

## الدراسات الإعلامية المصرية فى مجال وسائل الإعلام الجديدة خلال العقد الأول من القرن الحادى والعشرين دراسة تحليلية

د. منى مجدى فرج عبد المقصود\*

### مقدمة:

ظلت دراسات الإنترنت حتى أواخر التسعينات بمثابة مجالاً جديداً للبحث فى حقل الإعلام والعلوم الاجتماعية بشكل عام، إلا أن التقدم التكنولوجى الكبير - خاصة فى مجال الاتصالات - فى السنوات الأخيرة - فرض تغيرات جديدة على الساحة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، من أبرز سماتها تغلغل انتشار الإنترنت وتطبيقاته فى أبسط الأنشطة الحياتية اليومية، الأمر الذى انعكس بدوره على التنامى المطرد للبحوث العلمية الأكاديمية فى هذا المجال.

ومن ثم فإن دراسات المستوى الثانى تعد خطوة أساسية للتقييم المرحلى وتزويد الباحثين بملامح الصورة العامة للدراسات الحالية فى مجال وسائل الإعلام الجديدة، فى محاولة علمية لرصد وتفسير الوضع الحالى والتعرف على أبعاد هذا التطور.

شهدت مصر توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة فى إنشاء كليات وأقسام ومعاهد لتدريس الإعلام على مستوى الجمهورية، وتعددت المؤتمرات السنوية والدوريات البحثية المتخصصة، واتسعت رقعة الخريجين وأعضاء هيئة التدريس، الأمر الذى أدى لزيادة حركة النشاط العلمى فى مجال الإعلام، وتوافر التراكم المعرفى لبحوث الإعلام فى ظل اقتصاد المعرفة أو التكنولوجيا الرقمية.

وفى ضوء المستجدات السياسية والتحولات المجتمعية التى تمر بها البلاد مؤخراً تظهر الحاجة الماسة لإعادة تقييم الذات فى مجال البحث العلمى الإعلامى العربى، وتعظيم جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة، مما يمثل خطوة نحو إمكانية عقد المقارنات والانطلاق للتخطيط المستقبلى نحو رؤية بحثية أكثر عمقاً .

\* مدرس - قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

### مشكلة البحث وأهميتها :

تبرز أهمية البحث المقترح في تحليل الجوانب المنهجية والموضوعية للدراسات السابقة بتطبيق أسلوب التحليل البعدي - كمنهج وصفي تحليلي - والمنهج المسحي الببليومتري Biblio-metric evaluation، الذي بدأ ينمو بصورة متزايدة في أوروبا وأمريكا منذ عام ١٩٧٦، إلا أن المكتبة الإعلامية العربية لازالت تعاني بشكل عام من ندرة تطبيق هذين المنهجين.

ويتمثل الاهتمام الرئيسي للدراسة الحالية في رصد وتحليل واقع البحوث الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة - من مواقع انترنت وصحف إلكترونية وراديو إنترنت وهاتف محمول - التي أنتجت خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين (٢٠٠١-٢٠١٠)، الأمر الذي يساهم في تحديد نقاط القوة والضعف لتاريخ الدراسات الإعلامية خلال تلك الفترة، وكذلك تسليط الضوء على الفجوات التي ينبغي أن تركز عليها الدراسات المستقبلية في مجال وسائل الإعلام الجديدة، وما يمكن أن يحمله الواقع من مؤشرات خاصة بالفرص والتحديات المستقبلية التي تؤثر على تحديد التوجهات في البحث الأكاديمي الإعلامي.

### الدراسات السابقة :

منذ ظهور أسلوب تحليل المستوى الثانى من البيانات Meta-Analysis research على يد روجرز Rogers بالولايات المتحدة الأمريكية فى الثمانينات من القرن التاسع عشر، اعتبره الباحثون أحد الأساليب الهامة فى تحليل عناصر ومؤشرات نتائج التراكم العلمى مختلف مجالات المعرفة<sup>(١)</sup>، وتجلت تطبيقات ذلك فى مجال الإعلام بدءاً من ثلاثينيات القرن العشرين<sup>(٢)</sup> لتظهر فى العديد من الدراسات مثل دراسة الطرق المنهجية والاتجاهات البحثية خلال الفترة من ١٩٧٤ وحتى ١٩٩٨<sup>(٣)</sup>، ودراسة المقالات المنشورة فى ثمانية دوريات علمية فى مجال الإعلام لبحث ارتباط النظرية بالتطبيق خلال الفترة من ١٩٦٥ وحتى ١٩٨٩<sup>(٤)</sup>، إلى جانب توظيف التحليل البعدي فى البحوث النقدية لوسائل الاتصال<sup>(٥)</sup> وتحديد أوجه الربط بين المداخل العلمية والنقدية<sup>(٦)</sup>.

