



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة -3-



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الاتصال والعلاقات العامة
رقم التسجيل:
الرقم التسلسلي:

بحوث الإعلام الجديد في الجزائر - دراسة تحليلية نقدية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال
تخصص إعلام واتصال

إشراف:
أ.د ليلي بن لطرش

إعداد الطالبة:
سوسن لوفانسة

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	محمد فوزي كنازة
مشرفا و مقررا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	ليلى بن لطرش
عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر قسم-أ	بسمة فنور
عضوا مناقشا	جامعة 20 أوت سكيكدة	أستاذ محاضر قسم-أ	فوزي بومنجل
عضوا مناقشا	جامعة باجي مختار - عنابة	أستاذ محاضر قسم-أ	شمس ضيات خلفلاوي
عضوا مناقشا	جامعة عمار ثليجي - الأغواط	أستاذ محاضر قسم-أ	عطاء الله طريف

السنة الجامعية : 2019/2018 م

شكر

الحمد لله الذي أنار دربي ويسر أمري وأمدني بالقوة والصبر
وقدرني على اتمام عملي

الحمد لله مدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته
كل الشكر والامتنان والعرفان:

الأستاذة الراقية الأستاذة الدكتورة ليلي بن لطرش التي أعطتني من وقتها كلما
احتجت ذلك.... شكرا لتوجيهاتك، شكرا لنصائحك ودعمك.

لمن كان السند والعمود في كل خطوة بل في كل لحظة... شكرا لك
يا رفيق الدرج

لمن أحمل لهم كل الحب والعرفان بالجميل أمي، أبي، اخوتي واخواتي وكل
عائلتي

لصغيرتي التي علمتني معنى الصبر... فلم يعد الصبر على العلم مشقة
لكل الأساتذة الذين ساعدوني في هذا العمل وأخص بالذكر: الأستاذة
بوزيدي سهام، الأستاذ العياضي نصر الدين، الأستاذ دليو فضيل،
الأستاذ بوزيان نصر الدين، الأستاذ لزهر وناسي،.....

الشكر موصول أيضا لكل الزملاء والزميلات على عونهم وصبرهم.

شكرا لكل شخص ساعد سوسن من قريب أو بعيد

إلى كل عزيزي علمي قلبي...

واليكما

فہرست المحتویات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	- شكر وعرهان
04	- فهرس المحتويات
09	- فهرس الأشكال
10	- فهرس الجداول
13	مقدمة.....
	القسم الأول: موضوع البحث، وأدبياته
	-الفصل الأول: البناء المنهجي والنظري للدراسة
20	I - البناء المنهجي للدراسة.....
20	1- اشكالية الدراسة وتساؤلاتها.....
24	2- أهمية الدراسة.....
26	3- أسباب اختيار الموضوع.....
26	4- العدة المنهجية المعتمدة.....
27	4-1- المناهج البحثية.....
27	4-1-1- المنهج التاريخي.....
31	4-1-2- المنهج المقارن.....
31	4-2- أدوات جمع وتحليل البيانات.....
32	4-2-1- أداة تحليل المستوى الثاني.....
36	4-2-2- التحليل الوثائقي.....

37المقابلة.3-2-4
38مجتمع البحث وعينته.5
44حدود الدراسة.6
46II-البناء النظري للدراسة.
461- مفاهيم الدراسة.
461-1- الاعلام الجديد
501-2- مداخل نظرية لفهم الاعلام الجديد.
541-3- خصائص الاعلام الجديد.
561-4- أنواع الاعلام الجديد.
582- المدخل النظري للدراسة.
الفصل الثاني: أدبيات الدراسة.
64I - عرض أدبيات البحث
641- الدراسات المحلية.
652- الدراسات العربية.
813- الدراسات الأجنبية.
93II- أوجه الاستفادة من الأدبيات

95	III- تتبع توجهات بحوث الإعلام الجديد بناء على الدراسات السابقة.....
	القسم الثاني: الدراسة التحليلية ونتائجها
	الفصل الأول: طبيعة بحوث الإعلام الجديد في الجزائر
106	I -تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر.....
127	1- تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر من حيث الكم.....
129	2- تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق نموذج "دومينيك وويمر".....
133	3- المصطلحات التي أفرزتها بيئة الاعلام الجديد وتطورها عبر السنوات.....
136	II - التصنيف الموضوعاتي لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر.....
136	1- التصنيف وفق تقسيم "كيم وويفر".....
140	2-التصنيف وفق عناصر العملية الاتصالية.....
145	3-التصنيف وفق أنواع الإعلام الجديد.....
	الفصل الثاني: توصيف البحوث - عينة الدراسة-
149	I- التوصيف من حيث الشكل.....
149	II - التوصيف من حيث المضمون.....
	الفصل الثالث: التحليل والمقارنة
224	I- تحليل بحوث عينة الدراسة.....

224	1- الاشكاليات المطروحة في بحوث العينة.....
228	2- المداخل النظرية لبحوث العينة
235	3- العدة المنهجية لبحوث العينة
242	4-نتائج بحوث العينة.....
265	II-مقارنة بحوث الإعلام الجديد في الجزائر بالبحوث العربية/الأجنبية.....
270	1-من حيث التوجهات الموضوعاتية.....
272	2-من حيث التوجهات المنهجية.....
273	3-من حيث التوجهات النظرية.....
275	III-اشكاليات بحوث الاعلام الجديد والرؤى المقترحة
275	1- اشكاليات بحوث الاعلام الجديد
280	2-الرؤى المقترحة.....
294	خاتمة.....
300	قائمة المراجع.....
	الملاحق
	ملخص الدراسة

