الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد فى العالم العربى

دراسة من منظور تحليلى نقدى

أ.د. عزه عبد العزيز عبد اللاه عثمان

أستاذ الاعلام بجامعة سوهاج

على الرغم من أن الوطن العربى يضم أكثر من ٣٧٥ مركز بحث ، ٢٠٪ منها مركزا متخصصا ، ١٢٪ تابع للجامعات ،١٥٪ منها تابع للوزارات ، ١٨٪ تابعة لجهتين أو أكثر و يوجد عدد كبير من العلماء يتوزعون على اختصاصات متعددة ، منهم ٢٦٪ فى العلوم الطبيعية ، ٢٤٪ فى العلوم الزراعية ، ٢٠٪ فى العلوم الهندسية، ٨٪ فى الاقتصاد و الاداره ، ٢٢٪ فى العلوم الإنسانية .

ولكن حقيقة الأمر لا تسر، وذلك لأن عدد العاملين فى مؤسسات البحث العلمى قليل إذ تبلغ نسبتهم 204عالما لكل عشرة آلاف من السكان وهى نسبه متدنية خاصة عند مقارنتها مع ما يوجد من العلماء فى البلدان المتقدمة، مثل اليابان التى تبلغ النسبة فيها 35.5% لكل10 آلاف نسمه، والولايات المتحدة 26.8% وأوروبا 16.3% كما أنها أقل من المعدل العالمى الذى يبلغ 12.2% لكل عشرة آلاف نسمه[1]

يضاف إلى ذلك أن الأموال التى تنفق على البحث والتطوير كنسبه من الناتج القومى قليلة جدا رغم أن البحث العلمى عماد كل تخطيط وعصب كل تنميه، إذ بواسطته تم وضع خطط التنمية على أسس سليمة ومتينة.

إن المؤشرات الإحصائية التى تشكل مادة مهمة فى رصد واقع البحث العلمى فى البلدان العربية ومقارنته بدول العالم الأخرى تبين لنا القصور الذى تعانى منه مؤسسات البحث العلمى فى الوطن العربى، ولا سيما مؤشر الإنفاق المالى على البحث العلمى، الذى وصفه تقرير التنمية البشرية عام 2004 بأنه فى أدنى مستوياته فى الوطن العربى، إذ لا يتجاوز 0.2% من الدخل القومى، مقابل 22% فى اليابان على سبيل المثال، كما أن حصة المواطن العربى من الإنفاق على البحث العلمى لا تتجاوز ثلاثة دولار، مقابل 4.9 دولارات فى ألمانيا، 6.1 دولار فى اليابان، 681 دولار فى أمريكا .

أضف إلى ما سبق هموم الباحثين والآليات البحثية المنعدمة خاصة المشاكل والعوائق الإدارية والنفسية التى مازالت تعيق حركيه وإشعاع وحسن مردودية الباحثين العرب إذ بعد أربعين سنه من الاستقلال السياسى للبلاد العربية، لم تتبلور بعد سياسة للبحث العلمى فى العلوم الإنسانية والإجتماعيه .

وتشير بعض الدراسات إلى أن المؤسسات البحثية العربية تعانى من مشكلات عديدة من بينها : انفصام الصلة بين الجامعات وحقل الإنتاج، وابتعاد الجامعات عن إجراء البحوث المساهمة فى حل المشكلات الوطنية، إضافة إلى عدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات والأثرياء من الأفراد فى نفقات البحث العلمى . فمراكز البحوث والجامعات العربية تعانى من انفصال شبه كامل بينها وبين المجالات التطبيقية خارج أسوارها أومعاملها، والبحوث التى تجرى بين جدرانها من جانب أساتذتها إنما هى بحوث فرديه لأساتذة يحاولون الإنتاج العلمى بغيه الترقى، أوالنشر، أوالسمعة، وهى بحوث أضعف من أن تحل مشكلات المجتمع أوتعمل على تقدمه [2]وهذه الحقائق بشكل عام تعكس الوضع غير السار لحالة البحث

العلمى فى الوطن العربى، رغم اتفاق الجميع على أنه لا تقدم بدون بحث علمى يشمل جميع نواحى الحياة .

ولعل أبسط استنتاج يؤكد لنا أن الوطن العربى لم يكن فى يوم من الأيام ضعيفا فى قدراته الاقتصادية، ولا فى قدراته العلمية، لكن ضعفه الحقيقى يتجلى فى التمزق السائد بين أبنائه، ثم الجهل بتقدير ما يمتلكه هذا الوطن من مقومات مادية وروحية، وكوادر قادرة على إثبات كفاءتها والتفوق على أمثالها فى أكثر أقطار العالم المعاصر تقدماً وتركيزاً على المقاربات العلمية، وأن كثيراً مما يقال عن التخلف فى مجال البحث العلمى يعكس حالة من فقدان الإحساس بالحياة والعجز عن مواجهة الإشكاليات، التى تقف فى وجه كل محاولة جادة لتحرير العقل العربى من حالات الإهمال والاعتماد الكلى على الآخر، والنظر بكل ازدراء وشك إلى كل إنجاز يقوم به الباحثون العرب هوكما تشير التقارير فى مجال الكفاءات العلمية العربية، أن ثمة 54% من الطلبة العرب الذين يدرسون فى الدول الغربية لا يعودون إلى أوطانهم، وأن 34%من الأطباء البارزين فى بريطانيا - وحدها - هم من خيرة الأطباء العرب[٣]

وهناك العديد من التحديات التى تواجه البحث العلمى بشكل عام والبحث الإعلامى بشكل خاص فى الوطن العربى من أهمها :

-Iانعدام الحريات الأكاديمية والفكرية العامة فى المجتمعات العربية، وعدم توفير المناخ السياسى الملائم للإبداع، بإطلاق حريات الأفراد وتوفير إمكانيات المشاركة الفعلية أمامهم، سواء من النخب العلمية أومن مختلف قطاعات الشعب الأخرى.

٢- تعثر استراتيجيات التحديث العربية، وعدم توازنها وعدم فاعليتها واتساقها [٤]

٣- عدم توافر المناخ الملائم للعمل البحثى، وانتشار البيروقراطية .

٤- قلة الحوافز المادية، والتبعية العلمية والتقنية للخارج، وضعف البنيات الأساسية للحراك الإجتماعى والإقتصادى العربى الذى يفترض أن يشكل القاعدة الصلبة لقيام البحوث العلمية[٥]

٥- غياب ترتيب الأولويات الوطنية للبحوث والدراسات العلمية، والتأثر بما يتداول عالميا من إشكاليات دون القراءة الواعية للاتجاهات والإمكانيات والقدرات والمهارات التى قد تكون متعذرة فى هذا الصرح العلمى أوذاك.

٦- قلة المخصص للجامعات من وظائف "باحث" و"مساعد باحث"، وعدم القدرة على التواصل المثالى مع قنوات الإعلام المختلفة[٦]

٧- عدم وجود ترابط بين مراكز البحوث والمجالات التطبيقية، والجامعات وحقول الإنتاج، مع عدم إجراء البحوث التى تساعد على حل المشكلات الوطنية ,وعدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات فى النفقات[٧]

وإذا كانت تلك الإشكاليات تمثل إشكاليات عامة تواجه البحث العلمى بشكل عام فهناك العديد من الإشكاليات التى تواجه الباحثين فى مجال الإعلام بكافة تخصصاته من أبرزها الإشكاليات المتعلقة بالجوانب المنهجية وإشكاليات التطبيق العملى المتعلقة بالجمهور ويمكن بلورتها فى النقاط التالية:

أولا :الإشكاليات المنهجية : [٨]

- قصور مجال الإعلام والاتصال عن بلورة نظريات خاصة به حتى نهاية القرن العشرين، مع تشابك علوم متعددة فى نطاقه ,مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية فى هذه العلوم .

- لاتزال البحوث الإعلامية فى العالم العربى بحوث كمية فى أغلبها حتى وإن ظهرت محاولات لتطبيق المناهج الكيفية(كتحليل الخطاب)على سبيل المثال إلا أنها لاتزال متأثرة تطبيقيا بالمدرسة الامبريقية، حيث حاولت بعض الدراسات الجمع بينه وبين تحليل المضمون الكمى بطريقة تعسفية .

- صعوبة قياس تأثير الإعلام فى الظاهرة المدروسة، نظرا لتداخل عدة عوامل ومتغيرات فى إحداث هذه الظاهرة وبالتالى فى التأثير على فاعلية الإعلام,كما أن القياس الفورى والعاجل قد يعطى نتائج مضللة وخاطئة.

- عدم استخدام المناهج المختلفة فى دراسة المشكلات الإعلامية ,والاقتصار على استخدام منهج واحد,مما يؤدى إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبت من صحتها ودقتها ودلالتها .

ثانيا : الإشكاليات الخاصة بالجمهور وتتمثل فى :[٩]

- **الاختيار** : حيث تعتمد البحوث الميدانية اعتماد كبيرا على أسلوب العينات نظرا لاتساع رقعة المساحة التى يشغلها الجمهور مع تقدم تكنولوجيا الاتصال ويحتاج اختيار العينة إلى إطار يتضمن كل مفردات مجتمع الدراسة، تسمح بتوفير إطار

يزود الباحثين ببيانات دقيقة عن خصائص أفراد المجتمع .

- **نقص الوعى لدى الجمهور**، حيث يواجه الباحث صعوبات جمة فى الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين فى القطاعات الريفية والشعبية والبدوية .

- **البحوث البعدية** : إذ أن بحوث الأثر الاجتماعى هى أصعب أنواع بحوث الإعلام .. ذلك أن المتلقى يعيش فى بيئة اجتماعية يخضع فيها لمؤثرات من داخلها وخارجها ,ومن ثم تتعدد العناصر أوالمتغيرات التى تؤخذ فى الاعتبار عند دراسة الأثر ويصعب عزلها ,وحتى لوأمكن عزلها ودراستها تتبقى مهمة جمعها معا لتتفاعل .

- **التحديد والقياس** : أكثر المفاهيم التى تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال فى طور الوصف الكيفى . كما لاتستخدم دائما نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار بما يعرف بتوحيد المفاهيم ,وقد كان ذلك -كما يؤكد الخبراء- من أهم أسباب صعوبة المقارنة بين نتائج البحوث .

- **الصدق والثبات فى قضايا الرأى العام** : حيث يجد الباحثون المهتمون بقضايا الرأى العام صعوبات جمة فى الحصول على إجابات صادقة وثابتة فى قياسات الرأى العام , التى تفترض الإلمام بهذه القضايا والاهتمام بها اهتماما تفرضه المواطنة ,كما يتطلب قدرا من التفكير والقدرة على تحليل الذات . وترتبط هذه المتطلبات ارتباطا طرديا بالتعليم الجاد والواعى وهوما تفتقر إليه نسب ملحوظة من المبحوثين .

وإذا كانت هذه هى إشكاليات البحث الاعلامى بشكل عام فهناك بعض الإشكاليات المرتبطة ببحوث الإعلام الجديد فى مجال الانترنت على وجه الخصوص من أهمها :

١- إشكالية الصدق والثبات فى الاستبيان الالكترونى :

حيث يتعرض فى أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه ,كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان .

٢- إشكاليه ثبات المرمزين فى حالة تحليل مضمون الانترنت: حيث لاحظ بعض الباحثين وجود مشكلات نتيجة تغيير مضمون المواقع ,وقد تم التغلب على ذلك بواسطة قيام جميع المرمزين بالتحليل فى الوقت نفسه أوالقيام بتنزيل المواقع من على الانترنت فى حالة إمكانية تحقيق ذلك,حيث إن هناك بعض المواقع لايمكن تنزيلها وتخزينها، حيث توجد بعض المحاذير القانونية أحيانا والفنية فى أحيان أخرى [١٠]

٣- إشكاليات صدق التجارب الالكترونية (التجارب عبر الانترنت) Validity of online Experiments من أهم تلك الإشكاليات هى مشكلة التسرب (Mortality(dropout حيث يسهل على المشاركين فى التجارب الالكترونية التسرب من التجربة وعدم استكمالها بدرجة اكبر من المشاركين فى التجارب التقليدية، وهذا يؤثر فى النتائج ومن ثم فى الصدق الداخلى للتجربة. هذا جانب من الإشكاليات وتأتى الدراسة الحالية لتوضح بقية الإشكاليات النظرية والمنهجية فى البحوث ودراسات الانترنت كأحد أشكال دراسات الإعلام الجديد حتى يمكن للباحثين تداركها والوقوف على تفسيرات علمية حيالها.