وتأتى دراسة قمحاوى وويفر (٢٠٠٣) لتوفر نظرة عامة حول اتجاهات بحوث الاتصال الجماهيرى بعشر دوريات علمية خلال فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضى، التى أوضحت غلبة الاتجاه الكمى فى بحوث الإعلام على الاتجاه الكيفى، وأوعزت ذلك بالأساس إلى توجهات الجهات الممولة للدراسات حينئذ<sup>(٧)</sup>.

وعلى مستوى وسائل الإعلام الجديدة، تعددت الدراسات التى تناولت الاتجاهات البحثية فى بحوث الإنترنت بداية من عام ٢٠٠٠، بالتطبيق على ١٩ دراسة منشورة وغير منشورة استخدمت تحليل المضمون كأداة لتحليل مواقع الإنترنت، وانتهت الدراسة إلى وجود ميل واضح نحو الجانب الوصفى وندرة اختبار علاقات بين المتغيرات وغياب التطوير النظرى وافتقار نصف الدراسات إلى تحديد أى معلومات خاصة بالأشخاص القائمين بعملية التكويد أو إجراءات الصدق<sup>(٨)</sup>.

وفى دراسة أخرى خاصة بتحليل عناوين البحوث الخاصة بالإنترنت خلال الفترة من ٢٠٠٣ - وحتى ٢٠٠٤ أظهرت النتائج التركيز بصفة أساسية على القضايا الاجتماعية والثقافية ودور الإنترنت فى المؤسسات الرقمية إلى جانب قضية الإتاحة والعدالة والقضايا الإخبارية واستخدامات الوسيلة والمدونات<sup>(٩)</sup>.

وفى عام ٢٠٠٥ أجريت دراسة هامة لمقارنة بحوث الإنترنت التى أجريت خلال الخمس سنوات الأولى من القرن الواحد والعشرين بالخمس سنوات الأخيرة من القرن العشرين، ورصدت النتائج استمرار غلبة الطرق الكمية على الطرق الكيفية، إلى جانب تطور دراسات الإنترنت من مجرد بحث الوسيلة ذاتها واستخداماتها إلى مرحلة جديدة تعالج بشكل تفصيلى تأثيرات الوسيلة على مستويات عدة، إضافة إلى زيادة قاعدة الأدوات البحثية التى اعتمدت عليها تلك الدراسات، وتنامى الاعتماد على نظريات حديثة تم تطويرها خصيصاً لتتلاءم مع خصائص الوسيلة الجديدة<sup>(١٠)</sup>.

وامتد تيار استخدام التحليل البعدى لبحوث الإعلام لينتقل من الولايات المتحدة الأمريكية إلى بقية دول العالم، وفى الصين على سبيل المثال أجريت أول دراسة لمراجعة التراث الأكاديمى عام ٢٠١١ بالتطبيق على ١٤٧ دراسة نشرت بدوريات أكاديمية عالمية متخصصة خلال الفترة من ١٩٩٨ وحتى ٢٠٠٨. وتوصلت الدراسة إلى وجود إقبال مكثف من جانب الباحثين خلال السنوات الأخيرة على دراسة وسائل

الإعلام الجديدة خاصة بالنسبة للإنترنت والهواتف المحمولة وتطبيقاتها وتتبع الباحث بزيادة الاعتماد على الطرق الكمية في البحوث الإعلامية<sup>(١١)</sup>.

وفي دراسة كمية وكيفية حديثة لبحوث الإعلام في الصين خلال الفترة من ٢٠٠٠ وحتى ٢٠١٠، بتصميم أداة تحليل المحتوى لعدد ١٥٩ بحث منشور في عشرين دورية عالمية مختصة بدراسات الإعلام، كشفت النتائج عن تفضيل الباحثين لاتجاه البحث الكيفي عن البحث الكمي، وقلة التركيز بشكل عام استخدام نظريات الإعلام والاتصال كمرجعية نظرية في مقابل الاعتماد المتزايد على اختبار النظريات الثقافية وكذلك النظريات التي تعود بالأساس لتخصصات مختلفة بخلاف الإعلام Interdisciplinary مثل الاتصال السياسي، مما يوضح سيطرة المدرسة النقدية على بحوث الإعلام بالصين . وعلى الرغم من كشف الدراسة عن سيطرة الوسائل المطبوعة والإذاعية والمرئية على دراسات وسائل الإعلام بالصين بشكل عام، إلا أنها رصدت تزايد أعداد البحوث الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة خلال السنوات الأخيرة<sup>(١٢)</sup>.