فہرست الاسماء والجمادات

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
128	تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017)	01
129	بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق درجتها العلمية لكل فترة	02
131	تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق النموذج التطوري ل: "دومينيك وويمر"	03
133	المصطلحات الأكثر حضورا في عناوين بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017)	04
141	تقسيم بحوث الإعلام الجديد وفق عناصر العملية الاتصالية	05
146	تصنيف بحوث الإعلام الجديد وفق أنواع الإعلام الجديد	06

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
40	مفردات عينة البحث	01
111	جرد بحوث الإعلام الجديد في الجزائر 2001-2017	02
138	الاهتمام الموضوعاتي لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق تقسيم "كيم وويفر"	03
149	توصيف البحث رقم (01)	04
151	توصيف البحث رقم (02)	05
153	توصيف البحث رقم (03)	06
155	توصيف البحث رقم (04)	07
157	توصيف البحث رقم (05)	08
159	توصيف البحث رقم (06)	09
161	توصيف البحث رقم (07)	10
163	توصيف البحث رقم (08)	11
165	توصيف البحث رقم (09)	12
167	توصيف البحث رقم (10)	13
169	توصيف البحث رقم (11)	14
171	توصيف البحث رقم (12)	15
173	توصيف البحث رقم (13)	16
174	توصيف البحث رقم (14)	17
176	توصيف البحث رقم (15)	18
178	توصيف البحث رقم (16)	19
180	توصيف البحث رقم (17)	20
183	توصيف البحث رقم (18)	21

185	توصيف البحث رقم (19)	22
186	توصيف البحث رقم (20)	23
188	توصيف البحث رقم (21)	24
189	توصيف البحث رقم (22)	25
190	توصيف البحث رقم (23)	26
192	توصيف البحث رقم (24)	27
194	توصيف البحث رقم (25)	28
196	توصيف البحث رقم (26)	29
198	توصيف البحث رقم (27)	30
200	توصيف البحث رقم (28)	31
202	توصيف البحث رقم (29)	32
204	توصيف البحث رقم (30)	33
206	توصيف البحث رقم (31)	34
208	توصيف البحث رقم (32)	35
209	توصيف البحث رقم (33)	36
211	توصيف البحث رقم (34)	37
213	توصيف البحث رقم (35)	38
215	توصيف البحث رقم (36)	39
216	توصيف البحث رقم (37)	40
218	توصيف البحث رقم (38)	41
220	توصيف البحث رقم (39)	42
266	مقارنة البحوث من حيث التوجهات الموضوعاتية	43
267	مقارنة البحوث من حيث التوجهات النظرية	44
268	مقارنة البحوث من حيث التوجهات المنهجية	45

مَعْرِفَةٌ

عادة ما تتطور العلوم سواء أكانت طبيعية أم اجتماعية عن طريق التراكم المعرفي فالعلم لا يكتفي بوصف الظاهرة المدروسة، ولكنه يسعى إلى فهمها و/أو إلى بناء قوانين مفسرة لها، وقد سارت العلوم الاجتماعية على هذا النهج القائم على مراجعة وتحليل البحوث والدراسات السابقة ودمج النتائج المأخوذة من التراث العلمي للتوصل إلى فرضيات نظرية أو الخروج بنتائج عامة وقد تبنت بعض الدراسات الإعلامية المبكرة هذا النمط مثل دراسة "ويلبر شرام Wilbur Schramm" التي تناول فيها البحوث الإعلامية خلال عشرين عاما من 1937 إلى 1957 لرصد توجهات هذه البحوث ازاء الموضوعات الإعلامية وتصنيفها من حيث الموضوعات التي تناقشها، بيد أن هذه المرحلة نعتت بالارتجالية وعدم التقنين العلمي، (محسب، 2007، 02)، وفي أعقاب "ويلبر شرام Wilbur Schramm" قام باحثون شباب معظمهم من الولايات المتحدة الأمريكية بإجراء مراجعات نقدية لكل ما تم عرضه ونشره من قبل الجيل الأكبر سنا حول مجال الاتصال وتطوره. (دليو، 2018، 55).

وفي نهاية الستينات من القرن الماضي (1968) حاجج "توكي Tukey" بشأن إعادة تحليل التراث العلمي السابق، فقال أنه يتوجب على الباحثين أن يستفيدوا من استخدام بيانات سبق أن جمعت فيكون لديهم المزيد من الوقت لفهمها أكثر وتحليلها فغالبا ما يجمع الباحثون البيانات ويحلونها بشكل خاطف وسريع من أجل تقديم تقريرها للإدارة، ثم توضع جانبا ولا تمس ثانية، ومن الصعب أن يتم تحليل بيانات أي بحث بالكامل في دراسة أو اثنتين، لذا فإن الباحثين الأكاديميين مذنبون لتجاهلهم البيانات التي تم جمعها سابقا، خصوصا طلبة الدراسات العليا، -مع أن كلامه ينطبق على جميع الباحثين- لأن هناك ميزة في كون رسالة الدكتوراه تشمل جميع الخطوات المعترف بها لعملية البحث، وبمجرد إدراكنا أن البحوث عملية مستمرة ودائرية -إن قلت أو كثرت- يمكننا أن نوزعها في مجالات عديدة فلماذا لا تبدأ -على الأقل- نسبة معقولة من هذه الرسائل بتحليل دقيق للبيانات التي جمعت مسبقا فالمفترض أنه تم تحليلها تحليلا ضئيلا؟ وهذه العملية من المفيد انتشارها على امتداد فترة زمنية معقولة (Wimmer , Dominick, 2011/2013, 53,54) ويؤيده في ذلك عديد الباحثين أمثال "غلين

Glenn وهايمن Hyman وهاندز Hinds وفوغل Vogel وكلاارك ستيفن Clarke Steffen وغيرهم.