المفاهيم والمصطلحات:

إن إشكاليات المصطلحات واختلاف تعريفاتها وتطور مفاهيمها لحين تستقر عند مجموعة مفاهيم متقاربة أومفهوم محدد، أمر يطال كثير من المصطلحات بما فى ذلك المصطلحات المرتبطة بالإعلام والمعلومات . من تلك المصطلحات" الإعلام الجديد" فقد تركز مفهومه فى مرحلة من شيوعه على الأدوات، وهى أدوات وسائل الاتصال الحديثة خصوصا المرتبطة بالانترنت، فيراه البعض الرأى والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديوالتى تنشر الكترونيا من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأى نظام سياسى أوغيره سوى التزام الشخص بما يؤمن به من قيم ومبادئ يضاف إلى ذلك التفاعلية بين المجتمع والإعلام الجديد والتى بلورها البعض فى إعلام المواطن . وبالتالى فان الذى يشكل هذا الإعلام الجديد هوالمدونات، والشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر، ومواقع الصور والفيديومثل اليوتيوب بالإضافة إلى الصحافة الالكترونية بكافة أشكالها، ولكى نصل إلى المفهوم الاجرائى لدراسات الإعلام الجديد، لا بد أولا من التعرف على المفهوم الاصطلاحى للوقوف على مداخله ومحدداته .

المفهوم الاصطلاحى للإعلام الجديد

تعددت المداخل والمفاهيم الخاصة بالإعلام الجديد البعض ركز على مميزاته مثل فين كروسبى vin crosbie حيث رأى أن الإعلام الجديد يتميز بأن رسائله الفردية تصل فى وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، وأن كل واحد من هؤلاء له نفس درجة السيطرة والإسهام المتبادل فى هذه الرسالة [١١]كما وضح ريتشارد ديفيز Richard Davis وديانا أوين Diana Owen

الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هى:[١٢]

١- **الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة**: والذى يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية فى الإذاعة والتليفزيون والصحف ,ويشيران إلى راديوو برامج الأخبار الحية Live shows، والبرامج المسائية مثل Night Line، وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا , Good Morning America وبرامج التابلويد مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية ,ويشمل التجديد فى حالات أخرى نموذج برنامج أوبرا Opera winfiry وقنوات مثل ام تى فى M T V المتخصصة فى الموسيقى .

٢- **إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة** : تمثله جميع الوسائل التى نعايشها الآن التى تعمل على منصة الكمبيوتر، وهى الوسائل التى مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحى والسريع للمعلومات .

٣- **إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة** : فيه تزول الفوارق بين القديم والجدى، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificial وحدثت حالة تماهى وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد .

فمن الواضح من خلال تلك التعريفات أن هناك استحالة لوضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد، ولكن يمكننا الاتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع فى الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التى حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customiza-tion وهما تأتيان لميزة رئيسية هى التفاعلية. [١٣] وبالتالى فهناك مجموعة من الخصائص والمميزات التى يتمتع بها الإعلام الجديد عن ما سبقه، وهى تتمثل فى دمجه للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة فى مكان واحد، على منصة الكمبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك من تبنى هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية، وتطبيقات الواقع الافتراضى، وتعددية الوسائط، وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص، وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.[١٤]

المفهوم الاجرائى :

وبالتالى فالدراسة الحالية تركز فقط على مفهوم الإعلام الجديد ذات التكنولوجيا الجديدة والذى تمثله الوسائل التى تعمل على منصة الكمبيوتر (شبكة الانترنت) وتطبيقاتها .

وعليه يكون المفهوم الاجرائى لدراسات الإعلام الجديد :

هى مجموعة الدراسات والبحوث العلمية الخاصة بالإعلام الجديد المرتبط بالانترنت فقط بكافة أدواته المدونات والشبكات الاجتماعية ومواقع الصور والفيديووالصحافة الالكترونية دون التطرق لاى دراسات أخرى تنتمى إلى نوعية الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة أوالإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

مشكلة البحث:

يواجه البحث العلمى فى الدول العربية العديد من المشكلات، كما تعانى بحوث الإعلام أيضا إلى جانب المشكلات العامة للبحث العلمى من مشكلات خاصة تؤثر فى إمكانية استخدامها فى خدمة المجتمع، وقد أدى التطور التكنولوجى المتسارع إلى حدوث تغيرات هائلة فى كم ونوع البحث الاعلامى، كما أسهم فى إقبال عدد كبير من الباحثين الإعلاميين إلى دراسة مجموعة من الموضوعات ذات العلاقة بهذه التقنية، مما أوجد العديد من الإشكاليات البحثية والمنهجية الناتجة من هذا التسارع المحتدم وتثير تلك التغيرات والمستجدات الطارئة التى يشهدها الإعلام الجديد على وجه الخصوص فى السنوات الأخيرة كثيرا من علامات الاستفهام والتساؤلات عما وصلت إليه دراسات الإعلام الجديد وهل ستلحق بهذا التطور، وتأتى هذه الدراسة لتكشف عن تلك الإشكاليات والتى تتبلور فى:

- الإشكاليات المرتبطة بمدى استخدام المناهج المختلفة فى دراسة ظواهر ومشاكل الإعلام الجديد أوالاقتصار على منهج واحد وما ينتج عنه من التوصل أوعدم التوصل إلى معلومات صحيحة .

- الإشكاليات الخاصة بالأطر النظرية ومدى قصور دراسات الإعلام الجديد عن بلورة نظريات خاصة حتى الآن مع تشابك علوم متعددة فى نطاقه مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية فى هذه العلوم، بالإضافة إلى استسهال بعض الباحثين فى الأخذ من النظريات الغربية دون فحص أوتمحيص لمعرفة مدى ملاءمتها للتطبيق على الواقع العربى .

- إشكاليات العينات الخاصة بالانترنت وما يصاحبها من أخطاء منهجية تصل إلى عدم قدرة الباحث تحديد مجتمع دراسته .

- ثم إشكاليات الصدق والثبات الناتجة من صعوبة قياس تأثير الإعلام الجديد وحده فى الظاهرة التى يقوم بدراستها الباحث الاعلامى نظرا لتداخل عدة عوامل ومتغيرات فى إحداث هذه الظاهرة، بالإضافة إلى أن القياس الفورى لأثار الإعلام الجديد يواجه صعوبات شديدة ويعطى بيانات خاطئة ومضللة وتحاول الباحثة فى هذه الدراسة بالإضافة إلى التحليل المنهجى والنقدى لدراسات الإعلام الجديد تشخيص وهن البحث فى هذا المجال وأسباب ذلك الوهن.

أهمية الدراسة:

يكتسب موضوع الدراسة أهمية خاصة لعدة أسباب منها انه يعد بمثابة خارطة طريق للباحثين فى مجال الإعلام الجديد حيث يخرج بتصنيف يوضح نقاط القوة ونقاط الضعف فى هذه البحوث بالإضافة إلى الوقوف على المجالات التى أسهب فى دراستها الباحثون والمجالات التى لا زالت تمثل أرضا بكر للباحثين لدراستها، بالإضافة إلى إزالة الانطباعات الخاطئة عن واقع بحوث الإعلام الجديد واشكالياتها من خلال نتائج علمية أكثر دقة .

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة إلى تحقيق ما يلى :

- رصد وتحليل وتفسير تيارات بحوث الإعلام الجديد فى مجال الانترنت فى العالم العربى.

- رصد وتحليل وتفسير نوعية الموضوعات التى ركزت عليها بحوث الإعلام الجديد فى العالم العربى وتصنيفها من حيث كونها بحوث الإنتاج الاعلامى الالكترونى- بحوث قائم بالاتصال فى الإعلام الالكترونى - بحوث جمهور الإعلام الالكترونى- بحوث مقارنة الوسائل الالكترونية مع الوسائل التقليدية- بحوث تأثير الإعلام الالكترونى .

- رصد وتحليل وتفسير للنظريات والنماذج التى اعتمدت عليها بحوث الإعلام الجديد ومدى ملاءمتها وتوظيفها لموضوع الدراسة .

- رصد وتحليل وتفسير الإشكاليات المنهجية فى بحوث الإعلام الجديد- ويتفرع منه عدة أهداف فرعية:

- الإشكاليات الخاصة بالمناهج المستخدمة فى بحوث الإعلام الجديد .
- الإشكاليات الخاصة بالأدوات وكيفية توظيفها.
- الإشكاليات الخاصة بالعينات .
- الإشكاليات الخاصة بإجراءات الثبات والصدق.

- رصد وتحليل وتفسير مدى قدرة الباحث على تفسير نتائج بحثه وربطها بالدراسات السابقة .

- رصد وتحليل وتفسير نقاط القوة ونقاط الضعف فى بحوث الإعلام الجديد .

الإطار المنهجى والاجرائى للدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التى تستهدف رصد وتوصيف وتحليل وتقويم بحوث الإعلام الجديد كميا وكيفيا، مع دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة وواقع تلك البحوث بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن إشكاليات بحوث الإعلام الجديد، كما تستخدم الباحثة منهج المسح والمنهج المقارن كمنهج مساعد، واداتى تحليل المضمون والملاحظة .

أساليب التحليل المستخدمة :

اعتمدت الباحثة فى تحليلها للبيانات والمعلومات والنتائج التى تضمنتها الدراسات العربية فى حقل الإعلام الجديد على أسلوب التحليل من المستوى الثانى، والذى ابتكره روجرز فى بداية الثمانينات من القرن الماضى، واعتبره من الأساليب الهامة فى تحليل عناصر ومؤشرات نتائج التراكم العلمى فى أى حقل من الحقول المعرفية، مؤكدا أن هذا النمط من التحليل يتعدى ما يعرف بالتصنيف البيلوجرافى للدراسات والتراث العلمى السابق، إلى كونه يمثل رؤية نقدية تقويمية، تمكن الباحث من معرفة نقاط القوة ونقاط الضعف فى هذا التراث، من خلال التعرف على أولويات الأجندة البحثية وأهم القضايا التى تم التركيز عليها فى هذا الحقل المعرفى، ثم العوامل والمتغيرات المؤثرة فى مسارات هذا التطور

مجتمع الدراسة والعينة :

تم تحديد مجتمع الدراسة بدراسات الإعلام الجديد فى العالم العربى والتى تشمل (رسائل الماجستير والدكتوراه - البحوث المنشورة فى مجلات علمية عربية متخصصة فى الإعلام حيث وقع اختيار الباحثة على المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، المجلة السعودية للإعلام والاتصال والتى تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال جامعة الملك سعود وبحوث المؤتمرات العلمية المتخصصة فى الإعلام على مستوى العالم العربى) .

خطوات سحب العينة : العينة الزمنية وعينة المجلات العلمية والمؤتمرات ورسائل الماجستير والدكتوراه :

تم دمج العينة الزمنية مع عينات المجلات والمؤتمرات ورسائل الماجستير والدكتوراه لارتباط كل منهما بالأخرى،فنظرا لتضخم عدد دراسات الانترنت على مستوى العالم العربى وخاصة الفترة ما بعد 2005وحتى الآن، وكثرة المؤتمرات التى يصعب على الباحثة حصرها وجميعها يناقش موضوعات الإعلام الجديد فى مجال الانترنت، بخلاف عدد الدراسات المنشورة فى المجلات العلمية عينة الدراسة فقد لجأت الباحثة إلى: عينة المجلات العلمية الفترة من 2009 -2007 حيث لم يصدر من تلك المجلات أعداد بعد٢٠٠٩وقامت الباحثة بعمل حصر شامل للبحوث التى نشرت خلال هذه الفترة عن الانترنت.

أما المؤتمرات فقد اقتصرت الباحثة على ثلاثة مؤتمرات على مستوى العالم العربى، استطاعت الباحثة الحصول على كافة البحوث التى نوقشت فيها عن الانترنت وهى: مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر 2009جامعة القاهرة كلية الإعلام، ومؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام 2009 مؤتمر البحرين "إعلام جديد، تكنولوجيا جديدة لأجل عالم جديد 2009 فقد شهد هذا العام نشاط غير مسبوق فى عمل مؤتمرات عن الإعلام الجديد نتيجة اتساع نطاقه وتم عمل حصر شامل للبحوث المنشورة فى الثلاثة مؤتمرات وتناقش موضوعات الانترنت.

أما رسائل الماجستير والدكتوراه فقد وقع اختيار الباحثة على السنوات من 2011 – 2007 وعمل حصر شامل لها،والتى وصل عدد الرسائل إلى٣٦ رسالة منها٢٣ ماجستير، 13دكتوراه، وعليه تتوزع العينة كالتالى 36 رسائل ماجستير ودكتوراه، 29 مؤتمرات عربية، 21 بحوث منشورة بمجلات علمية، ليصبح العدد الاجمالى للدراسات والبحوث التى تم تحليلها ٨٦

وهذه العينة فى مجملها تمكن الباحثة من الوقوف على أخر المستجدات التى وصلت إليها دراسات الإعلام الجديد وبالتالى إمكانية تحديد مواطن القوة ومواطن الضعف فى تلك الدراسات .