وعلى مستوى الدراسات العربية - وتحديداً عام ١٩٨٠ - قامت وحدة بحوث الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بتقديم أول محاولة جادة لرصد البحوث الإعلامية في مصر حتى عام ١٩٧٧، بواقع ٣٦ رسالة ماجستير ودكتوراه منحتها كلية الإعلام جامعة القاهرة . وأظهرت النتائج غلبة الاتجاه الوصفي بشكل عام والاعتماد بصورة أساسية على أدوات صحيفة الاستبيان وتحليل المضمون<sup>(١٣)</sup>.

وبعد مرور ستة عشر عاماً ظهرت محاولة أخرى لرصد وتحليل البحوث الجامعية في مجال الإعلام بكلية الآداب جامعة أسيوط منذ نشأتها وحتى عام ١٩٩٤، بلغ حجم عينتها ٣١ رسالة ماجستير ودكتوراه، وتؤكد مرة أخرى الاعتماد على المنهج الوصفي (بشقه المسحي الميداني) لنحو ثلاث أرباع العينة، والغياب التام لاستخدام المنهج التجريبي في الدراسات موضع التحليل، مع قصور في بعض الإجراءات المنهجية الخاصة بأساليب اختيار مجتمع البحث، وكذلك إجراءات سحب العينة<sup>(١٤)</sup>.

ويأتى عام ٢٠٠٠ لتظهر أكثر البحوث شمولاً لواقع الدراسات الإعلامية المصرية فى مجال الوسائل الإلكترونية خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين، والتي اشتملت على رصد وتحليل ٢٥٦ دراسة ماجستير ودكتوراه على مستوى جامعات القاهرة وعين شمس وطنطا وأسيوط والأزهر والزقازيق والمنوفية والإسكندرية وقناة السويس والمنصورة، إضافة للبحوث المنشورة فى دوريات المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة)، ومجلة كلية الآداب (الزقازيق)، ومجلة كلية التربية (دمياط) .

وأظهرت الدراسة ظهور الإنترنت فى المرتبة الرابعة بعد التلفزيون والراديو والفيديو من حيث ترتيب الوسائل الإلكترونية (٧ دراسات)، وجاء مسح الجمهور أكثر المناهج البحثية المطبقة يليه مسح المضمون ثم المنهج التجريبي بنسبة منخفضة . أما على مستوى الأساليب المطبقة فى جمع البيانات التى اعتمدت على المنهج المسحى فقد جاء الإنترنت فى الترتيب الخامس بواقع ١,١% بعد المقابلات الشخصية والاستمارات التى يملؤها المجيب والبريد والتسجيل الصوتى. وفيما يتعلق بالأطر النظرية فقد سيطر مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل عام على البحوث موضع التحليل .

ويظل أسلوب التحليل البعدى على المستوى الثانى غائباً عن البحوث الإعلامية المصرية لمدة عشر سنوات حتى تأتى أول مبادرة مؤسسية منظمة برعاية الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم - وبالتعاون مع كلية الإعلام جامعة القاهرة فى المؤتمر الدولى السابع عشر للكلية - بواقع عشرين ورقة بحثية تستهدف رصد وتوثيق وتحليل وتقييم الدراسات الإعلامية فى مجالات متعددة خلال نصف القرن العشرين.

وبشكل عام، نجد أنه من الملاحظ على الدراسات العلمية التى جاءت فى هذا المؤتمر عدم توحيد الفترة الزمنية الخاضعة لإجراء التحليل البعدى، وكذلك أداة التحليل التى اختلفت فئاتها من دراسة لأخرى، واختلاف طرق البحث ما بين كمية وصفية ونقدية تحليلية، واقتصار عدد منها على مجرد الرصد دون التحليل والتفسير المنطقى للربط بين النتائج، الأمر الذى أدى لغياب الرؤية الشاملة النقدية لذلك الجهد العلمى المنظم، واستحال معه إجراء مقارنات كلية تعكس وضع البحوث الإعلامية المصرية

بشكل عام وتضع رؤية مستقبلية تفصيلية تحدد الأولويات البحثية في حقل الإعلام خلال المرحلة القادمة.

ومن ضمن الأوراق العلمية الجادة التي عرضت خلال هذا المؤتمر البحث الكمي والكيفي للدراسات العلمية المصرية في مجال الإعلام الدولي منذ السبعينات وحتى العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، لرسائل الماجستير والدكتوراه وبحوث الدوريات العلمية بواقع ٣٧ دراسة. وأشارت النتائج إلى احتلال الإنترنت المرتبة الرابعة (١١%) من حيث ترتيب الوسائل الإعلامية في دراسات الإعلام الدولي بعد الراديو والصحافة والقنوات الفضائية ووكالات الأنباء. وقد جاءت نوعية الدراسات في أغلبها وصفية تحليلية استخدمت بصورة أساسية منهج المسح (٦٥%)، بالاعتماد على استخدام تحليل المضمون (٧٠%) يليه صحيفة الاستبيان (١٨%). ومن أهم الملاحظات الكيفية التي أشارت لها تلك الدراسة قلة الدراسات الإعلامية المخصصة لشبكة الإنترنت ودورها على الساحة العالمية على الرغم من خطورتها كوسيط اتصالي<sup>(١٥)</sup>، إلا أن الدراسة اقتصررت في جانبها الكمي على تحديد الوسائل الإعلامية والقضايا والمناهج والأدوات المستخدمة فقط، كما أنها لم تقدم تحديداً واضحاً لمجتمع الدراسة من حيث المصادر، أو أداة جمع البيانات واختبارات الثبات.