إذا كان "توكي Tukey" قد أعطى كل هذا الاهتمام لتحليل الإنتاج العلمي السابق ودعا طلاب الدراسات العليا خصوصا الذين هم في اطار إنجاز رسائل الدكتوراه إلى الخوض في مثل هذه الدراسات وهذا في ستينات القرن الماضي، فماذا ننتظر نحن اليوم لنقف ونراجع ونحلل ما أنتجنا من بحوث ودراسات؟ ولما يراها الكثير تجاوزا وأمر غير مقبول ولا لائق؟، خصوصا وأن هذا التحليل يتيح للباحثين فرصة ممتازة لإنتاج معلومات جديدة وقيمة حول واقع ومستقبل البحوث إلا أنه لا يلقى القبول دائما وهذه رؤية قاصرة للأسف تحد من تقدم العلم.

إن مراجعة وتحليل الدراسات السابقة قد تجذر في البحوث الأجنبية وأصبح تقليدا معمولا به منذ القرن الماضي، فقد عرف هذا التوجه زحما دوليا قويا منذ حوالي منتصف العقد الأول من القرن العشرين، قادما أساسا من الولايات المتحدة الأمريكية ومن أوروبا (المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا...) وأمريكا اللاتينية (المكسيك والبرازيل...) (دليو، 2018، 56).

فظهرت العديد من البحوث التي تحلل وتناقش، تنقد وتقيم التراث العلمي المتراكم فظهرت دراسات عدة مثل: دراسة رشا قمحاوي وويفر "kam hawi and weaver 2003" حول اتجاهات بحوث وسائل الاتصال الجماهيري في فترة 1980-1999، دراسة كراج ترمبوا "Craig 2004 : W.Trumbo" حول إحصاء مناهج بحوث الإعلام في ثمان دوريات للإعلام والاتصال من 1990 إلى 2000، دراسة كيم وويفر "kim and weaver 2002": بحوث الاتصال حول الأنترنت، دراسة توماسيلو Tomasello انتشار البحوث المرتبطة بالأنترنت في خمس دوريات رئيسية في الاتصال من عام 1994 إلى عام 1999... وغيرهم.

إلا أن هذا التقليد يكاد يكون غائبا عن البحوث الجزائرية باستثناء بعض المحاولات الجادة في إلقاء الضوء على بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر، فقد أرخ لمسألة البحث الإعلامي والاتصالي في الجامعات الجزائرية وبالضبط "معهد علوم الاعلام والاتصال" من حيث الكم الباحث "نصر الدين العياضي" سنة 1989 الذي قام بتحليل بحوث الإعلام والاتصال خلال العشر سنوات الأولى من تأسيس المدرسة العليا للصحافة سنة 1964، (عيساوي، 2017، 37)

وقام الباحث "علي قسايسية" بجرد البحوث الإعلامية المنجزة على مستوى نفس المعهد خلال الفترة الممتدة من 1995 حتى 2006 المهتمة بدراسة جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية.

ونأمل أن تكون هذه الدراسة محاولة جادة لتكريس هذا التقليد في البحوث الجزائرية مستقبلا، فهي تسلط الضوء على بحوث الإعلام الجديد في الجزائر لتحاول التعرف على واقعها وتطورها خلال السنوات، ضمن بحوث الإعلام والاتصال ككل، ما قد يساعد في وضع خارطة عامة للاهتمامات البحثية في هذا المجال.

وبغرض تناول هذا الموضوع بالبحث والدراسة تم تقسيم الدراسة إلى: قسمين، مقدمة وخاتمة عرفنا في المقدمة بموضوع الدراسة بصفة عامة.

وجاء القسم الأول في فصلين، تناول الفصل الأول البناء المنهجي والنظري للدراسة (من حيث تحديد اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، حدود الدراسة، العدة المنهجية المعتمدة، مجتمع وعينة البحث، مفاهيم الدراسة، المدخل النظري للدراسة) وتناول الفصل الثاني أدبيات الدراسة وتم من خلالها عرض مجموعة من الدراسات السابقة والمشابهة المحلية، العربية والأجنبية، تحديد أوجه الاستفادة منها، محاولة تتبع أهم توجهاتها الموضوعاتية، النظرية، المنهجية.

أما القسم الثاني فهو متعلق بالدراسة التطبيقية وجاء في ثلاثة فصول، تناول الأول بحوث الإعلام الجديد في الجزائر تطورها وأهم توجهاتها الموضوعاتية، أما الفصل الثاني فتناول توصيفا لبحوث العينة المدروسة، وتناول الفصل الأخير تحليل هذه البحوث، مقارنتها بالبحوث العربية والأجنبية، وأخيرا تم تحديد أهم الإشكاليات البحثية (المنهجية والنظرية) التي تواجهها مع تقديم بعض الرؤى والبدائل المقترحة لتجاوز بعضها.

وجاءت أخيرا خاتمة الدراسة تحمل الاستنتاجات المتوصل إليها من الدراسة التحليلية النقدية.

يشار الى عدم توازن أقسام هذه الدراسة لأن الباحثة لم تهتم كثيرا بالجانب التوثيقي الذي يعتمد على استنساخ ما كتب لدى الآخرين ليشكل الفصل الأطغى في الدراسة -لغياب مبرر هذا

الاهتمام-، بل أعطت اهتماما أكبر ونسبة أكبر للجانب التطبيقي وللبناء النظري والمنهجي للدراسة، ولذلك لا تقاس أهمية البحث العلمي ولا تقييم على أساس الحجم (عدد الصفحات) فقط، وكذلك فالتوازن غير مطلوب، فالأهم هو الوصول إلى هدف البحث بخطوات صحيحة ممنهجة، ما جعل الاهتمام بتوازن الأقسام على حساب ما تقتضيه هذه الدراسة خلال أكثر منه ضرورة.