الإطار التطبيقى للدراسة

نتائج الدراسة التحليلية

١- سمات عينة الدراسة :-

اشتملت الدراسة على عينة من دراسات الماجستير والدكتوراه بلغت 41,8% محتلة الترتيب الأول، تليها بحوث المؤتمرات والتى بلغت نسبتها % 33.7واحتلت الترتيب الثانى، ثم الأبحاث المنشورة بمجلات علمية متخصصة فى الإعلام بنسبة 24.4 %

٢- مدى جدية وعدم تكرار عناوين بحوث ودراسات الإعلام الجديد فى مجال الانترنت:-

كشفت الدراسة عن مدى جدية الأفكار البحثية التى تم دراستها عن الانترنت والشبكات الاجتماعية خاصة فى رسائل الماجستير والدكتوراه التى أفرزت أفكار بحثية جديدة ومتنوعة بلغت نسبتها % 67.4 ورغم جدية تلك الأفكار بالنسبة لنا فى العالم العربى إلا أنها فى ذات الوقت تكرار لأفكار بحثية غربية درست فى سياقات ثقافية غربية وتم إعادة إنتاجها ولكن فى سياقات ثقافية عربية، فى حين جاءت الأفكار البحثية المكررة فى ترتيب ثانى حيث بلغت % 32.5وقد لاحظت الباحثة أن تلك الأفكار المكررة كانت تتسم بها البحوث المقدمة إلى مؤتمرات علمية .

٣- مدى تحديد الباحثين للأبعاد الزمنية والموضوعية والمكانية فى عنوان الدراسة :-

فيما يتعلق بتحديد البعد الزمانى فقد كانت السمة الغالبة على بحوث ودراسات الانترنت هوعدم تحديد البعد الزمانى فى عنوان الدراسة وقد بلغت نسبة البحوث والدراسات التى لم تحدد البعد الزمنى 90.6%من عينة الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أن معظم البحوث والدراسات كانت ميدانية مما يصعب معه تحديد هذا البعد، وحتى الدراسات التى اعتمدت على تحليل المضمون لم تحدد أيضا هذا البعد، وجاءت نسبة قليلة من تلك الدراسات محددة للبعد الزمنى للدراسة حيث بلغت نسبتها . % 9.3

أما البعد الموضوعى فكان محددا بوضوح فى عنوان الدراسة بنسبة % 93.1 فى حين جاءت الدراسات التى لم يستطع فيها الباحث صياغة عنوان بوضوح وبالتالى لم يكن أبعاد موضوعه واضحة فكانت نسبتها 6,9% **وفيما يتعلق بالبعد المكانى**، فكانت النسبة الغالبة للدراسات التى حددت البعد المكانى فى عنوان الدراسة بنسبة % 81.4 فى حيث كانت الدراسات الغير محددة للبعد المكانى . % 18.6

وقد يرجع عدم تحديد تلك الأبعاد فى عنوان الدراسة إلى عدم الدقة العلمية من جانب بعض الباحثين فى صياغتهم

للعنوان وأحيانا التسرع والعجلة وعدم الإلمام الكامل بموضوع الدراسة مما يفقد هذه البحوث والدراسات للعلمية، فعدم قدرة بعض الباحثين على صياغة عناوين دقيقة وواضحة ومشتملة على كافة الأبعاد تصيب الباحثين الآخرين بخيبة أمل وبالتالى الحكم على الباحث بضعف قدراته البحثية، فعنوان البحث العلمى ينبغى أن يكون مختصرا قدر الإمكان وواضحا، متضمنا الفكرة الرئيسية للموضوع ومشتملا على الأبعاد الزمنية والموضوعية والمكانية .

٤- أسلوب صياغة مشكلة الدراسة :-

أظهرت الدراسة أن كثير من الباحثين يواجهون صعوبات فى صياغتهم لمشكلة البحث ويضيع منهم الهدف العلمى العام الذى يطمحون فى التوصل إليه وتفسيره بشكل علمى دقيق، حيث يفتقدون فى كثير من الأحيان التركيز فى تحديد مشكلة الدراسة على الجوانب العلمية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، والتى يمكن من خلالها توليد تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وقد احتلت الدراسات التى تم صياغة المشكلة البحثية فيها بشكل واضح الترتيب الأول بنسبه % 39.5 فى حين كانت المشكلة مختصرة أكثر من اللازم فى صياغة المشكلة فكان بنسبة % 20.9 وأخيرا كان هناك خلط عند بعض الباحثين بين المشكلة والأهداف وبلغت نسبتهم . % 6.9

٥- طريقة عرض الدراسات السابقة :-

كشفت الدراسة عن اهتمام الباحثين فى دراسات الإعلام الجديد بالدراسات السابقة إدراكا منهم لأهميتها فى إرشادهم إلى العديد من الجوانب التى تعزز من قيمة أبحاثهم ومساهمتها فى تحديد مسار دراساتهم فى الكثير من الخطوات المهمة، واتسمت بحوث عينة الدراسة بعمل محاور للدراسات السابقة تخدم موضوعاتهم البحثية، ولكن اختلف استخدام تلك الدراسات من باحث لأخر فمنهم من استخدامها كنوع من الرصد العلمى للتراث السابق ومنهم من ربطها بموضوع دراسته والقلة استخدامها فى تفسير نتائج دراسته .

أما طريقة عرضها فقد أخذت عدة أشكال، حيث جاء العرض المطول السردى فى الترتيب الأول بنسبة % 60.5 حيث لجأ العديد من الباحثين إلى هذا العرض التقليدى الذى يتكلم عن أهداف الدراسة ومناهجها وأدواتها وأهم النتائج ودون ربط بموضوع الدراسة وهذا العرض السردى المطول بلغ فى بعض الدراسات إلى 70صفحة من متن الرسالة، وهذا يعكس أن الكثير من الباحثين لا يدركون ما الذى يحتاجون إلى تضمينه فى دراستهم من تلك الدراسات .

وجاء العرض النقدى والعرض الانشائى المختصر للدراسات السابقة الذى يربط الدراسات السابقة بموضوع الدراسة بنسبة % 11.6وهذا النوع من الربط افتقدته البحوث المنشورة فى مجلات علمية أومؤتمرات، ولجأ ت إليه بعض دراسات الماجستير والدكتوراه برغبة من باحثين أرادوا الاستفادة من هذا التراث العلمى .

٦- تصنيف دراسات الإعلام الجديد فى مجال الانترنت :-

احتلت بحوث تأثير الانترنت الترتيب الأول بنسبة % 27.9 وقد يرجع ذلك إلى فترة الدراسة التى ركزت على الثلاث سنوات الأخيرة حيث وضوح التأثيرات إلى حد ما وإمكانية دراستها، كما احتلت بحوث جمهور الوسائل الالكترونية الترتيب الثانى بنسبة % 20.9وذلك للتعرف على درجة تعرض الجمهور لتلك الوسيلة واستخداماتهم لها، واحتلت دراسات وبحوث الإنتاج الاعلامى الألكترونى الترتيب الثالث بنسبة % 18.6وقد تمحورت معظم تلك البحوث فى البحث عن الإمكانات التى يوفرها الانترنت لخدمة الفنون الإعلامية بالإضافة إلى محاولة التعرف على مدى استخدام المهنيين أنفسهم لإمكانات وتطبيقات الانترنت فى مجال تخصصهم

كما أظهرت الدراسة تراجعا فى ترتيب نوعين من الدراسات لم يحظيا باهتمام كبير من قبل الباحثين فى هذا المجال وهما دراسات القائم بالاتصال والدراسات التى جمعت أكثر من مجال (إنتاج اعلامى وجمهور) حيث احتلا الترتيب الرابع بنسبة % 13.9 لكل منهما ورغم أهمية دراسات القائم بالاتصال فى حقل الإعلام الالكترونى إلا أن هناك تجاهل من قبل الباحثين لهذا المجال وربما يكون السبب صعوبة تطبيق الاستبيان على هذه الفئة والذى أثبتته العديد من الدراسات .

٧- نوع الدراسة فى بحوث الإعلام الجديد.

كشفت الدراسة أن بحوث الانترنت كانت فى معظمها بحوث شكليه نمطيه لا تصلح لتفسير الظواهر الإعلامية المدروسة، فقد انحسرت معظمها فى نوعية البحوث الوصفية وكانت نسبتها 72.1%محتلة الترتيب الأول، كما أظهرت الدراسة أن 18.6%من دراسات وبحوث الإعلام الجديد لم يذكر فيها نوع الدراسة ،وجاءت البحوث الاستطلاعية بنسبه 4.6%محتلة الترتيب الثالث وجاءت البحوث التجريبية بنسبه ضعيفة بلغت

2.3%مما يعكس ابتعاد الباحثين عن نوعية الدراسات الكيفية.

وتكشف هذه النتيجة أيضا عن وجود أزمة منهجية يعانى منها الباحثين فئ حقل الانترنت حيث هيمنة المنظور الوظيفى المعتمد على الوصف فى معظم تلك البحوث وبالتالى محدودية المردود العلمى حيث أن هذه النوعية من الدراسات تقف بأهدافها عند حدود الوصف، وتجيب فقط على سؤالى ماذا وكيف ؟ اى التعريف بالظاهرة ثم ماذا تغير فيها.

٨- مناهج البحث التى اعتمدت عليها بحوث الإعلام الجديد:

جاء الاعتماد الاساسى فى بحوث الإعلام الجديد فترة الدراسة على منهج المسح،فقد بلغ حجم استخدامه خلال فترة الدراسة 65.1% وقد يرجع ذلك لاعتباره المنهج الرئيسى لدراسات الجمهور التى حظيت بالنصيب الأكبر من دراسات الإعلام الجديد، وهذا المنهج يعتبر ضرورة فى نوعية الدراسات الوصفية،ويعيبه ما يعيبها من انه منهج كمى يتعامل مع أدوات يصعب معها الوصف الكيفى، بالإضافة إلى انه يقف عند حدود الوصف المجرد للمتغيرات محل الدراسة فى حدود الوصف الاحصائى ودون تجاوزه إلى الاستدلال عن الأسباب والمقدمات التى ترتبط بالسؤال لماذا .

كما أوضحت الدراسة أن 25.5% من دراسات الانترنت استخدمت منهج المسح مع المنهج المقارن كمنهج مساعد واحتلت الترتيب الثانى أما الدراسات التى استخدمت مناهج أخرى فكانت بنسبه قليلة جدا 2.3% متساوية فى الترتيب الثالث وهى التجريبى، منهج العلاقات المتبادلة، الرصد الداخلى، وهواحد المناهج المستخدمة فى دراسة المواقع على شبكة الانترنت، ودراستان خلطتا بين نوع الدراسة والمنهج فاستخدمت المنهج الوصفى، وتظهر هذه النتيجة مدى اعتماد الدراسات المصرية فى حقل الإعلام الجديد على الأساليب الكمية المسحية فى مقابل التقليل بشكل ملحوظ من استخدام المناهج الكيفية وأحيانا يكون استخدامها مقتصرا على تفسير النتائج.

٩- الأطر النظرية لدراسات الإعلام الالكترونى.

تعتبر المداخل النظرية المختلفة بمثابة المرشد للباحث فى اختيار المرجعية العلمية التى تكون أساسا للتفكير والاقتراب من المشكلة التى يقوم بدراستها، وقد جاءت هذه الدراسة لتوضح مدى اهتمام الباحثين فى مجال الإعلام الجديد على المداخل النظرية المختلفة والمستمدة أساسا من علوم أخرى كعلم الاجتماع،وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعى .فقد كشفت الدراسة عن اهتمام الباحثين بنسبة بلغت 18.7%باستخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات التى تهتم بدراسة الاتصال الجماهيرى دراسة وظيفية،وأهم ما ركزت عليه تلك الدراسات فى تطبيقها للنظرية، هوالتحقق من الفروض التى بنيت عليها النظرية، والأثر القوى للمتغيرات الديموجرافية على أنماط وعادات استخدام الجمهور للانترنت،وجاءت نظرية ثراء الوسيلة لتحتل الترتيب الثانى بنسبة 12.5%من عينة بحوث الانترنت،وثراء الوسيلة يعنى قدرة المعلومات على فهم التغيير داخل فترة زمنية محددة، وبعبارة أخرى الثراء يتعلق بالقدرة على التعلم من الرسائل الاتصالية .كما جاءت دراسات الإعلام الجديد التى لا تعتمد على نظريات فى الترتيب الثالث بنسبه 8.3%.وفى الترتيب الرابع تساوت أربع نظريات ومداخل فى نسبتها التى بلغت 4.2%وهى كالتالى :

١- نظرية تمثيل المعلومات والتى تدور حول الطريقة المعتادة التى يتعامل بها الأفراد مع المعلومات الحسية (أوذات العلاقة بالحواس)فقد دمجت تلك النظرية بين علم النفس المعرفى والإعلام واهتمت بدراسة الإدراك والانتباه والتذكر .