وفي بحث آخر بالمؤتمر ذاته حول رصد اتجاهات دراسات الإعلان في الفترة من ١٩٩٠ وحتى ٢٠١١ - بالتطبيق على ٥٠ رسالة ماجستير ودكتوراه وبحوث في دوريات علمية - توصل الباحث إلى اعتماد الدراسات بشكل رئيسي على المنهج الوصفي (مسح الجمهور والمضمون) مع ندرة استخدام المناهج التجريبية والغياب التام للدراسات الاستكشافية أو السببية. وإلى جانب ذلك رصد البحث قلة الدراسات التي أجريت على الإعلان الإلكتروني وإعلانات المحمول (دراستين) مما يوضح إغفال التركيز على قضية وسائل الاعلام الجديد<sup>(١٦)</sup> وهي النتيجة ذاتها التي تم التوصل لها في بحث دراسات بحوث الرأي العام خلال الفترة من ٢٠٠٠ وحتى ٢٠١١ من حيث ندرة الدراسات التي تعرضت للرأي العام الإلكتروني أو دراسة الانترنت وعلاقته بالرأي العام<sup>(١٧)</sup>.

ولعل أكثر البحوث العلمية ارتباطاً بالدراسة الحالية الورقة البحثية المقدمة بعنوان مسح التراث العلمى للدراسات العربية فى مجال وسائل الإعلام الجديدة، التى رصدت ١٨ دراسة ارتبطت بشكل مباشر بالإنترنت والهاتف المحمول خلال الفترة من ٢٠٠٠ وحتى ٢٠١١ بالمجلة المصرية لبحوث الرأى العام والمجلة المصرية لبحوث الإعلام<sup>(٨)</sup>. ويلاحظ على البحث السابق الاكتفاء بالرصد السردى للدراسات وفقاً للترتيب الزمنى دون تطبيق أى أداة لتحليل المحتوى يمكن من خلالها الحصول على مؤشرات تفسيرية تحليلية للدراسات، إلى جانب الاعتماد فى الرصد فقط على معيار تضمن عنوان الدراسة لكلمة "الإنترنت" أو "الهاتف المحمول"، الأمر الذى أفقد النتائج الدقة العلمية المطلوبة .

وباستعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية ، استفادت الباحثة من البحوث السابقة فى مجال بلورة إشكالية الدراسة، وتصميم أداة تحليل المضمون بفئاتها المختلفة، بما يتفق وطبيعة أهداف الدراسة الحالية، مثل : تحديد القضايا والموضوعات والأطر النظرية المستخدمة والأدوات والجوانب المنهجية والتحليل الإحصائى.

### **مجتمع الدراسة :**

يتمثل المجتمع الرئيسى الذى تسعى هذه الدراسة لتحليله فى التراث العلمى المنشور وغير المنشور فى مصر (باستثناء الكتب) باللغة العربية والأجنبية فى مجال وسائل الإعلام الجديدة . وقد تم اختيار العقد الأول من القرن الواحد والعشرين كإطار زمنى للتحليل، نظراً لبدء ظهور الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة خلال هذه الفترة، وعدم قدرة الدراسات العربية السابقة على تطبيق إطار شامل يوضح الجوانب الموضوعية والمنهجية المختلفة لطبيعة الدراسات بصورة متكاملة . وبالإضافة لذلك فإن رصد الدراسات التى تمت على مدار عشر سنوات تعد فترة كافية تمكننا من التعرف على المرحلة التى تمر بها البحوث الأكاديمية العربية فى مجال الوسائل الجديدة وإمكانية التطور المستقبلى.