إن هذه الدراسة كأى بحث علمي لا بد وأن يواجه الباحث خلاله صعوبات لا تنقص من قيمته ولا من عزيمة الباحث وإنما تزيده إصرارا لإتمام ما بدأ به، و يمكن وصف هذه الدراسة بالمغامرة العلمية، إذ جازفت فيها الطالبة في ظل:

- ندرة الدراسات السابقة في هذا المجال على المستويين المحلي والعربي - في حدود إطلاع الباحثة- وصعوبة الوصول إلى الدراسات الأجنبية الغائبة تماما على مستوى المكتبات، وتلك التي تمكنا من الوصول إليها كانت منشورة في مجلات إلكترونية والعديد منها كان بشكل مختصر يصعب معه الفهم الدقيق لكيفية إجراء الدراسة، وأخرى غير قابلة للقراءة أو التحميل معروضة فقط للبيع الإلكتروني، وكانت في مجملها دراسات كمية تتقاطع والدراسة الحالية في نقاط ليست بالعديدة.

- صعوبة حصر كل بحوث الإعلام الجديد في الجزائر في ظل غياب قاعدة بيانات بذلك، رغم أنه تم إنشاء البوابة الوطنية للإشعار عن الأطروحات عبر موقع مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "Cerist" التي من المفروض أنها تحتوي على كل البحوث الأكاديمية من رسائل ماجستير وأطروحات دكتوراه المجازة من قبل الجامعة الجزائرية، إلا أن البحوث المتواجدة فيها قليلة جدا، كما أن المكتبات الإلكترونية لمختلف الجامعات الجزائرية لا تتوفر على البحوث وهي في أغلبها غير محينة.

- صعوبة الحصول على البحوث الغير متوفرة في نسخها الإلكترونية فتم اللجوء إلى مكتبات الجامعات المعنية، وواجهت الباحثة هنا صعوبات أخرى تتمثل في رفض المكتبات السماح لها باستعارة البحوث بحجة القانون الذي لا يسمح للطالب إلا بالاطلاع عليها داخل المكتبة، وهذا حتى بعد علمهم بأن الطالبة بصدد القيام ببحث علمي، هذا ما يعكس أن سياسة المكتبة لم ترتقي

بعد إلى مستوى مساعدة الطلبة في مجال البحث العلمي، ما اضطر الطالبة في الأخير إلى الاعتماد على تصويرها كلها وهذا ما تتطلب جهدا ووقتا أكبر.

- صعوبة إنجاز البحوث الكيفية التي تتطلب جهدا كبيرا وصبرا أكبر.

القسم الأول

موضوع البحث وأهدافه

الفصل الأول

البناء المنهجي والنظري للدراسة

I. البناء المنهجي لموضوع الدراسة

1. اشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

مما لا شك فيه أن لكل عصر وسيلة تواصله وإعلامه، والعصر الحالي يشهد تطورا مذهلا وانفجارا لا مثيل له في تاريخ وسائل الإعلام والاتصال بسبب التكنولوجيات الحديثة وتطورها الدائم والمستمر الذي يصعب معه التنبؤ بمآلاته ولا حتى استشراف مستقبله، ولعل أبرز مظاهر هذا الانفجار وأعماقه أثرا هو ظهور الأنترنت، التي اقتربت من الفرد لدرجة المجاورة ونقلته بعيدا لدرجة العالمية، وخاطبته في شخصه لدرجة الفردانية، ووصلته بالآخرين لدرجة الجماهيرية، ونظرا للطابع الفردي لوسائل الإعلام الجديد التي مازالت تحتفظ بصفة الجماهيرية، خلقت فضاء اتصاليا يتسم باحتوائه كل سمات وسائل الإعلام التي سبقتها، واستحقت أن يقال عنها أنها وسيلة العصر، هذه الوسيلة حملت معها العديد من التغييرات الجوهرية في وسائل الإعلام والاتصال وخلقت بيئة اتصالية جديدة.

فالأكد أنه -الإعلام الجديد- قد غير، قضى واستحدث العديد من المفاهيم كما خلق مواضيع ومشكلات بحثية لم تكن مطروحة في عهد الوسائل التقليدية، فقد تغلغت وسائله في كل جوانب الحياة وزاد الاعتماد عليها وأصبحت الواقع الذي نعيشه، وبالتالي لم يجعل للباحثين مفرا ولا بديلا سوى القيام بدراسة هذه الوسائل، واستخداماتها، تطورها واندماجها مع الوسائل الموجودة قبلا وكيفية تغلغها في المجتمعات ومدى تأثيرها عليها...، في هذا السياق اعترف التقرير الذي أصدره خبراء بالمعهد الأمريكي للسلام عام 2010 بأن وسائل الميديا الجديدة لها تأثيرات واضحة على الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمعات المعاصر (Aday Sean,2010,2).

إن الإعلام الجديد منذ نشأته في العقد الأخير من القرن العشرين فرض العديد من التحديات فرضا على الدارسين والباحثين في هذا المجال على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تعمل في بيئة مستقرة من عدة نواحي، ساعدها في ذلك عمق التجربة ورسوخها عبر عقود من الزمن، وهو ما لم يتوافر بعد للإعلام الجديد الذي يتسم بالحدثة والتغير المستمر (درويش اللبان، 2014، 96)، فقد عانى الكثير من المتاعب ولا يزال بدءا بغموض ماهيته بالضبط وعدم الاتفاق على العديد من المفاهيم التي تتدرج ضمنه، مرورا بصعوبة اختيار وتحديد موضوعاته

ووصولاً إلى كيفية معالجة هذه المواضيع نظرياً ومنهجياً، خصوصاً وأن علوم الإعلام والاتصال من المجالات التي عجزت فيها النظرية عن اللحاق بالتقنية بسبب التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتمثلة أساساً في شبكة الانترنت التي أتاحت ظهور الواب 1.0 ثم الواب 2.0.