٢- نظرية الحضور الاجتماعى، والتى تسعى إلى تفسير خصائص الوسيلة الاتصالية ودرجة الملامح الاجتماعية التى تحتويها وعلاقة ذلك بتفاعل الأشخاص معها .

٣- مدخل تحليل النظم، والذى يقوم على عزل المتغيرات والمكونات عن بعضها البعض ومحاولة وصفها وصفا جزئيا دقيقا لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها والتى تؤدى إلى وجود الظاهرة أوالمشكلة ثم اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التى تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات .

٤- مدخل صحافة المواطن .

كما تساوت باقى النظريات فى الترتيب الخامس وبنسبه ضئيلة بلغت 2.1% وجاءت كالتالى :

نظرية الشأن العام، نظرية الدور، النظرية النسوية، نظرية بناءالاجنده الالكترونية، نظرية حارس البوابة،نظرية البناء المعرفى،نظرية تفاعل الإنسان مع الحاسب.نظرية تحليل الأطر، نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الاغتراب السياسى،مدخل صحافة المشاركة،مدخل صحافة المصادر المعتمدة على

الجماهير، مدخل الصحافة التعاونية، نموذج تأثرية الآخر، نموذج الاتصال عبر الكمبيوتر، نموذج الأبعاد الخمس للشخصية، نموذج الاستخدام والاعتماد، نموذج التحول الاعلامى.وكما هوواضح كثرة التعرض لنظرية الاستخدامات والاشباعات لدراسة الانترنت مقابل قلة للنظريات والمداخل الأخرى التى تعنى بدراسة الجوانب المختلفة المرتبطة بالتعامل مع الانترنت .وتعكس هذه النتيجة استخدام الباحثين العرب لنظريات قديمة ومكررة - باستثناءات قليلة - وتلك النظريات فى مجملها تعظم من دور الانترنت كوسيلة وتعظم أيضا من تأثيره على الجمهور، بالإضافة إلى اقتباس الباحثين المصريين للنظريات الغربية وبالتالى تفريغها من منطلقاتها الرئيسية وتطبيقها على سياقات ثقافية ومعرفية مختلفة .

١٠- كيفية استخدام الباحثين فى الإعلام الجديد للنظرية أوالمدخل:

كشف التحليل أن 51.2% من الدراسات موضع التحليل لم تكن قادرة على توظيف النظرية أوالمدخل لموضوع البحث واكتفى الباحث بعرض لمفاهيم النظرية واختبار فروضها دون توظيف وقد يرجع ذلك إلى نشأة تلك النظريات فى الغرب بالإضافة إلى انتماءاتها لعلوم أخرى كعلم النفس والاجتماع مما يصعب على الباحث توظيفها للقضايا الإعلامية المدروسة، على الجانب الآخر كشف التحليل عن أن 34.8 من الدراسات استطاعت توظيف النظرية أوالمدخل لموضوع الدراسة، وهناك 9.3% استطاعوا توظيف النظرية واختبار فروضها فى ذات الوقت . أما من وضع النظرية دون توظيف واستعان بها كبناء شكلى فقط نسبتهم قليلة 4.6% وقد اكتفوا بوضعها كديكور دون مناقشة أوتوظيف.

١١- مدى تحديد دراسات الإعلام الجديد لمجتمع الدراسة:

تصدرت الدراسات التى لم تحدد حجم مجتمع الدراسة بنسبة 72.1% فقد تبين من التحليل أن الباحث يذكر مجتمع دراسته دون تحديد لحجم هذا المجتمع مما يؤثر بالتالى على مدى علمية اختيار العينة وتحديد حجمها تحديدا علميا . وقد يرجع ذلك إلى ما يعانيه الباحثين فى العالم الثالث من عدم توفر الإحصاءات والبيانات الكافية التى يمكن الاستفادة منها فى البحث العلمى، وجاءت الدراسات التى استطاع الباحث فيها تحديد مجتمع دراسته 27.9% وتنتمى هذه النوعية فى معظمها إلى البحوث التى تعتمد على عينات ومجتمعات صغيره مثل بحوث القائم بالاتصال .

١٢- مدى تحديد دراسات الإعلام الجديد لحجم عينة الدراسة :

رغم تحديد 95.3 من الدراسات لحجم عيناتهم سواء ميدانية أوتحليلية إلا أنهم افتقدوا القدرة على تحديد أسلوب اختيار تلك العينات أونسبتها من المجتمع الاصلى بحيث تكون ممثلة لهذا المجتمع وحتى يتمكن الباحث من الحصول على نتائج علمية دقيقة .فقد أتضح من التحليل أن الباحثين يختارون 200 مفرد أو300 مفردة دون تفاصيل ودون أسباب لهذا الاختيار، وبالتالى فمشكلة حجم العينات تعد من اكبر التحديات التى تواجه الباحثين فى دراسات الانترنت .وجاءت نسبه قليله 4.6% غير محددة لحجم العينة ولم تذكر عدد العينة التى تم إجراء الدراسة عليها وهى دراسات قامت بعدد من المقابلات دون تحديد إطار منهجى للعينة .

١٣- فيما يتعلق بتحديد نوع العينة:

فقد بلغت الدراسات المحددة لنوع العينة ?67.4%فى حين بلغت نسبة الدراسات التى لم تحدد نوع العينة 32.5%

١٤- أنواع العينات التى اعتمدت عليها دراسات الإعلام الجديد

تصدرت العينة العمدية أنواع العينات التى اعتمدت عليها بحوث ودراسات الإعلام الجديد، حيث بلغت نسبتها 69.2% فرغم أن هذه النوعية من العينات لا تحتمل إعطاء التمثيل المنشود لبقية مفردات المجتمع، وان نتائج أية دراسة تعتمد هذا النوع من العينات لا تمثل سوى المفردات التى أجريت عليها، وبالتالى لا يصح إجراء اختبارات إحصائية فى دراسات تم اختيار عيناتها بهذه الطريقة، فان الكثير من الدراسات قامت بعمل اختبارات إحصائية مما يمثل خللا علميا بالغا فى تلك الدراسات،فنتائجها فى معظم الأحيان متحيزة وعلى الباحثين الانتباه من هذه الأخطاء الفادحة.كما احتلت العينة العشوائية الطبقية الترتيب الثانى بنسبه 10.7% وهذا النوع من العينات يأخذ فى الاعتبار المجموعات ذات الخصائص المتفاوتة فى مجتمع البحث، وتساوت معها العينة الحصصية بنفس النسبة 10.7%ويلجأ إليها الباحثون فى حالة عدم تجانس المجتمع، وعدم الحاجة لوجود إطار له، وأيضا فى حالة توفر إحصاءات عن توزيع المجتمع على الخصائص المطلوب دراستها كالعمر والدخل والمهنة مثلا

كما تساوت باقى العينات فى الترتيب والنسبة التى بلغت 3.5% وهى على التوالى: العينة متعددة المراحل، وفيها يمرّ سحب العينة بعدة مراحل حسب طبيعة البحث واهدافة، العينة العشوائية البسيطة والتى تستخدم فى حالة وجود قدر كبير من التجانس بين مفردات مجتمع البحث، فيما يتعلق بالمتغيرات المطلوب دراستها، بالإضافة إلى وجود إطار كامل بأسماء مفردات المجتمع وأماكن وجودهم، ثم عينة الصدفة وهى العينة التى يتم الحصول عليها مصادفة، كأن يقف الباحث فى أحد الأماكن، ويقرر بأنه سيختار كل من يأتى إلى هذا المكان ليدرجه ضمن أفراد الدراسة .

إن تركيز باحثى الإعلام على نوعية العينات غير الاحتمالية يمثل تحيزا كبيرا فى نتائج تلك البحوث الناتج من لجوء الباحثين إلى اختيار العينات التى يسهل التطبيق عليها دون النظر إلى ماذا ستضيف إلى البحث أومدى ملاءمتها لأهداف الدراسة .

١٥- كيفية كتابة خلاصة النتائج فى بحوث الإعلام الجديد:

كشفت الدراسة عن عدم تمييز الكثير من الباحثين بين نتائج الدراسة التى تكتب فى متن البحث وخلاصة النتائج، فقد جاءت الخلاصة خالية من التفسيرات وفقا للسياقات المجتمعية، مبتعدة إلى حد كبير عن الربط بالدراسات السابقة فجاءت فى معظمها وبنسبة 44.2%فقط لتتحقق من فروض الدراسة وأحيانا قليلة إضافة بعض الاستنتاجات، كما جاءت بنسبة 30.2%فى صورة سرد انشائى كمى معاد لنتائج الدراسة، ونسبة 11.6%الجأت إلى تفسير تلك النتائج وربطها بالدراسات السابقة، ونسبة 9.3%ربطها فقط بالدراسات السابقة، أما السياق المجتمعى فقد غاب عن أذهان الباحثين بشكل واضح حيث لم تجد الباحثة سوى 4.6%من تلك الدراسات تفسر النتائج من واقع السياق المجتمعى وهذا يؤكد أن دراسات الإعلام الجديد تلهث وراء المدرسة الوظيفية التى لاتستطيع تصحيح مسار الواقع البحثى فى العالم العربى حيث تأتى النتائج مفتتة ومتحيزة ومكرره ولا تضيف جديد .

النتائج العامة للدراسة

ويمكن تقسيم تلك النتائج العامة إلى محورين

المحور الأول : ويتضمن نتائج عامة عن الواقع البحثى لدراسات وبحوث الإعلام الجديد فى العالم العربى .

المحور الثانى : ويتضمن النتائج العامة لكل مجال من مجالات بحوث ودراسات الإعلام الجديد المرتبطة بالإنترنت .

أولا : نتائج الواقع البحثى لدراسات وبحوث الإعلام الجديد فى مجال الإنترنت

- أوضحت الدراسة هيمنة المنظور الوظيفى الذى يعتمد على الإحصاء والرصد والتوصيف فى معظم بحوث ودراسات الإعلام الجديد مما أسفر عن تجزىء الظواهر الإعلامية وبالتالى عدم تمكنها من رصد وتفسير العديد من الظواهر الإعلامية المدروسة، فى المقابل جاء القليل من دراسات وبحوث الإعلام الجديد لتتبنى المنظور النقدى الذى يربط موضوعات الإعلام الجديد بالسياق المجتمعى. وهذه النتيجة تؤكد على التبعية الأكاديمية الإعلامية فى العالم العربى للمنظور الوظيفى الذى بدا فى أمريكا لخدمة السوق ثم انتقل بعد ذلك إلى معاهد وكليات الإعلام فى العالم العربى وبالتالى لا زلنا نعيش مرحلة الانبهار بتلك المدرسة الوظيفية مما أدى إلى استنزاف جهود الباحثين فى بحوث لا تساهم فى تصحيح مسار الواقع البحثى فى مجال الإعلام الجديد فى العالم العربى .

- على مستوى الإطار النظرى: هناك اختلاف فى رسائل الماجستير والدكتوراه عنه فى مجال البحوث المنشورة، فقد أظهرت الدراسة مدى عمق تناول النظرية وتوظيفها لموضوع الدراسة وأيضا اختبار فروضها فى رسائل الماجستير والدكتوراه أضف إلى ذلك التنوع فى استخدام النظريات والنماذج والمداخل، ومن أهم النظريات التى استخدمت فى الرسائل نظرية ثراء الوسيلة، نظريه الاغتراب السياسى، نظرية تأثيرية الآخرين، نظرية الأطر، نظرية الحضور الإجتماعى، نظرية تفاعل الإنسان مع الآخر، نظرية البناء المعرفى، النظرية البنائية الوظيفية .

ومن أهم المداخل والنماذج التى تم الاعتماد عليها فى دراسات الماجستير والدكتوراه أيضا : المدخل الإدراكى، مدخل الثبات النسبى، مدخل النظم والعملية الإعلامية، مدخل تبنى الأفكار المستحدثة، مدخل تحليل الخطاب، نموذج التحول الإعلامى، نموذج التشاور، نموذج الاستخدام والاعتماد.