### عينة الدراسة :

تم إجراء حصر شامل لرسائل الماجستير والدكتوراه التي تم إجازتها في مجال وسائل الإعلام الجديدة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وبلغ عدد الدراسات الخاضعة للتحليل ٣٠ ماجستير و١٢ دكتوراه . وفي ظل عدم وجود قواعد علمية للبيانات حول محتوى الدوريات الأكاديمية المعنية بالبحوث الإعلامية في مصر، تظهر صعوبة حصر وإخضاع جميع الدوريات التي تصدر بمصر للتحليل، وعليه فقد تم اختيار الدوريات العلمية التي تصدر عن كليات للإعلام "وليس أقسام إعلام بكلية للآداب"، وتمثل فيما يلي:

- المجلة المصرية لبحوث الإعلام (تصدرها كلية الإعلام جامعة القاهرة) - ٣٩ دراسة
- المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (تصدرها كلية الإعلام جامعة القاهرة) - ٤٢ دراسة
- مجلة الأزهر للبحوث العلمية (تصدرها جامعة الأزهر) - ١٧ دراسة

وقد تم استبعاد البحوث العلمية المنشورة وغير المنشورة بمؤتمرات علمية نظراً لكبر حجم الدراسات الموجودة في إطار العينة المحددة بالفعل الأمر الذي يخرج عن نطاق القدرة الفردية للباحثة إلى نطاق أوسع وأكثر شمولاً يحتاج لإمكانات مؤسسية .

وبلغ اجمالي عدد الدراسات العربية والإنجليزية التي تم تحليلها ١٤٠ دراسة (٣٠ ماجستير و١٢ دكتوراه و٩٨ بحث منشور بدورية علمية محكمة) بمتوسط حسابي يبلغ نحو ١٤ دراسة سنوياً، بلغت ذروتها عام ٢٠١٠ بواقع ٢٥ دراسة، الأمر الذي يشير لتزايد اهتمام الباحثين بدراسة الانترنت وتأثيراتها، خاصة بين طلاب الماجستير والدكتوراه لقسم الصحافة الذي استحوذ على نسبة ٤٥% من اجمالي الماجستير والدكتوراه موضع التحليل، يليه قسم العلاقات العامة والإعلان بنسبة تبلغ ٣٦% ثم قسم الإذاعة والتلفزيون في المرتبة الثالثة بواقع ١٩%. ويمكن استعراض خصائص العينة زمنياً على النحو التالي:



### الجدول رقم (١)

#### عينة الدراسة

السنة	ماجستير	دكتوراه	بحث فى دورية علمية	الاجمالى
٢٠٠١	٢	٠	٢	٤
٢٠٠٢	٠	٠	٦	٦
٢٠٠٣	٢	٠	٩	١١
٢٠٠٤	٤	٠	٨	١٢
٢٠٠٥	٠	٠	٦	٦
٢٠٠٦	٣	١	١٣	١٧
٢٠٠٧	٢	٤	١٢	١٨
٢٠٠٨	٤	١	١٦	٢١
٢٠٠٩	٦	٤	١٠	٢٠
٢٠١٠	٧	٢	١٦	٢٥

ويوضح الجدول السابق الدوريات العلمية التى خضعت للتحليل (بإجمالى ٩٨ دراسة)، جاء النصيب الأكبر منها لصالح المجلة المصرية لبحوث الرأى العام بواقع ٤١%، يليها فى المرتبة الثانية المجلة المصرية لبحوث الإعلام بواقع ٣٨%، وتأتى فى المرتبة الأخيرة مجلة الأزهر للبحوث العلمية بنسبة تبلغ ٢١%.

#### تساؤلات الدراسة:

اعتمدت الدراسة بشكل رئيسى على مجموعة من المحاور لاستقراء العينة وتحليلها، وذلك بالاعتماد على استمارة تحليل محتوى مقننة للدراسات موضع التحليل، بحيث تجيب فئاتها على التساؤلات التالية :

١- ما مواصفات الباحث من حيث النوع والجنسية والموقع الوظيفى؟

٢- ما القضايا والموضوعات الرئيسة للدراسات؟

٣- ما الأطر النظرية التى تم الاعتماد عليها فى الدراسات؟

٤- ما مدى الاعتماد على الدراسات السابقة العربية والأجنبية وحجم الاستفادة منها؟

٥- ما المناهج والجوانب المنهجية التي تم استخدامها ؟

٦- ما الأساليب الإحصائية المستخدمة ؟

٧- ما لغة البحوث الخاصة للتحليل ؟

٨- ما الخصائص الببليومترية والشكلية للدراسات ؟

وقد تم عرض الاستمارة على أ. تغريد مصطفى مديرة مكتبة كلية الإعلام لمراجعة فئات التحليل، وجاء معدل الاتفاق في ترميز الاستثمارات مرتفعاً عند اختبار نسبة الثبات بين باحثين مختلفين<sup>(\*)</sup>، حيث بلغ عدد الفئات الفرعية في الاستمارة ١٣٦ فئة .