إن هذه التغيرات التي أحدثتها التطور السريع الذي عايشه قطاع الإعلام والاتصال في العقدين الأخيرين، أدى ببعض الباحثين، مثل "ستيفن شيفي ومريام متزجر" إلى تأكيد أن "الميديا الجديدة" ستضع حداً للاتصال الجماهيري، بمعنى أنها ستغير جذرياً في طريقة تنظيم وهيكل وسائل الإعلام التقليدية، وطرائق استخدامها، وأشكال تمثيلها من قبل مستخدميها وهذا ما حدا ببعضهم الآخر إلى التنبؤ بنهاية نظريات الإعلام كنتيجة منطقية لنهاية وسائل الإعلام، إننا لا نجاري من يرى نهاية الاتصال الجماهيري نتيجة ظهور الإعلام الجديد أو "الميديا الجديدة" وتطورها، لأننا لا ننظر إلى وسائط الاتصال ضمن أفق إقصائي: الجديد يقصي القديم، ولا في إطار تكاملي: الجديد يكمل القديم. ولا ضمن تصور تنافسي: الجديد ينافس القديم. وذلك لأنه يبدو أن الحدود بين الجديد والقديم في عالم الاتصال اليوم تسير نحو الامحاء (العياضي، 2016، 8).

فالميديا الجديدة لا تتشكل في فراغ تخلقه تلك القطيعة الثورية التي تحدثها التكنولوجيات الجديدة كما يروج لذلك الخطاب التكنولوجي الحتمي بل هي تعمل كذلك في بيئة تتشكل فيها وسائط الإعلام القديمة والجديدة وفق منطق الاستمرارية والتغير في الوقت ذاته، فهي لا تحدث قطائع مطلقة تفصل بين القديم الموعود بالاندثار والجديد المرشح للانتشار، فالجديد لا يلغي دائماً القديم، كما أن الحدود الفاصلة بين القديم والجديد ليست دائماً واضحة، وعلى هذا النحو فإن عملية التبيئة هذه تجيز لنا أن نعاين أشكال تفاعل التكنولوجيا مع السياقات التي تنخرط فيها (الحمامي، 2012، 09).

ولعل هذا ما أشار إليه "روجر فيدلر Fidler" في نظريته التشكل العضوي لوسائل الاعلام medimorphosis حيث أشار الى أن كل أشكال الاتصال مرتبطة بإحكام في نسيج نظام الاتصال الإنساني، ولا يمكن أن توجد بشكل مستقل عن بعضها البعض، وعندما يظهر نمط اتصالي جديد ويتطور، فإنه يؤثر، على مر الزمن وبدرجات متفاوتة، في تطور كل أنماط الاتصال

القائمة الأخرى، وتكون القاعدة هي التطور المشترك لهذه الوسائل معا والتعايش فيما بينها، وليس التطور المنفرد للوسيلة الجديدة والاستبدال التام للوسائل القديمة، وعلى هذا فإن وسائل الإعلام الجديدة لم تنشأ فجأة ولم تنشأ مستقلة عن وسائل الإعلام الأخرى، وإنما نشأت وتطورت بشكل متدرج، معتمدة على تراث الوسائل التي سبقتها من جانب ومؤثرة في هذه الوسائل من جانب آخر (حسني، 2015، 31).

كما جددت هذه التطورات أيضا الجدل حول علمية علوم الاعلام والاتصال، فرغم مضي ما يقارب القرن على بروز علوم الإعلام والاتصال كتخصص علمي في الجامعات العالمية، إلا أن النقاش يحضر في كل مرة ويعود للواجهة، ومرد ذلك أن هذه العلوم لم تظهر نتيجة نقاشات ثقافية فلسفية للنخبة الفكرية في المجتمع، وإنما فرضتها تطورات تقنية تكنولوجية، أوجدت الحاجة الى إيجاد أطر داخل الجامعات من أجل تفسيرها، ولهذا كلما ظهرت إلى الوجود تكنولوجيا جديدة ذكرتنا بالنقاش حول العلوم التي تفسرها (لعبان وآخرون، 2016، 80).

إن اعتبار علوم الإعلام والاتصال علما مستقلا أو متداخل التخصصات سيظل محل خلاف بين الباحثين، ورغم هذا التباين في الرؤى ووجهات النظر، فإن المنشغلين بهذا الحقل المعرفي يتفقون جميعا على أن وسائل الإعلام والاتصال هي موضوع بحث علمي أكاديمي، مركب ومتنوع ومتعدد المكونات.

فالتمعن في تاريخ الإعلام والاتصال وتطور البحوث المتعلقة به يثبت أن تطور الوسيلة هو عامل في تطور بحوث الإعلام والاتصال، وهو ما ذهب اليه "دانيال Daniel Bounoux" بقوله إن النظر إلى تاريخ وسيلة الاتصال الجماهيرية وتاريخ التكنولوجيات الحديثة للاتصال نجد أن هناك نواة صلبة للدراسات والبحوث الخاصة بالإعلام والاتصال انطلاقا من بحوث الوسائل المطبوعة، الاذاعة، التلفزيون، السينما، الهاتف، وصولا الى شبكة الأنترنت وما يتصل بها من وسائل حديثة (لعبان وآخرون، 2016، 84-86).

وباتجاه الباحثين نحو استكشاف ودراسة هذه الوسائل الحديثة خلق توجهها جديدا من الدراسات الإعلامية يعنى أساسا بدراسة الإعلام الجديد -على اختلاف مسمياته-، عرف بالجيل الثاني من الدراسات الإعلامية أو ما يسمى بـ " Media studies2 " أو " New media studies " تمييزا له عن الجيل الأول الخاص بوسائل الاتصال الجماهيرية (عبدالمجيد، 01، 2015).