فى المقابل نجد الدراسات المنشورة فى مجلات علميه أومؤتمرات تختلف بشكل ملحوظ من حيث إطارها النظرى، حيث نجد تكرار فى نوعية النظريات المستخدمة فى تلك الدراسات فقد حظيت "نظرية الاستخدامات والإشباعات "

ويشكل مبالغ فيه باهتمام الباحثين، أيضا نظريه الاستخدام والاعتماد، نظرية الشأن العام، وتنوعت دراسات أخرى فى النظريات المستخدمة مثل النظرية النسوية، دوامة الصمت، نظرية بناء الأجندة الإلكترونية، نظرية حراس البوابة ألإلكترونيه، أما المداخل والنماذج فكانت كالتالى : مدخل صحافة المواطن، مدخل صحافة المشاركة، مدخل الصحافة التعاونية، مدخل صحافة المصادر المعتمدة على الجماهير، نموذج الأبعاد الخمس للشخصية والذى يقيس السمات الشخصية للفرد. فقد أوضح تحليل تلك الدراسات سطحية تناول وتوظيف النظرية فى عدد غير قليل منها وأيضا فى اختبار فروضها حيث آثر بعض الباحثين وضع النظرية كديكور لتجميل شكل دراسته دون توظيفها أوحتى اختبار فروضها أضف إلى ذلك أن بعض النظريات تطرح فروض غير متسقة مع السياقات المجتمعية، كما لاحظت الباحثة على بعض الدراسات استخدام ثلاثة نظريات أوأكثر وأحيانا أربع مداخل والسؤال الذى يطرح نفسه هنا كيف للباحث اختبار فروض كل هذه النظريات أوالمداخل على موضوعه، وهذا يجعلنا نتساءل أيضا هل الأفضل للباحث اختبار فروض نظريه واحده أوأكثر من نظرية وأيهما يخدم البحث العلمى.

وتؤكد هذه النتيجة على مدى القصور الحاصل فى عدم قدرة بحوث ودراسات الإعلام الجديد فى مجال الإنترنت على بلورة نظريات خاصة بها حتى الآن مع استسهال بعض الباحثين الأخذ من النظريات الغربية دون فحص لمعرفة مدى ملاءمتها للتطبيق على واقعنا العربى فى معظم الأحيان .

<u>- فيما يتعلق بالإطار المعرفى لبحوث ودراسات الإعلام الجديد:</u>

● أظهرت الدراسة انحسار الأفكار الجديدة فى رسائل الماجستير والدكتوراه فى حين نجد تكرار سواء كان متعمد أوبلا قصد فى بحوث المؤتمرات بشكل خاص وأيضا بعض البحوث المنشورة فى المجلات العلمية وهى بالتالى لا تتجاوز إطار التقليد والمحاكاة لأفكار بحثيه قتلت بحثاً سواء فى المدارس الأمريكية أوالعربية، مع اتسامها بالطابع الوصفى على حساب التفسيرى أوالنقدى، وبالتالى ضآلة ومحدودية المردود العلمى على المستوى المعرفى لبحوث الإعلام الجديد على مستوى العالم العربى .

● كشفت الدراسة عن ارتباك أصيب به بعض الباحثين فى التعريف بالمفاهيم والمصطلحات خاصة التعريفات الإجرائية والتى اتسم بعضها بعدم التحديد أوالوضوح . وقد يرجع هذا الارتباك إلى حداثة ظاهرة الإعلام الجديد بكامل أدواته فى مقابل تسارع الباحثين على البحوث المرتبطة بهذا المجال .

● أظهرت الدراسة أن طريقة عرض الباحثين للدراسات السابقة خاصة فى رسائل الماجستير والدكتوراه اتخذت شكلا إنشائيا مطولا أكثر من اللازم، حيث وصلت فى بعض الدراسات إلى 70صفحه ويكتفون بتعليق يكتب فى أخر تلك الدراسات لا يوضح فى معظم الأحيان وجه الإستفاده منها، ورغم أهمية الدراسات السابقة فى أى دراسة علميه إلا أن الإسهاب والتطويل فى عرضها وبشكل إنشائى ودون نقد أوربط بالدراسة قد يقلل من الفائدة المرجوة من عرضها، وهذا يقودنا إلى التأكيد على أهمية تحديد الباحثين لهدفهم من عرض تلك الدراسات وهل يعرضها بهدف فهم أكثر لموضوع دراسته وبالتالى الوقوف على ما تضيفه دراسته خلافا للدراسات السابقة أوهدفه منها تفسير نتائج بحثه وبالتالى يتمكن من عرضها عرضاً ملائما للدراسة.كما أظهرت الدراسة تقسيم الباحثين الدراسات السابقة إلى محاور جاءت فى معظمها مناسبة لطبيعة تلك البحوث .

<u>- الإطار المنهجى لبحوث ودراسات الإعلام الجديد فى مجال الإنترنت:</u>

● أ-المناهج البحثية:

أوضحت الدراسة تركيز غالبية البحوث والدراسات على منهج المسح الإعلامى بشقيه سواء التحليلى أوالميدانى وبعضها اعتمد على المسح ومعه المقارن كمنهج مساعد والقليل جمع بينه وبين العلاقات المتبادلة أومنهج الرصد الداخلى وهوأحد المناهج المستخدمة فى دراسة المواقع على شبكه الإنترنت، ولم يستخدم المنهج التجريبى إلا نادرا، مما يؤكد عزوف الباحثين فى مجال الإعلام الجديد عن البحوث النقدية وتمسكهم بمناهج وأساليب البحوث الامبريقية حتى وإن ظهرت محاولات لتطبيق المناهج الكيفية (كتحليل الخطاب) . وقد يكون السبب فى ذلك هونقص معرفة الباحثين النظرية والعلمية بالبحوث النقدية كما أن عدم استخدام المناهج المختلفة فى دراسة الظواهر والمشكلات الإعلامية والاقتصار على استخدام منهج واحد، يؤدى إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودلالتها .

● **ب- الأدوات البحثية :**

كشفت الدراسة تركيز بحوث ودراسات الإعلام الجديد على بعض الأدوات البحثية وبشكل متكرر فى مقابل التقليل من أواهمال لأدوات بحثيه أخرى هامة وبالتالى فهى تفتقد للتنوع فى استخدام أدوات البحث الاعلامى .

فقد جاء تركيز غالبيه البحوث على الاستبيان سواء بالمقابلة أوبالتليفون أوبالبريد الإلكترونى، والقليل منها على تحليل المضمون (سواء تحليل نصوص أوتحليل الويب) والملاحظة المباشرة، والقليل جدا بل نادرا المقابلات المتعمقة، الملاحظة بالمشاركة، بينما لم تستخدم المناقشات الجماعية الحرة والمركزة رغم أهمية هذه الأداة فى الحصول على بيانات دقيقه وتفصيلية مما يؤكد أيضا على تركيز دراسات الإعلام الجديد على البحوث الوظيفية وأساليب التحليل الكمية التى تدعم الأوضاع الراهنة، مع ابتعاد تام عن البحوث النقدية وأساليب التحليل الكيفية التى تحتاج إليها المجتمعات العربية، لما لها من قدرات فى سبر أغوار المشكلات الاجتماعية والإعلامية، والوصول إلى جذورها بعيدا عن الركض وراء الأرقام وآراء الناس واتجاهاتهم، فالمدرسة الامريكيه التى استقينا منها تلك المناهج والأدوات الكميه بدأت تهتم بالبحث النوعى وبتدريسه فى معظم التخصصات الإنسانية والإجتماعيه خاصة فى مجال الإعلام .

<u>- الأطر الإجرائية لبحوث ودراسات الإعلام الجديد فى مجال بالإنترنت :</u>

أ- مجتمع الدراسة :

أوضحت الدراسة أن معظم دراسات الإعلام الجديد كانت دراسات ميدانيه وبالتالى تمثل مجتمع تلك الدراسات فى جمهور من نوعيات مختلفة كان أبرزها طلاب الجامعات، الصفوة السياسية والفكرية، إلى جانب طلبة وطالبات إعدادى وثانوى أوربات الأسر والموظفين ورجال الأعمال، كما ركزت تلك الدراسات على مجتمعات المدن والعواصم العربية وأهملت أوابتعدت عن مجتمعات الريف والمناطق النائية، رغم أهمية دراستها فى علاقتها بالانترنت وأن كان هناك دراسات قليلة جدا عن هذه المناطق لا تتجاوز دراستان من واقع عينة الدراسة.

كما أوضحت الدراسة أيضا عدم قدرة الباحثين على حصر مجتمع دراستهم وأكتفوا بذكر هذا المجتمع دون تحديد أعداده أوعمل حصر لذلك العدد وقد يرجع ذلك إلى النقص الواضح فى العديد من البيانات والإحصاءات وعدم كفايتها بالإضافة إلى عدم توفر مراكز المعلومات وفى حالة وجودها لا يستطيع الباحث التعامل معها والحصول على مايريده من معلومات فى معظم الأحيان، وبالتالى فقد انعكس هذا القصور فى حصر مجتمع الدراسة على العينات البحثية وعدم تمثيلها علميا لتلك المجتمعات مما لا يمكننا معه تحديد مدى إمكانية تعميم نتائج تلك الدراسات من عدمه.

أما فيما يتعلق بدراسات تحليل مضمون أيضا كانت المشكلة عند الباحثين عدم قدرتهم على حصر المادة الإلكترونية التى سيقومون بتحليلها حيث تغير مضمون مواقع الإنترنت بشكل مستمر خاصة فى مواقع الشبكات الإجتماعيه التى تتطلب أن يكون التحليل آنى والبعض قد تغلب على هذه الإشكالية بتنزيل المادة أوحفظها وإن كان هناك بعض المواقع التى لا تسمح بذلك.

ب- العينات

جاءت العينات فى الدراسات الميدانية غير محدده بمعايير اختيار أوحتى أسباب لاختيار الباحث لهذا العدد نتيجة لما سبق ذكره من عدم قدرة الباحثين على تحديد مجتمع الدراسة، فقد أوضحت الدراسة عدم وجود تنويع فى عينه تلك الدراسات لتمثيل كافه الاتجاهات وأيضا فى الأعداد حيث وجدت الباحثة أن العدد الغالب لعينات الدراسات والبحوث المنشورة هو200 مفردة بل لاحظت تكرار هذا العدد فى الكثير من الدراسات، أما رسائل الماجستير والدكتوراه فكان العدد السائد من -300 400 مفردة، دون ذكر كيفيه سحب تلك العينات .

وفى حاله عينات القائمين بالاتصال فقد تراوحت الأعداد مابين 150-100مفردة وفى حالات قليله التى يمثل فيها القائم بالاتصال الجانب الإدارى لا تتعدى الأعداد 30مفردة .

إن صغر حجم العينة أواتساعه يتوقف على الهدف من الدراسة ولكن فى ذات الوقت فان زيادة حجم العينة يسهم بشكل كبير فى الحصول على نتائج أكثر دقه، وبالتالى التقليل من الخطأ العينى فى النتيجة إلى حد ما، كما أن تحديد مفردات أى عينه لابد أن يكون وفقا لمعايير علمية لا وفقا لأهواء الباحث .

ج- نوع العينة

أظهرت الدراسة تركيز معظم الباحثين فى مجال الإعلام

الجديد على العينة العمديه سواء فى دراسات الجمهور أودراسات المضمون رغم أن هذه النوعية من العينات لا تمثل سوى المفردات التى أجريت عليها، فهى تعد مصدرا من مصادر التحيز فى النتائج ومع ذلك مثلت النسبة الغالبة كنوع عينه من بين باقى الأنواع التى تمثلت فى العينة العشوائية البسيطة أوالمنتظمة أوالطبقية وهذه الأخيرة نادرا جدا استخدامها من قبل الباحثين، أيضا عينه كره الثلج استخدمتها دراستان فقط. فقد اتضح من الدراسة عدم اكتراث بعض الباحثين بأهمية اختيار نوع العينة . الذى يعطى بعدا أكثر أهميه للدراسة فى حاله اختيار نوعية عينات تجعل من الممكن تعميم نتائجها .

كذلك أظهرت الدراسة عدم قدره الغالبية العظمى من باحثى الإعلام الجديد على توضيح طريقه سحب عينتهم، مما يجعلنا لا نستطيع تقييم مدى ملاءمة هذه العينة للدراسة . فالباحث لا بدله من ذكر تفاصيل الخطوات التى يتبعها فى تحديد عينته، والتبريرات المنطقية لذلك، ولابد له أيضا من التحدث عن آثار هذه العينة على نتائج دراسته .