#### تحليل النتائج :

#### الوزن النسبي للوسائل الإعلامية الجديدة :

جاء التركيز على دراسة الإنترنت كوسيلة إعلامية بمفردها في ٦٧ بحث (١٨ ماجستير، ٥ دكتوراه، ٤٤ بحث منشور في دورية علمية)، بينما درس الباحثون الإنترنت ضمن وسائل إعلامية أخرى في ٥١ دراسة الأمر الذي يشير إلى ميل الاتجاه البحثي إلى دراسة الوسيلة بمفردها دون مقارنتها بوسائل أخرى منافسة، وهو ما قد يتفق مع حداثة ظهور الإنترنت في المجتمعات العربية مع أوائل القرن الواحد والعشرين، ورغبة الباحثين في التركيز على دراستها كظاهرة جديدة منفردة لها خصائص وسمات خاصة تضم صفحات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والمدونات وإذاعات الإنترنت والمواقع الإلكترونية .

أما عن الصحافة الإلكترونية فقد حرص الباحثون على دراستها كظاهرة منفردة في ١٤ دراسة، بينما ظهرت مع وسائل إعلامية أخرى في ٩ دراسات. وعن الهاتف المحمول وتطبيقاته فقد ظهر في دراستين عام ٢٠١٠ ، ولعل الأمر الجدير بالذكر هو تنامي الاهتمام بدراسة الإنترنت كوسيلة ليصل لذروته عام ٢٠١٠ بواقع ٢٢ دراسة

---

(\*) استعانت الباحثة بالأستاذة داليا عثمان المدرس المساعد بقسم الإذاعة ، والأستاذة ماهيتاب جمال المعيدة بقسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة في التحليل والترميز.

مقارنة بدراستين فقط عام ٢٠٠١، وكذلك الصحافة الالكترونية عام ٢٠٠٩ بواقع ٥ دراسات.

وبالنظر إلى عدد صفحات الدراسات نجد أن الماجستير يتراوح المدى الطبيعي له من ١٩٠ وحتى ٤٤٠ صفحة، مع وجود استثناءات خارج القاعدة قد تصل أحياناً أعداد الصفحات لـ ٧١٠ صفحة<sup>(١٩)</sup>. أما عن دراسات الدكتوراه فقد بلغ المدى الطبيعي من ٤٤٠ وحتى ٦٨٠، مع وجود بعض الاستثناءات التي تصل إلى أقل عدد صفحات وهو ٣٠٠ صفحة<sup>(٢٠)</sup>. أما عن الدراسات المنشورة في دوريات علمية فقد جاء المدى الطبيعي لعدد الصفحات من ٣٠ وحتى ٨٥، ليلبغ أقصاها ١٣٨ صفحة<sup>(٢١)</sup>.

وتشير نتائج التحليل الكيفي إلى سيطرة فصل النتائج الخاصة بالدراسة التطبيقية على المرتبة الأولى في عدد الصفحات بواقع ٨٣%، الأمر الذي يشير لاهتمام الباحثين بالجانب التطبيقي على حساب الجانب المنهجي والتأصيل الخاص بالإطار النظري، ويضيف سبباً يفسر عدم قدرة المكتبة العربية الإعلامية حتى الآن على تحقيق إسهامات نظرية تتعلق ببناء نماذج ترتبط بالواقع العربي وتتبع من ثقافته وخصوصيته.

### الإجابة على تساؤلات الدراسة :

#### ١- مواصفات الباحث :

كشفت الدراسة عن أن ٩٦% من اجمالي عدد الدراسات المنشورة في دوريات علمية قام بها باحث واحد، في مقابل ٣ % فقط للأبحاث المشتركة، وانعدمت تقريباً فرص ظهور لدراسات ذات طابع الفريق البحثي المشترك، إذ لم يتحقق ذلك إلا في دراسة واحدة قام بها ثلاث باحثين بنسبة ١%، الأمر الذي يشير لسيطرة العمل الفردي على مجال البحوث الإعلامية في مجال الإنترنت وعدم وجود جهات بحثية لتمويل الدراسات المشتركة ذات الطابع الممتد، إلى جانب ندرة التنسيق والتعاون بين الباحثين في مجال الإعلام وبعضهم البعض أو بينهم وبين الباحثين في التخصصات الأكاديمية المختلفة كالطب أو السياسة أو الاجتماع أو علم النفس كاتجاه سائد مما يؤثر سلباً على ضعف الحقل الإعلامي الأكاديمي ويبرز انعزاله عن المجتمع وعدم قدرته على مد جسور البحث العلمي بينه وبين غيره من التخصصات العلمية المختلفة.

وعن جنسية الباحث فقد كشفت الدراسة عن احتلال الباحثين المصريين المرتبة الأولى في الدراسات المنشورة بنسبة ٨٤,٥% تقريباً، بينما توزعت النسبة الباقية بين السعودية (٧,٥%)، يليهم تونس (٣%)، ثم الإمارات (٢,٥%)، ثم اليمن وسوريا (١,٥% لكل منهما)، وأخيراً البحرين وعمان (١%) في المرتبة الأخيرة .