بالعودة إلى بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر، نجد أنها قد ارتبطت بتأسيس المدرسة الوطنية العليا للصحافة سنة 1964، وبمرور السنوات تضاعف عدد الأقسام والكليات الخاصة بتدريس الإعلام والاتصال فلا تكاد جامعة أو قطب أو مركز جامعي يخلو من هذا التخصص ومع ما يقارب أكثر من نصف قرن على ظهور علوم الإعلام والاتصال في الجزائر شهد العديد من التطورات خاصة على المستوى الكمي، فزاد عدد الباحثين والدارسين في هذا المجال ما أفرز العديد من البحوث الأكاديمية (ليسانس، ماجستير/ ماستر، دكتوراه...)، كما زاد عدد المجلات والدوريات المتخصصة و/ أو المهتمة بالإعلام والاتصال، وتضاعفت أعداد الملتقيات والندوات العلمية الخاصة به فتصاعد بذلك الإنتاج العلمي في هذا المجال، وتكدست العديد من البحوث ما أوجد الحاجة إلى الاطلاع على هذا التراث العلمي.

وساير الباحثون الجزائريون بداية القرن 21 توجهات البحوث الإعلامية بصفة عامة نحو دراسة ظواهر الإعلام الجديد، وهذا تزامنا مع ظهور وانتشار الأنترنت وما يتصل بها من وسائل وتطبيقات جديدة في المجتمع الجزائري، فشهدت الساحة الأكاديمية انجاز العديد من البحوث عبر مختلف الجامعات، وسعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على هذه المخرجات الأكاديمية خاصة رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه باعتبارها بحثا يفترض فيها الجودة والصرامة بالإضافة العلمية، محاولين من خلال تحليلها التعرف على واقع هذه البحوث وتطورها عبر السنوات في الجزائر وهذا بالإجابة على تساؤلات الدراسة التي تم تقسيمها وفقا لأهداف البحث العلمي التي لا تخرج عن إطار الوصف، الكشف، الفهم والتنبؤ إلى تساؤلات وصفية وأخرى تحليلية.

- تساؤلات وصفية: تتعلق بالسؤال ماذا؟/ ماهو (ماهي)
 - ✓ ماهي أبرز الموضوعات التي تناولتها بحوث الإعلام الجديد في الجزائر؟
 - ✓ ماهي المداخل النظرية التي اعتمدت عليها بحوث العينة المدروسة؟
 - ✓ ماهي المناهج والأدوات التي وظفتها بحوث العينة؟
 - ✓ ماهي أهم النتائج التي توصلت إليها بحوث الإعلام الجديد -عينة الدراسة-؟
 - تساؤلات تحليلية: تتعلق بالسؤال كيف؟/ لماذا؟/ هل ؟
 - ✓ كيف تطورت بحوث الإعلام الجديد في الجزائر خلال الإطار الزمني للدراسة؟
 - ✓ كيف تم توظيف العدة النظرية والمنهجية المعتمدة في بحوث العينة المدروسة؟
 - ✓ هل العدة النظرية والمنهجية المعتمدة صالحة لدراسة مواضيع الإعلام الجديد المختارة؟
 - ✓ هل أسست نتائج البحوث -عينة الدراسة- قاعدة بحثية يمكن الاعتماد عليها في فهم وسائل الإعلام الجديد (تطورها، كيفية تغلغلها في المجتمع الجزائري، ومدى تأثيرها عليه...؟)
 - ✓ كيف هو تموقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر ضمن التوجهات البحثية (الموضوعاتية، النظرية، المنهجية) للبحوث العربية والاجنبية ؟
- 2. أهمية الدراسة:**

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها واحدة من أوائل الدراسات التي تراجع بالتحليل والنقد البحوث الخاصة بالإعلام الجديد في الجزائر، ويمكن استشفاف هذه الأهمية من ناحيتين:

1.2. الناحية العلمية:

يمكن إيجازها في نقاط رئيسية ثلاث هي:

- أهمية مراجعة الدراسات السابقة والتي تعتبر نقطة مركزية في البحوث الأكاديمية بل هي القاعدة الرئيسية لبناء جهد بحثي رصين، وهذا بلا شك يؤكد أن الدراسات الأكاديمية لا تبنى من فراغ وإنما هي عملية معرفية تراكمية تتطلق من جهود الباحثين السابقين وغايتها تحقيق تقدم وإضافة للمعرفة الإنسانية المنجزة.

- أهمية أن تكون هذه الدراسة دراسة كيفية - نقدية - : أجريت بعض المراجعات للدراسات والبحوث الإعلامية في السنوات القليلة الماضية - وإن كانت محدودة العدد- على المستوى المحلي والعربي-، ومتباينة من حيث الاهتمامات أو الموضوعات أو الفترات الزمنية أو طريقة التحليل...، يبدأ أن معظمها حرص على التتبع الكمي لهذه الدراسات، من حيث الأسلوب والمنهج والأدوات وغيرها، هذا ما أفاد في بيان الحاجة إلى إجراء دراسات كيفية تهتم بجوهر الظواهر وتحاول فهمها أكثر مما تهتم بتتبع التطور الكمي لها، خاصة وأن ذلك يساعد في إثراء المكتبة الإعلامية بشكل أفضل.

- أهمية أن تكون هذه الدراسة في مجال الإعلام الجديد: يستأثر الإعلام الجديد بكثير من الاهتمام من قبل المختصين والباحثين في مجال الإعلام والاتصال، لما يطرحه من إشكاليات حول ماهيته وتطبيقاته والأطر النظرية والمنهجية التي يمكن تناوله من خلالها، وهو ما يضيف على الموضوع جانبا من الأهمية من الناحية العلمية، نظرا لكونه لا يزال محل نقاش وجدل.