فيما يتعلق بكتابة نتائج البحث فى دراسات وبحوث الإعلام الجديد:

أوضحت الدراسة عدم قدرة عدد غير قليل من الباحثين التفرقة بين طريقه كتابه نتائج الدراسة وكتابة خلاصة النتائج، فقد جاءت خلاصة النتائج فى أغلب الدراسات تكرار للنتائج الكمية للدراسة دون تفسير ودون ربط بالدراسات السابقة ودون أى ربط بالسباقات المجتمعية أوحتى محاولة تفسير الظواهر الإعلامية من خلال إبراز علاقتها بالظواهر الإجتماعيه والثقافية، مما يؤكد أيضا على انغماس الباحثين فى مجال الإنترنت فى البحوث والمناهج الوظيفية التى تقف عند حدود التوصيف والفهم الجزئى المشوه للقضية الإعلامية المدروسة .

كما ترتب على الإشكاليات النظرية والمنهجية السابقة وخاصة العينات عدم الدقة فى نتائج الكثير من بحوث ودراسات الإعلام الجديد فى مجال الإنترنت، كما انعكس هذا القصور على عدم إمكانية تعميم تلك النتائج .

كشفت الدراسة عن تنوع فى خلاصة نتائج تلك الدراسات والبحوث التى تناولت طبيعة استخدامات الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية وحدود تأثيرها فى الشباب فمنها الإيجابى المتمثل فى دور تلك الشبكات فى تحفيز ودعم العلاقات الإجتماعيه، وبناء علاقات إنسانيه على الاهتمامات والأنشطة المشتركة بين المستخدمين، وخلق ساحات واسعة للتعبير عن الآراء، ومنها السلبى المتمثل فى زيادة معدلات الإحباط والعزلة الاجتماعية وفقدان الخصوصية .

ثانياً: النتائج العامة لكل مجال من مجالات بحوث ودراسات الإعلام الجديد المرتبطة بالإنترنت:

أ -بحوث الإنتاج الإعلامى الإلكترونى :

توسعت بحوث الإنتاج الإعلامى الإلكترونى بشكل أكبر فى الفترة الأخيرة من سنوات الدراسة، وشهدت إقبالاً متزايدا من قبل الباحثين، فجاء اهتمام الباحثين بدراسة عملية إخراج وتصميم الصحف والمواقع الإلكترونية من خلال رصد وتحليل وتقويم العناصر البنائية الالكترونية سواء كانت وسائل إعلاميه متنوعة، رسوم متحركة، نصوص الروابط التفاعلية (النصوص الفائقة)إلى غير ذلك، وقد أوضحت الدراسة استعانة تلك الدراسات بمداخل ومناهج وأدوات تقليديه فى معظمها، حيث لم تنجح فى تقديم تفسيرات لبعض الممارسات وإنما اكتفت بتوصيفها .

كما أوضحت الدراسة أيضا اهتمام تلك الدراسات فى تناولها لتصميم المواقع بجانبين : الأول : ضيق ويتناول العناصر التيبوغرافية الجرافيكية بالموقع وتفضيلات الجمهور لها والثانى : دراسة التصميم بمفهوم أعم وأشمل يضم بناء المعلومات وتقسيم الموقع إلى فئات، الأمر الذى يولى مزيدا من الاهتمام بمحتوى الموقع عن شكله الجمالى .

أما فيما يتعلق بدراسات تحليل مضمون المواقع المختلفة والشبكات الاجتماعية فقد دار معظمها فى فلك دراسات تحليل المضمون الظاهر وقلة منها كان حول تحليل الخطاب أوالتحليل الدلالى.

وقد أوضحت الدراسة التنوع فى موضوعات تحليل المضمون على الرغم من قلتها لصعوبة حصر المضمون الالكترونى وتبعثره فى المواقع الالكترونية المختلفة كالشبكات الاجتماعية وغيرها فمنها من ركز على دور المضامين فى التغير السياسى وأخرى اهتمت بالمعايير المهنية والفنية لتلك المضامين،ودراسات اهتمت بنوعية المضامين الثقافية المنشورة على شبكة الانترنت وكان تركيز الباحثين على تحليل مضمون الصحف الالكترونية والمدونات أكثر من اى مواقع أوشبكات أخرى .

كما أوضحت الدراسة اعتماد تلك الدراسات على أدوات أخرى بجانب تحليل المضمون كالاستبيان، حيث جمعت العديد من الدراسات بين تحليل المضمون والميدانى .

وكان الاعتماد الكامل فى دراسات تحليل المضمون على منهج المسح الاعلامى والبعض القليل خلط بين المنهج ونوع الدراسة حيث استخدم المنهج الوصفى، مما يعكس عدم التنوع فى استخدام المناهج فى مجال دراسات تحليل مضمون الانترنت وان تلك الدراسات تركز على المنهج الكمى فى مقابل الابتعاد عن المناهج والأدوات الكيفية . كما غلب على تلك الدراسات استخدامها لعينات صغيرة الحجم مع عدم وجود تبرير لذلك الاختيار .

-أوضحت الدراسة أن الاتجاه الغالب عند الباحثين فى مجال تحليل المضمون هوعدم الاستعانة بنظريات علمية واكتفى الكثيرون بمداخل بدلا من النظريات، وكانت النظرية السائدة فى دراسات تحليل المضمون هى نظرية المسئولية الاجتماعية، نظرية الاغتراب السياسى .

أما المداخل فكانت : مدخل تحليل الخطاب، مدخل النظم، نموذج النظم والعملية الإعلامية نموذج الاتصال عبر الكمبيوتر وكانت تكرار هذه النماذج ملحوظ فى دراسات تحليل المضمون .

وأظهرت الدراسة أيضا أن بعض الدراسات اكتفت بعرض النظرية دون توظيفها لموضوع الدراسة ودون اختبار لفروضها وخلت بعض الدراسات من وجود نظرية .

٢- بحوث القائم بالاتصال فى دراسات الإعلام الجديد :

- أكدت الدراسة على وجود شح كبير فى إقبال الباحثين على دراسات القائم بالاتصال فى مجال الانترنت،وقد جاءت دراسات القائم بالاتصال لتركز على القائمين بالاتصال فى مجال الشبكات الاجتماعية وخاصة المدونات والصحف الالكترونية، كما تركزت تلك الدراسات على الجوانب التكنولوجية للقائم بالاتصال مبتعدة عن الضغوط المهنية التى يتعرض لها القائم بالاتصال فى إعلام الانترنت، ومدى مصداقيته والعوامل المؤثرة على طرحه، وتأثير سياسات النشر الالكترونى عليه،وطموحه ورغبته فى تحسين أوضاعه الوظيفية،إلى جانب اعتبارات آلية العمل وضرورة تقد يم المواد فى أسرع وقت ليتم نشرها فورا .

وأوضحت الدراسة أن أداة الاستبانة كانت هى السائدة فى دراسات القائم بالاتصال بالإضافة إلى المقابلة الشخصية، وساد منهج المسح فى تلك الدراسات بشكل ملحوظ، أما العينات فتراوحت من 150 -50مفردة وقد لجأت بعض البحوث إلى عمل حصر شامل على القائمين بالاتصال ولكن غابت عن هذه العينات مبررات الاختيار.

أما النظريات التى تم الاعتماد عليها فى دراسات القائم بالاتصال فكانت نظرية حارس البوابة هى السائدة تليها نظرية تفاعل الإنسان مع الحاسب الالى، والكثيرون لم يستخدموا نظرية .

٣- بحوث تأثير الإعلام الجديد :

كشفت الدراسة عن اهتمام الباحثين بدراسة تأثيرات الإعلام الجديد، فقد أثار التنوع والتفاعلية الذى عرف به الإنترنت فضول الباحثين الإعلاميين للتعرف على تأثير تلك الوسيلة على المستقبلين للمواد الإعلامية المقدمة من خلال الانترنت، وقد انقسمت دراسات التأثير إلى دراسات سعت إلى دراسة التأثيرات الإيجابية وأخرى سعت إلى دراسة التأثيرات السلبية التى أحدثتها هذه التكنولوجيا على المجتمع وثالثه سعت إلى دراسة تأثير عرض المواد فى نماذج وأشكال مختلفة على مستوى إدراك ومعرفه المتلقين للرسائل المقدمة إليهم، وتمحورت موضوعات التأثير الإيجابى فى: فاعليه استخدامه فى العملية التعليمية لأداء الواجبات المنزلية، تأثير استخدامه على الصحفى فى الصحافة التقليدية، تأثيره على نوعيه المصادر، تأثيره على تطوير الصحف التقليدية، أثره فى تشكيل الرأى العام فى المجتمع العربى، وتأثيراته فى تنميه الوعى السياسى للشباب . كما تركزت موضوعات دراسة التأثير السلبى فى دراسة الآثار النفسية والإجتماعيه التى يحدثها الإنترنت، تأثيره على العلاقات الأسرية، تأثيره على قيم وأخلاقيات المجتمع.

أما موضوعات النوع الثالث فكانت تدور فى فلك تصميم المواقع الإلكترونية وتأثيراتها على درجة الإنتقائية.

- على جانب أخر ركزت بحوث ودراسات التأثير فى معظمها على منهج المسح والقليل جدا اعتمد على المنهج الاستقرائى ومنهج الرصد الداخلى، والمنهج التجريبى والعلاقات المتبادلة.

- ركزت دراسات التأثير على فئة الشباب من الجنسين كمجتمع للدراسة، وربما يكون سبب ذلك لكون الشباب المحرك

الرئيسى لهذه التقنيات والمتأثر الأول بها، ولكن هذا لا يعنى إهمال أوإلغاء الفئات الأخرى من المجتمع كالأطفال أوالنساء أوالريف أوكبار السن ..... إلخ كما تراوحت أعداد العينات التى اعتمدت عليها تلك البحوث مابين 400-200مفردة موزعه بيت الجنسين وقليل من الدراسات اعتمدت على عينات 100-50 مفردة كما أوضحت الدراسة اعتماد دراسات التأثير على أطر نظرية معينة كان فى مقدمتها نظريه الاستخدامات والإشباعات فهى النظرية الأكثر استخداما فى تلك البحوث، تليها نظريه الاعتماد على وسائل الإعلام، ثم النظرية الوظيفية، ونظرية تأثرية الآخرين، نظرية البناء المعرفى، وأهم النماذج أوالمداخل كان نموذج التحول الإعلامى، ونموذج الاستخدام والاعتماد، بالإضافة إلى المدخل الإدراكى فيما يتعلق بالتفاعلية من منظور الجمهور .

٤- بحوث جمهور الإعلام الإلكترونى:

كشفت الدراسة عن حرص الباحثون الإعلاميون على معرفة درجة تعرض الجمهور للمواد الإعلامية المعروضة فى الانترنت واستخداماتهم لها، وكانت أهم الموضوعات التى جذبت اهتمام باحثى الإعلام الجديد فى بدايات الانترنت وحتى فترة قريبة، الموضوعات الخاصة بالتعرض للصحف الالكترونية أومواقع الانترنت المختلفة وأيضا الدراسات الخاصة بالاستخدامات والاشباعات والتى تركز على المتغيرات المتعلقة بخصائص الجمهور واتجاهاته، كما كشفت الدراسة أن الإنترنت كوسيلة اتصال تعتبر على درجه كبيرة من الأهمية رغم حداثتها فى البيئة العربية وأن هناك اتجاها متزايدا للتفاعل والتشارك من قبل الجمهور العربى مع تلك الوسيلة، كما أوضحت الدراسة أن الانترنت كوسيلة اتصال تستطيع أن تستوعب انتباه وتركيز الفرد وأن إشباع الحاجات المعرفية (الحصول على المعلومات) من أهم دوافع الاتصال بالإنترنت . دارت أغلب دراسات الجمهور حول الاستخدامات والإشباعات، والقليل منها كان عن خصائص جمهور تلك الوسيلة المستحدثة، والقليل جدا عن جمهور الصحافة الالكترونية . وقد تركزت عينات دراسات الجمهور فى الشباب من الجنسين وجمهور الصفوة أوجمهور متخصص .

كما أوضحت الدراسة أن بحوث الجمهور اتسمت بما اتسمت به البحوث فى باقى المجالات حيث استخدم الباحثون منهج المسح وأداه الاستبيان هى الغالبة بالإضافة إلى الملاحظة والقليل استخدم المقابلات غير المقننة والمجموعات المركزة، والقليل جدا اعتمد على المجموعات التجريبية، وبالتالى فالاتجاه العام لبحوث الجمهور هوالاتجاه الوظيفى القائم على الرصد والتوصيف، وابتعد الباحثون عن دراسة الجمهور بشكل متعمق وبرؤية نقدية . كما أن التركيز على المناهج والأساليب الوظيفية أدى إلى تكرار ملحوظ فى النتائج وتكرار غير مبرر فى نوعيات تلك البحوث .