وعلى مستوى التوازن النوعي جاءت نسبة الباحثات السيدات ٤٥% في مقابل ٥٥% للباحثين الرجال الأمر الذي يشير لعدم وجود فجوة حادة على مستوى النوع بشكل عام، إلا أن هذا التوازن لم يتحقق على المستوى الجغرافي إلا في مصر وسوريا فقط، بينما يتخلل التوازن في الدول العربية إما بشكل متوسط كما هو الحال في تونس أو بشكل تام لصالح الرجل كما في السعودية واليمن والبحرين وعمان، أو لصالح المرأة كما في الإمارات.

#### الجدول رقم (٢)

##### المؤسسات التي ينتمي إليها الباحث بالدراسات موضع التحليل

العنصر	التكرار	النسبة
جامعة القاهرة	٤٩	٣٥%
جامعة عين شمس	١١	٨%
جامعة الأزهر	٢	١,٤%
جامعة إقليمية	٣١	٢٢%
جامعة خاصة	٤	٣%
مركز بحوث	١	٠,٧%
جامعة عربية	٢٣	١٦,٤%
غير محدد	١٩	١٣,٥%
الاجمالي	١٤٠	١٠٠%

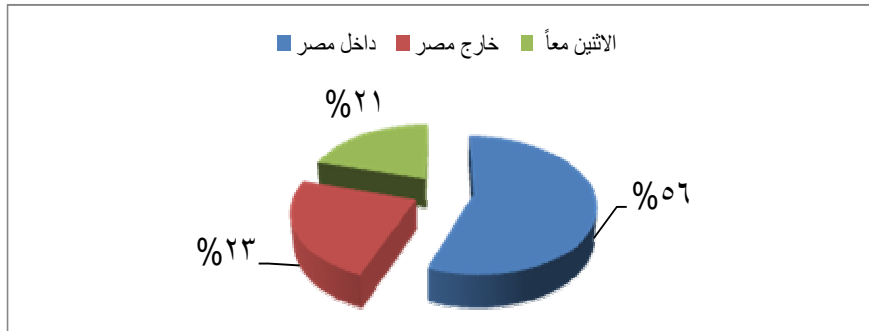
يوضح الجدول السابق الموقع الوظيفي للباحث، إذ تكشف النتائج أن نحو ٨٦% من الدراسات موضع التحليل تعود بالأساس إلى أعضاء هيئة تدريس في المعاهد والجامعات المختلفة، الأمر الذي يشير إلى ارتباطها إلى حد كبير بالرغبة في الترقى

على المستوى الأكاديمي. وفيما يتعلق بالمؤسسة التي ينتمى إليها الباحث تأتي النتائج لتشير إلى احتلال جامعة القاهرة المرتبة الأولى يليها الجامعات الإقليمية ثم الجامعات العربية، وهو أمر يمكن تفسيره في ظل المكانة التي تتمتع بها كلية الإعلام جامعة القاهرة على مستوى مصر والوطن العربي ككل باعتبارها أقدم الجامعات في هذا المجال وتمتعها بسمعة طيبة تجذب العديد من الباحثين العرب لاستكمال دراستهم العليا في مجال الإعلام بها، وفي ظل محدودية فرص استكمال التعليم ما بعد الجامعي في كليات إعلام أخرى سواء على المجال الوطني أو الإقليمي.