2.2. الناحية العملية:

بوجود دراسة قامت بحصر وتحليل البحوث المتعلقة بالإعلام الجديد في الجزائر فإنه:

- يسهل على الباحثين معرفة المواضيع المدروسة وكيف تمت دراستها وكذا معرفة جوانب القوة والقصور فيها وبالتالي فهي أشبه ببوصلة إرشاد تساعد في القضاء على ظاهرة تكرار نفس البحوث.
- ستكشف الدراسة عن أهم النتائج التي توصلت إليها البحوث -عينة الدراسة- والتي يمكن أن يستند عليها الباحثون في دراساتهم المستقبلية.
- يتوقع أن يساعد استرجاع مسار بحوث الإعلام الجديد في الجزائر الباحثين من معرفة الاتجاهات المحتملة للدراسات المستقبلية في هذا المجال.

3. أسباب اختيار الموضوع:

تتأرجح أسباب اختيار هذا الموضوع بين ما هو ذاتي خاص بالميولات الشخصية للباحثة وما هو موضوعي يتعلق بطبيعة الموضوع المختار في حد ذاته وأهميته، ويمكن حصر هذه الأسباب في نقاط رئيسية هي:

- الرغبة الشخصية في الاطلاع على الإنتاج العلمي المقدم في مجال الإعلام الجديد في الجامعات الجزائرية خصوصا وأن هذا الإنتاج يفترض اتسامه بالجدية والإضافة العلمية.
- الميول نحو اختيار بحوث الإعلام الجديد بشكل خاص لما يفرضه هذا النوع من البحوث من تحديات نظرية ومنهجية على دارسيه.
- الرغبة في أن تكون الدراسة كيفية بعيدا عن نمطية البحوث الكمية هذا من جهة ومن جهة أخرى فالدراسات الكيفية هي الأقدر على التعمق والغوص أكثر في أغوار الظاهرة المدروسة.
- وجود الآلاف من البحوث الإعلامية في الجزائر منجززة على مدار عقود من الزمن يقابلها غياب أو تغييب للدراسات التي تراجع، تحلل، وتنقد هذا الإنتاج العلمي لتقف على ما كان وما هو كائن، ما جعل أغلب البحوث تكرر نفسها، هذا ما أوجد الحاجة إلى إجراء مثل هذه البحوث.

4. العدة المنهجية المعتمدة:

إن الظاهرة الإعلامية تتسم بالتعقيد والتركيب وتعدد العلاقات، مما يتيح ضرورة النظرة الشاملة والكلية للظاهرة في سياقاتها وعلاقاتها وعدم الاكتفاء بالدراسات الجزئية مما يفرض بالتالي الاعتماد على عدد من المداخل النظرية والمنهجية في دراسة الظاهرة الإعلامية لتقدم للباحث إطارا نظريا وفلسفيا يكون دليلا له في طرح أفكاره وتصوراتهِ وتفسيراته لحركة الظاهرة الإعلامية المدروسة. (عبد الحميد، 2000، 64)

استنادا إلى ما سبق واستنادا أيضا إلى طبيعة الدراسة المزمع انجازها والمنتمية إلى نوع الدراسات الكيفية -النقدية- والتي تحاول الغوص في أعماق الظاهرة لتحقيق فهم عميق لها، فإنه يستوجب على الباحثة الاعتماد على عدة منهجية متكاملة انطلاقا من قناعة قصور منهج واحد أو أداة واحدة في الإحاطة بكل جوانب الظاهرة المدروسة، من هنا سيتم الاعتماد على:

- منهج تكاملي يضم المنهج التاريخي كمنهج رئيسي والمنهج المقارن كمنهج مساعد

- الأدوات البحثية: أداة التحليل الثانوي، أداة المقابلة، أداة التحليل الوثائقي

نتيجة لاعتماد الباحث الكيفي عادة على مجموعة من المناهج والأدوات كما يمكنه خلق طرق جديدة كلياً لجمع البيانات فإن الجزء من تقرير البحث الكيفي الذي يعنى بوصف المناهج والأدوات التي تم استعمالها في الدراسة قد يكون مطولاً ومعقداً نوعاً ما، لأنه يحاول إعطاء القراء شعوراً شخصياً نحو بيئة البحث (قد يكون وصف مطول للمناطق المحيطة بالبحث، الناس المشاركين، أفكار الباحث الشخصية حول الموضوع وكيفية مقارنته، أفراد العينة...) (Wimmer , Dominick, 2011/2013, 267)

وهذا ما ينطبق على هذه الدراسة إذ حاولنا تقديم العدة المنهجية المعتمدة بشيء من التفصيل والشرح والتبرير لأننا نعتقد انه من الواجب أن يستوعب من يقرأ هذا البحث الاختيارات المنهجية المتبناة وكيفية الاعتماد عليها.

1.4. المناهج البحثية المعتمدة:

1.1.4. المنهج التاريخي:

إن معرفة تاريخ أي ظاهرة ضروري جداً لفهم هذه الظاهرة كما أن معرفة تاريخ المجتمعات مهم أيضاً لفهم هذه المجتمعات، ولمعرفة التطور الذي طرأ على شبكة العلاقات الاجتماعية وفهم هذه التطورات، لذا يلجأ الباحثون إلى استخدام المنهج التاريخي لدراسة أحداث الماضي وتفسيرها وتحليلها بهدف تحليل وفهم أوضاع الحاضر والتنبؤ بالمستقبل (خصيب، 2012، 2)، وبالرغم من أن البعض يحصر استعمال المنهج التاريخي في الدراسات التاريخية إلا أنه إجراء منهجي أصبح راسخاً في معظم فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية وخاصة في الدراسات التحليلية الكيفية (دليو، 2015، 43)، ولا يقتصر استخدامه على علم التاريخ بل ينزلق إلى العلوم الأخرى ويتناول العديد من الظواهر الاجتماعية والسياسية والإعلامية والتربوية.... وغيرها.