٥- دراسات وبحوث مقارنة الوسائل الإعلامية الالكترونية مع الوسائل التقليدية :-

كشفت الدراسة عن اهتمام باحثى الإعلام الجديد بدراسات مقارنة الانترنت كوسيلة جديدة بأقرب الوسائل التقليدية شبها بها، وذلك من اجل التعرف على مدى قدرة الوسائل الرائدة فى المحافظة على كينونتها، وقدرة الجديدة على منافستها أوإلغاء بعض خصائصها، فقد أظهرت الدراسة اهتمام دراسات الوسيلة بمقارنة الإعلام الالكترونى بالإعلام التقليدى فى السمات والخصائص، وأظهرت كيفية مواكبة الوسائل التقليدية للطفرة التقنية الهائلة التى أحدثتها التطورات فى تقنية الاتصالات والمعلومات، كما تطرقت لما أحدثته هذه الوسيلة المستحدثة من تغيرات فى طريقة الاستخدام ودرجة التفاعلية ومدى التشاركية، ثم ما أحدثته من عزلة وانفراد وابتعاد وإقصاء الفرد عن المجتمع، وأيضا ما أحدثته هذه الوسيلة من اندماج وإلغاء الفروقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وأخيرا ما أحدثته من إسقاط لكل الحدود والحواجز الجغرافية والزمانية والبشرية .

لم تكتف الدراسات فى مجال المقارنة بين الإعلام التقليدى والإعلام الالكترونى بالبحث فى جانبى السمات والخصائص من خلال التحليل المباشر لتلك الخصائص والسمات، بل وتوسعت لتقحم الجمهور فى هذا الجانب من اجل التعرف على درجة استيعاب القراء لمادة الصحف الورقية مقارنة بدرجة إدراكهم لما تنشره الصحف الالكترونية .

وقد ركزت هذه الدراسات على منهج المسح والقليل منها اعتمد على المنهج الاستقرائى حيث تطرقت إلى البحث فى التأثيرات المستقبلية لوسائل الإعلام الجديدة على الوسائل التقليدية، وتحديدا الصحيفة الالكترونية على نظيرتها الورقية، ومدى أن تصبح الأولى بديلا للأخيرة من خلال نظرة شمولية لواقع صحف معينة، كما حاولت دراسات أخرى قليلة استقراء

التطورات التقنية فى مجال الاتصال الالكترونى وما يمكن أن تقود إليه فى تغيير الأسلوب التقليدى لتقديم المواد الإعلامية.

كما انحسرت الأطر النظرية فى نظرية انتشار المستحدثات، نظرية ماكلوهان، نظرية القيم المتوقعة . وبالتالى فقد جمعت بحوث مقارنة الوسائل الإعلامية بين المنهجين الكمى والكيفى .

استنتاجات الدراسة:

أولا : استنتاجات خاصة بالأطر النظرية :

- اتسمت بحوث الإعلام الجديد فى مجال الانترنت بشكل عام بقصور فى تطبيق النظرية فقد يكون السبب فى هذا القصور ناتج من :

١- اعتماد الباحثين فى مجال الإعلام الجديد على نظريات غربيه واستسهالهم الأخذ منها دون فحص وتمحيص لمعرفه مدى ملاءمتها مما يحتاج إلى إعادة نظر عند تطبيقها على المجتمعات العربية .

٢- انتماء تلك النظريات إلى علوم أخرى غير الإعلام كعلم الاجتماع وعلم النفس وبالتالى فنحن بحاجه إلى بلوره نظريات خاصة بالإعلام تعالج البحوث الإعلامية بشكل أعمق .

ثانيا: استنتاجات حول موضوعات دراسات الإعلام الجديد:

- اتسمت تلك البحوث بتركيزها على دراسة الأثر السريع والمباشر دون التنبه إلى دراسة الآثار المتراكمة طويلة الأجل التى تفيد فى التغلغل بالمشكلات الإعلامية وبالتالى تأتى نتائج تلك الدراسات فى معظم الأحوال مضلله وخاطئة .

- اتسمت تلك البحوث والدراسات بتركيزها على استخدام الأسلوب النمطى فى معالجتها لبعض المشكلات البحثية دونما محاوله للتعمق فى تحليلها وسبر أغوارها مما يفرز نتائج سطحيه وصفيه ويعطى انطباع أن هذه البحوث محدودة فى اختيارها بين المتغيرات وغير مصقولة فى تصنيفاتها وتحليلاتها .

- اتسمت تلك البحوث بتركيزها على دراسة فئات معينه من الجمهور وخاصة فئة الشباب وإهمال كبير لدراسات القائم بالاتصال مما يعكس استسهال الباحثين فى اختيار عينات متاحة والبعد عن الدراسات التى يبذل فيها جهد مضاعف مثل دراسات القائم بالاتصال حيث أنها محاطة بصعوبات شديدة فى الوصول إلى عينه القائم بالاتصال فى مواقع الإنترنت المختلفة.

ثالثا : استنتاجات حول المفاهيم والمصطلحات:

اتسمت معظم المفاهيم التى تتعامل معها بحوث الإعلام الجديد بعدم الوضوح، فهى لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال فى طور الوصف الكيفى، كما أنها لا تستخدم دائما نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار .

رابعا : استنتاجات خاصة بمنهجية بحوث ودراسات الإعلام الجديد :

- اتسمت تلك البحوث والدراسات بعدم استخدامها للعديد من المناهج البحثية المختلفة، واقتصارها على استخدام منهج واحد هومنهج المسح، وبالتالى احتمالية عدم التمكن من التوصل إلى معلومات صحيحة وصعوبة التثبت من دلالاتها وارد . فقد لاحظت الباحثة إحجام من قبل الباحثين فى مجال الإعلام الجديد عن المناهج والأدوات الكيفية وبالتالى إحجام عن إنتاج بحوث كيفية، وقد يرجع ذلك إلى عدم وضوح الرؤية عند كثير من الباحثين حول البحوث النوعية ومنهجياتها وكيفية تطبيقها، فلا تزال السمة الغالبة على بحوث الإعلام الجديد فى حقل الانترنت، هى أنها بحوث كمية حتى وان ظهرت بعض المحاولات لتطبيق المناهج الكيفية فلا يزال التأثر الأكبر بالمدرسة الامبيريقية .

- اقتصار معظم تلك الدراسات على بعض الأدوات البحثية كالاستبانة وتحليل المضمون مع إهمال أوإغفال لأدوات أخرى أكثر فاعلية فى دراسة الظاهرة الإعلامية وقد تضيف معلومات لا تستطيع الاستبانة رصدها مثل المقابلات غير المقننة والمجموعات المركزة ن ولعل هذا يرجع إلى أمرين : الأول : مرتبط بما يثار من إشكاليات حول استخدام مثل هذه الأدوات، والثانى: مرتبط بضعف التمويل البحثى فى العالم العربى فهذه النوعية من الأدوات تحتاج إلى إنفاق.

- اتسمت بحوث الإعلام الجديد فى حقل الانترنت فى معظمها بأنه يصعب تعميم نتائجها وذلك لاعتماد أغلب الباحثين على نوعية العينات الغير احتمالية، مثل العينة العمدية وعينة الصدفة والعينة المتاحة، وهذه النوعية من العينات تعتبر مصدرا من مصادر التحيز لان نتائجها لا تمثل سوى المفردات التى أجريت عليها، وقد يرجع ذلك إلى عدم الرغبة من قبل بعض الباحثين ببذل جهود مضاعفة لاختيار عينات أكثر دقة وتمثيل لمجتمع الدراسة، بالإضافة إلى تكرار أخطاء الباحثين الآخرين من خلال عملية التكرار، كما يمكن

إرجاع ذلك إلى ما يجده بعض الباحثين من عدم الوعى لدى المتلقين، مما يؤدى إلى عدم حصولهم على البيانات المطلوبة من المبحوثين خاصة فى القطاعات الريفية والشعبية والبدوية .

المقترحات البحثية

توقفت حدود هذه الدراسة عند تحليل ونقد دراسات وبحوث الإعلام الجديد فى مجال واحد هوالانترنت على المستويين النظرى والمنهجى فى الفترة من 2011- 2007وليست هذه الحدود هى كل ماتثيره دراسات الإعلام الجديد، بل هناك العديد من الأفكار التى خرجت بها الباحث من هذه الدراسة .

- دراسات نقدية مقارنه لبحوث الإعلام الجديد فى المجالات الأخرى كالإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمه، أوالإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

- إجراء دراسات نقدية على استخدامات الباحثين للنظريات وكيفيه توظيفها .

- إجراء دراسة مستقبليه عن مستقبل دراسات الإعلام الجديد فى العلم العربى.

- إجراء دراسات مقارنه بين بحوث ودراسات الإعلام الجديد فى العالم العربى والدول الغربية .

- دراسات مقارنة لبدايات دراسات الاعلام الجديد وما وصلت اليه الان .

مراجع ومصادر الدراسة

١- امينة رشيد، واقع البحث العلمى فى الوطن العربى وطموحه، صحيفة الجماهير السورية..2/3/2008
http://jamahir.alwehda.gon.sy/-print-veuw.asp

٢- محمد ياقوت، البحوث العلمية فى الوطن العربى غير مجدية، الرياض : مجلة المعرفة، العدد . 136 ?2/6/2007

٣- عيسى شماس، واقع البحث العلمى فى الوطن العربى، مدونة محمد سعد ياقوت.. 7/12/2007

٤- فاروق الباز، العرب وأزمة البحث العلمى، مجلة العربى، العدد 547دولة الكويت، يونيو2004صـ19.

٥- عبد العزيز المقالح، واقع البحث العلمى فى الجامعات العربية، مركز الجزيرة للدراسات.. 9/11/2009

٦- عثمان العامر، البحث العلمى: إشكاليات ومعوقات، المباشر نت،12/1/ 2010 .

٧- محمد الطائى، إشكاليات البحث العلمى فى الوطن العربى مع إشارة خاصة إلى الأردن، حلقة نقاش، الأردن،9/4/2009
-http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx

٨- لمزيد من التفاصيل عن إشكاليات المنهجية فى بحوث الإعلام أنظر :
- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة :عالم الكتب.. 2006

- محمد شومان، إشكاليات تحليل الخطاب فى الدراسات الإعلامية العربية : الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا،أبريل 2004 .

- محمد ياقوت،البحوث العلمية فى العالم العربى غير مجدية، الرياض مجلة المعرفة، العدد . 136 2/6/2007

٩- لمزيد من التفاصيل الخاصة بالإشكاليات الخاصة بالجمهور انظر :

١٠- حمد عاصم الاعرجى، الوجيز فى المناهج البحث العلمى، القاهرة: دار الفكر العربى.. 1995

١٢- محمد عبد الحميد، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، القاهرة : عالم الكتب.. 2000

١٤- مبروكة عمر محيرق، الدليل الشامل فى البحث العلمى، القاهرة : مجموعة النيل العربية.. 2008

١٥- شيماء ذوالفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية فى الدراسات الإعلامية، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.. 2009

وانظر أيضا :

Neuendorf,k,The content analysis guidebook, Thousand oaks,CA:saga,2002 .

(16)vin crosbie,what is New media ,1998 http:// www.digitaldeliverance,comphil sophy Accessed jolly - 2006<definition definintion,html

(17)Richard Davis, Diana Owen, New media and American politics, Newyork:oxford university press , 1998,p.g

(18) عباس مصطفى صادق،الإعلام : المفاهيم والوسائل والتطبيقات عمان : دار الشروق،?2008صـ 34

(19) المرجع السابق صـ 35 .

البحوث والدراسات التى تم تحليلها:

(20)التفاعلية فى الصحف العربية على الانترنت، سعيد الغريب،، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل 2009

دور التواصل فى تعزيز الهوية الوطنية واستلابها، خليل أحمد خليل،(21) مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاحتماعى، الرياض، جامعة الملك سعود، 15-17 فبراير 2009 .