### مجال التطبيق الجغرافي:

#### شكل رقم (١)

#### مجال التطبيق الجغرافي للدراسات موضع التحليل



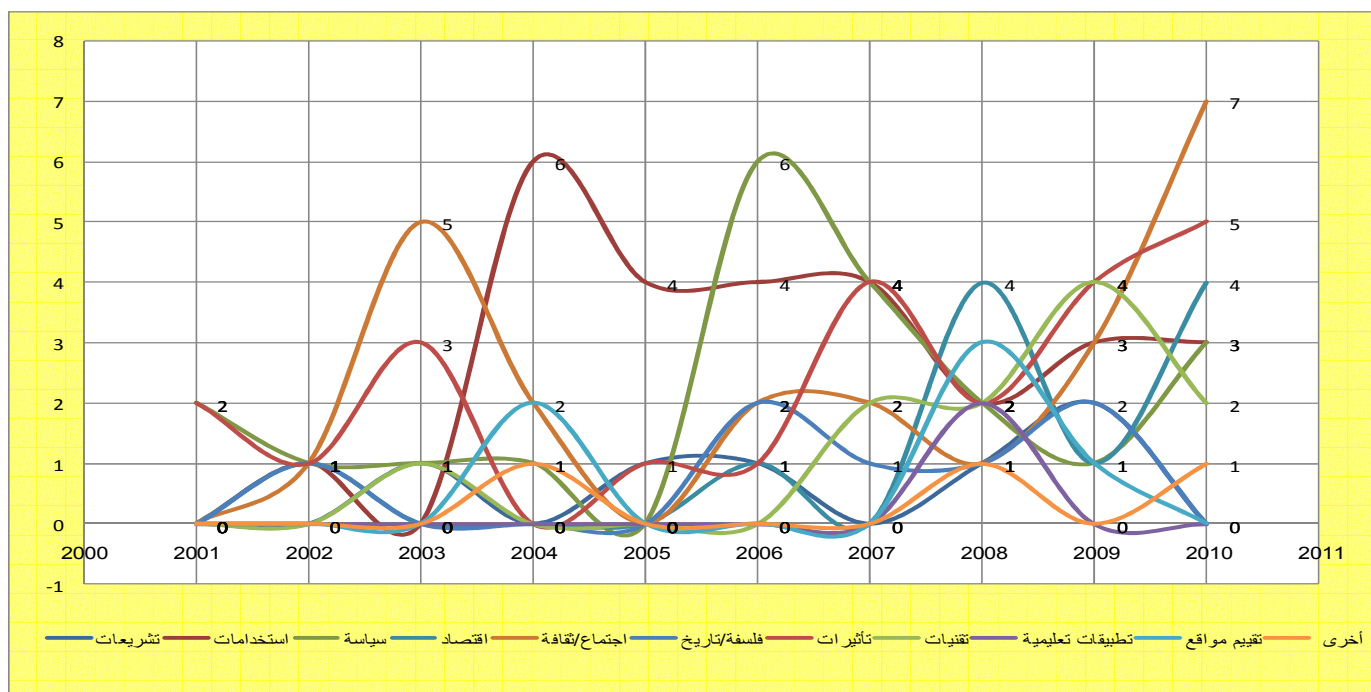
بلغ عدد الدراسات التي تم تطبيقها في مصر ٧٨ دراسة، بينما جاءت الدراسات التي طبقت داخل مصر وخارجها في المرتبة الثانية بواقع ٢٩ دراسة، وتوزعت الدراسات الأخرى بين الدول العربية (السعودية ١٠، الإمارات ٦، البحرين والكويت ٥ لكل منهما، وظهرت كل من اليمن و ليبيا وفلسطين وتونس وعمان إضافة إلى أمريكا وفرنسا بواقع دراسة واحدة لكل منها . ولعل الملحوظة الرئيسية تتمثل تنامي اتجاه تطبيق المنهج المقارن بين مجتمعين جغرافيين مختلفين في الدراسات موضع التحليل، حيث بدأ بدراستين عام ٢٠٠٣ وبلغ ذروته عام ٢٠٠٩ بواقع ٧ دراسات، مما يثرى النتائج ويعمق فهم وتحليل الوسيلة الإعلامية داخل سياقات مجتمعية وثقافية مختلفة.

## ٢ - القضايا والموضوعات الرئيسية للدراسات :

جاءت استخدامات الإنترنت لتحتمل النصيب الأكبر من القضايا البحثية بالدراسات موضع التحليل (٢١%)، يليها في المرتبة الثانية القضايا الاجتماعية والثقافية إلى جانب تأثيرات الإنترنت على الأفراد والمنظمات (١٦% لكل منهما)، ثم السياسة وقضايا الديمقراطية في المرتبة الثالثة (١٤%)، وجاءت قضايا الاقتصاد في المرتبة الخامسة مع القضايا التقنية المتعلقة بالوسيلة (٨% لكل منهما)، وفي المراتب الأخيرة جاءت القضايا الفلسفية/التاريخية والتشريعات القانونية وتقييم مواقع الإنترنت والتطبيقات التعليمية. ويمكن تفسير ذلك في ضوء رغبة الباحثين في التعرف على الاستخدامات المختلفة لتلك الوسيلة الجديدة وإشباعاتها من ناحية، وميل الباحثين لدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل مكثف في الدراسات الإعلامية العربية بشكل عام.

إلا أن الملاحظة الأساسية الخاصة بتكرارات القضايا على المدى الزمني للدراسة تتمثل في تزايد الاتجاه نحو دراسة القضايا الاقتصادية والإعلانية والتسويقية خلال السنوات الأخيرة إلى جانب القضايا الثقافية والاجتماعية وتأثيرات الإنترنت على الأفراد والمؤسسات، في مقابل انخفاض الاهتمام بتقييم مواقع الإنترنت واستخدامات الوسيلة والقضايا السياسية وكذلك التطبيقات التعليمية للإنترنت، الأمر الذي يوضح اختلاف التوجهات المستقبلية للقضايا البحثية واتخاذها منحى جديد يميل لدراسة الجوانب الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للوسيلة وتأثيراتها على المستويات المختلفة.

شكل رقم (٢)  
القضايا الرئيسية بالدراسات موضع التحليل



يوجد ملف ١-٢ تكملة لطباعة آخر هذا الملف