محمد سعيد ووجدى شفيق، الآثار الاجتماعية للانترنت على الشباب، (22) جامعة طنطا، بكلية الآداب، www. Almutabbi .com / al.asp 2008

استخدام كتاب الصحف للانترنت وتاثيره على درجة اعتمادهم على(23) المصادر الأخرى –دراسة ميدانية على عينة من كتاب المقالات فى الصحف السعودية، محمد السويد، دراسة مقدمة لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، الرياض، . 2009

انعكاسات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية لمراسلى(24) وكالات الأنباء ودورها فى عولمة الثقافة والتغير الاجتماعى، هالة نوفل، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، الرياض، جامعة الملك سعود، مارس. 2009

ظاهرة المدونات فى الشبكات العنكبوتية : دراسة للمضمون والقائم(25)

بالاتصال، أحمد حسين محمدين، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، الرياض، . 2009
الصحافة الالكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية : دراسة تحليلية(26) لعينة من الصحف الالكترونية العربية، جاسم محمد الشيخ جابر، مؤتمر "إعلام جديد"، تكنولوجيا جديدة لأجل عالم جديد، البحرين، 2009
عبد الجواد سعيد، التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية(27) والاجتماعية لدى شباب الريف، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل .2009
فوزية عبد الله ال على، الآثار الاجتماعية والنفسية للانترنت على(28) الشباب فى دولة الإمارات . دراسة ميدانية، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل 2009 .
(29)عفاف عبد الله أحمد إسماعيل، عبد الرحمن جعفر عبد الرحمن، تأثير الانترنت فى علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية، دراسة ميدانية على عينة الشباب فى ولاية الخرطوم، السودان، مؤتمر الإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، فبراير . 2009
(30)عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتى، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل . 2009
(31)ميمون الطاهرى، الإعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية : جنيا لوجيا الهوة ومساءلة الخطاب ، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل . 2009
(32)عصام سليان الموسى، العرب وثورة الاتصال المعاصرة : الإعلام العربى على مفترق الطرق، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل . 2009
(33)عبد المحسن بدوى محمد أحمد، مشكلات الإعلام الجديد، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل 2009
(34)حاتم الصريدى، الصحف الالكترونية البحرينية : دراسة فى تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل 2009.
(35)أمال قراص، قراءة فى محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، مؤتمر البحرين الدولى، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، كلية الإعلام، ابريل .2009
(36)عزه الكحكى، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((37فؤاده البكرى، الهوية الثقافية العربية فى ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((38جابر محمد الشيخ جابر، الصحافة الالكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الالكترونية العربية، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((39خيرت معوض محمد عياد، استخدام الانترنت كوسيلة اتصال فى مجلات التسويق السياسى : دراسة على حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية 2008مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((40محمد أحمد القضاة، الثقافة كمتغير فى الاتصال التفاعلى عبر وسائل الإعلام الجديد، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((41رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعى لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((42الصادق رابح، المدونات والوسائل الإعلامية بحث فى حدود الوصل والفصل، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((43سعيد محمد الغريب، التفاعلية فى الصحف العربية على الانترنت، مؤتمر البحرين الدولى، مرجع سابق.
((44السيد عبد المولى أبوخطوة، تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وآثارها التربوية، المؤتمر الدولى الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، الرياض، مارس . 2009
(45)عيسى عبد الباقى، انعكاسات الاتصال التفاعلى عبر وسائل الإعلام الجديد على تنمية وعى الشباب الجامعى بالقضايا السياسية، المؤتمر الدولى الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، جامعة الملك سعود، الرياض، مارس . 2009
(46)عزه عبد العزيز عبد اللاه، العوامل المؤثرة على استخدام الفتيات فى السعودية مصر للانترنت، مؤتمر تقنيات، المؤتمر الدولى الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى، مرجع سابق .
((47أشرف جلال حسن محمد، أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع –المنتديات –المدونات) على تشكيل الرأى العام فى المجتمع العربى، المؤتمر الدولى الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعى .
((48سيد بخيت، أدوار مستخدمى المواقع الالكترونية فى صناعة المضامين الإعلامية : دراسة فى المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام،العدد 2المجلد 9يولية –ديسمبر . 2008
(49)محمد سعد إبراهيم،تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب على الانترنت واتجاهاتهم نحوالرقابة الأسرية فى إطار نموذج تأثريه الآخرين، المؤتمر العلمى الأول : الأسرة والإعلام وتحيات العصر، 17-1فبراير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، .2009
(50)أشرف جلال، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل، المؤتمر العلمى الأول، الأسرة والإعلام .
((51خيرت معوض محمد عياد، استخدام الانترنت كوسيلة اتصال فى حملات التسويق السياسى، دراسة لحملة انتخابات الرئاسة الامريكيه 2008 المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد 33 يناير –يونيه . 2009
(52)عبد الله الزين الحيدرى الإعلام الجديد : النظام والفوضى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد 33يناير – يونيه . 2009

(53)جمال عبد العظيم أحمد، أطر إنتاج الخطاب الخبرى فى المواقع الإلكترونية فى الأزمات الدولية : دراسة حاله لموقعى (بى بى سى والعالم، بالتطبيق على أزمة احتجاز البحارة البريطانيين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة : كليه الإعلام، العدد ? 34يوليو –اكتوبر . 2009

(54)شيماء ذوالفقار حامد، العلاقة بين حجم التعرض للمدونات السياحية والأخبار التليفزيونية ومستوى الاغتراب السياسى لدى الشباب المصرى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد ? 34 يوليو –اكتوبر . 2009

(55)صابر حارص محمد، علاقة الأسرة السعودية بالمجتمعات الافتراضية خلال العقد الأول من استخدامها للإنترنت ? 2009-1999المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد ? 34يوليو –اكتوبر 2009 .

(56)رضا أمين عبدالواحد، حدود التفاعل الإجتماعى فى المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس . 2009

(57)حلمى محمود أحمد محسب، قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعى الجزيرة و CNNبحث منشور، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغيير الاجتماعى 17-15مارس . 2009

(58)سيد بخيت ادوار مستخدمى المواقع الإلكترونية فى صناعه المضامين الإعلامية : دراسة فى المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد التاسع، العدد الثالث،يناير – يونيو، . 2009

(59)رفعت عارف الضبع، استخدام المراهقين بالعالم العربى للفيس بوك والاشباعات المتحققة لديهم، دراسة ميدانيه على طلاب المرحلة الثانوية بالعالم العربى فى ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد التاسع، العدد الثالث، يناير –يونيو، . 2009

(60)همت حسن عبد المجيد، الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية فى إطار نظرية تأثير الشخصى الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كليه الإعلام، العدد ? 28أكتوبر ديسمبر . 2007

(61)محمد سعد الدين محمد الشربينى، دور شبكة الانترنت فى إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التى تتعارض مع القيم الأسرية : دراسة ميدانية، المؤتمر العلمى الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة،كلية الإعلام، 17-15فبراير .2009

(62)نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة على مستخدمى موقع فيس بوك، المؤتمر العلمى الأول" الأسرة والإعلام وتحديات العصر، مصدر سابق.

((63هشام عطية عبد المقصود، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشئون العامة فى وسائل الإعلام الجديدة : دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية، المؤتمر العلمى الأول" الأسرة والإعلام وتحديات العصر، مصدر سابق.

((64إبراهيم إسماعيل عبده محمد، التقنيات الاتصالية الحديثة والهوية الثقافية للشباب فى المجتمع العربى : دراسة فى الأطر المحددة والأبعاد العولمية ذات الصلة، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس . 2009

(65)طه عبد العاطى مصطفى نجم، الانترنت وحماية حقوق الإنسان : رؤية تحليلية نقدية، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس . 2009

(66)محمد بن سعود بن خالد، تقنية الاتصال الحديثة بين القبول والمقاومة : المملكة العربية السعودية نموذجا، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس . 2009

(67)احمد حسين محمدين ن ظاهرة المدونات فى الشبكة العنكبوتية : دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس . 2009

(68)هالة كمال نوفل، انعكاسات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية لمراسلى وكالات الأنباء ودورها فى عولمة الثقافة والتغير الاجتماعى، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الإجتماعى، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 17-15مارس (69) . 2009أميرة النمر، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية : دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثامن، العدد الرابع "أكتوبر – ديسمبر" 2007 ص ص 275 - 231

(70)مى الخاجة، استخدام شبكات المعلومات "الانترنت" فى مجال العلاقات العامة : دراسة تطبيقه على بعض المؤسسات الإماراتية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السابع والعشرون " يوليه – سبتمبر " 2007ص ص .394 -317

(71)منال أبوالحسن، دور شبكة الانترنت فى دعم الحوار الأسرى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السابع والعشرون" يوليه – سبتمبر" ? 2007ص ص .503 - 423

رسائل الماجستير والدكتوراه:

((72فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، تأثير استخدام شبكة الانترنت على المنتج الصحفى، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، . 2007

(73)مها عبد المجيد صلاح، المتغيرات المؤثرة على التفاعلية فى النشر الصحفى على شبكة الانترنت : دراسة تحليلية وشبه تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام . 2007

(74)هند أحمد بدارى، تأثير استخدام الجمهور المصرى لوسائل الاتصال الالكترونية المستخدمة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، . 2007

(75)مروة محمد شبل، تصميم الإعلان الالكترونى على شبكة الانترنت وأثره فى تذكر مضمون الإعلان فى إطار نظرية تمثيل المعلومات : دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، . 2009

(76)فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم، العلاقة بين المدونات الالكترونية والمشاركة السياسية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، . 2009

(77)عمرومحمد اسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية : دراسة على موقعى ال يوتيوب YouTubeوال فيس بوك face bookرسالة دكتوراه كلية الإعلام، قسم

الإذاعة، . 2011
(78)هناء كمال ابواليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصرى لشبكة الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2008
(79)عمرومحمد اسعد، العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية : دراسة على موقعى اليوتيوب والفيس بوك رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2011
(80)عبير محمد محمدى، تأثير طرق العرض فى إدراك وتذكر المضمون الاخبارى : دراسة تجريبية مقارنة بين التلفزيون والوسائط المتعددة عبر الانترنت رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2011
(81)مروة عطية محمد، العوامل المؤثرة على انقرائية الخبر الصحف فى الصحف المطبوعة والالكترونية، كلية الإعلام قسم الصحافة . 2009
(82)دعاء مختار محمد عضوب، الخطاب الاعلامى الفلسطينى والاسرائيلى لتداعيات إحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية على شبكة الانترنت : دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المواقع الفلسطينية والإسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام . 2009
(83)سامية حامد مصطفى، اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الالكترونية دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، . 2010
(84)محمد رضا محمد، علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والانترنت بمستوى المعرفة –السياسية للشباب المصرى، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة، ماجستير، قسم الصحافة . 2010
(85)إيناس محمد مسعد فهمى، اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة فى تكوين الرأى العام المصرى اتجاه القضايا الدولية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، . 2006
(86)محمود معروف محمد عبد الرحمن، تأثيرات التقنيات الصحفية الحديثة على تطوير الإخراج الصحف لبعض إصدارات المؤسسات الصحفية المصرية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، قسم الصحافة، . 2007
(87)أسماء محمد محمود عساف، استخدام المراهقين للانترنت وعلاقته بالاغتراب الاجتماعى لديهم، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، رسالة ماجستير غير منشورة، . 2008
(88)حاتم محمد عاطف عبد الخالق سعد، اثر استخدام الانترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة : دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : قسم العلاقات العامة، . 2010
(89)خالد عبد الله النامى، معالجة قضايا حقوق الإنسان فى الصحف وشبكة الانترنت فى المملكة العربية السعودية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، . 2010
(90)مها على حسن البطراوى، استخدام شبكة المعلومات الانترنت كوسيلة إعلانية : دراسة مقارنة على عينة من الشركات المصرية والدولية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، . 2007
(91)منار فتحى محمد رزق، تصميم المواقع الالكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت : دراسة مقارنة فى التقنيات والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة،جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2009
(92)عبير إبراهيم محمد عزى، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام : دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2009
(93)عبد الله محمد أبورواس، معالجة مواقع الانترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسى فى المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، .2007
(94)علياء سامى عبد الفتاح، دور وسائل الاتصال الحديثة فى تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعى : دراسة مقارنة بين مستخدمى وسائل الاتصال التقليدية والانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، .2007
(95)معين صالح يحيى، تفضيلات مستخدمى الانترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية : دراسة تحليلية ميدانية على المواقع الموجهة للجمهور العربى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام،قسم الصحافة، .2009
(96)سماح عبد الرازق الشهاوى، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الانترنت : دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2009
(97)أمينة مصطفى حامد، اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الالكترونية : دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2010
(98)فاطمة فايز عبده قطب، علاقة التعرض للمواقع الالكترونية الشبابية والمنتديات بترتيب الشباب لأولويات قضاياهم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2011
(99)سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والالكترونية باتجاهاتهم نحوظاهرة الإرهاب : دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2007.
(100)دعاء عادل محمود، توظيف المنظمات الحقوقية والتنموية المصرية لشبكة الانترنت ودوره فى التفاعل مع قطاعات المجتمع المصرى : دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2010
(101)أسماء فتحى شعبان، العلاقة بين النوع الاجتماعى واستخدام شبكة المعلومات الدولية : دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، .2010