وفي علوم الإعلام والاتصال يعتبر المنهج التاريخي طريقة للبحث في المشكلات أو الظواهر الإعلامية في بعدها التاريخي أو سياق الوقائع والأحداث التي حدثت في الماضي سواء

بغرض وصف الظاهرة الإعلامية وتسجيلها كما حدثت في الماضي مثل تسجيل تاريخ المؤسسات والوسائل الإعلامية والبارزين فيها، أو بغرض تفسير علاقات الظاهرة الإعلامية وعناصرها بالوقائع والأحداث التي حدثت أيضا في الماضي. (عبد الحميد، 2000، 262)

1.1.1.4. تعريف المنهج التاريخي:

إن المنهج التاريخي يعد أول المناهج النقدية ظهورا في العصر الحديث، فقد ارتبط بالفكر الإنساني والتطور الأساسي لحياة البشر، ويعنى أساسا بوصف الأحداث التي وقعت في الماضي وصفا كيفيا يتناول رصد عناصرها وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها والاستناد على ذلك الوصف في استيعاب الواقع الحالي وتوقع اتجاهاتها المستقبلية القريبة والبعيدة (نجم، 2015، 62-63)، وهو بذلك يستلزم استرداد الماضي Reconstruction بطريقة منهجية Systematic وموضوعية Objective من خلال تجميع الأدلة وتقييمها Synthesizing والتحقق منها ثم تركيبها وتوثيقها لاستخلاص النتائج والوصول إلى خلاصات محكمة (عبد الحميد، 2000، 54).

2.1.1.4. خطوات المنهج التاريخي:

إن أهم الخطوات المميزة للمنهج التاريخي - إلى جانب الخطوات المنهجية العامة - هي:

- جمع المادة التاريخية من مصادرها الأولية والثانوية،
- نقد المادة التاريخية وتقييمها،
- تصنيف الحقائق وتحليلها ثم إعادة تركيبها في إطار أهداف البحث.

1.2.1.1.4. جمع المادة:

تبدأ عملية جمع المادة التاريخية بتحديد المصادر التي تضم هذه المادة وتنقسم إلى مصادر أولية وأخرى ثانوية. (عبد الحميد، 2000، 263).

المصادر الأولية هي تلك المعاصرة للحدث أو الشخص والتي تكون قريبة قدر المستطاع من الظاهرة الفعلية التي تخضع للبحث وتضم: المدونات والوثائق الرسمية، تقارير شهود العيان، المصادر الشخصية كالرسائل والمذكرات، الدراسات التي تمت في وقت سابق، البقايا الأثرية.... وغيرها، في حين أن المصادر الثانوية ليس لها علاقة مباشرة مع الحدث (بدر، 2008، 107).

أما بالنسبة للدراسات الإعلامية فتعتبر السير والمذكرات الشخصية للرواد والمؤسسين في مجال الإعلام مصدرا أساسيا في هذه الدراسات بالإضافة إلى القوانين والتشريعات والقرارات الخاصة بتنظيم العمل أو تنظيم العلاقات مع المؤسسات أو العاملين فيها، أو السجلات الرسمية ومحاضر الاجتماعات.... وغيرها ويضاف إلى الوثائق السابقة التقارير التي يكتبها الأفراد عن الوقائع والاحداث وتحفظ في وثائق المؤسسات او تنشر في الصحف أو الدوريات حول الوقائع أو الاحداث او الشخصيات الاعلامية ويشترط في المصادر السابقة ان تكون ذات علاقة مباشرة بالأحداث حتى يمكن اعتبارها مصدرا اوليا يتم الاعتماد عليه في البحث. (عبد الحميد، 2000، 263-264).

بالإسقاط على الدراسة الحالية فان بحوث الإعلام الجديد -عينة الدراسة- تعتبر مصدرا أساسيا وأوليا للمعلومات الخاصة بهذه الدراسة حيث أن تقارير هذه البحوث ستستخدم بنفس الطريقة التي تستخدم بها أي وثيقة تاريخية أخرى وستخضع لباقي خطوات المنهج التاريخي من نقد وتحليل.....

2.2.1.1.4. نقد المصادر:

و تتم هذه العملية على مرحلتين:

- **الفحص أو النقد الخارجي:** يستهدف هذا النقد التعرف على هوية وأصالة الوثيقة، والتأكد من مدى صحتها، في هذا الصدد يرى فارغان ان النقد الخارجي للمصادر يقتضي الإجابة على تساؤلات خمس :

- تحديد تاريخ المصدر الوثائقي، أي متى أنتج؟

- تحديد مكانه، أي أين تم انتاجه؟

- معرفة مؤلفه، أي من انتجه؟

- تحليل مصدره، أي من أي مصادر سابقة تم انتاجه؟

- تحديد اصلته، أي ما هو شكله الأصلي عند انتاجه؟ (دليو، 2015، 45)

- **الفحص أو النقد الداخلي:** بعد أن يقوم الباحث بنقد الوثيقة من الناحية الخارجية ينتقل إلى مرحلة النقد الداخلي لها ويتم ذلك عن طريق " تحليل وتفسير النص التاريخي أو المادة التاريخية (نجم، 2015، 67)، أي أن النقد الداخلي يخص موثوقية المصادر الوثائقية، والتي يجب حسب "لويس جوتسالك" أن تتم عملية اثبات مصداقية كل وثيقة منها بشكل منفصل بغض النظر عن المصداقية العامة لصاحبها، فالموثوقية العامة في نظره لا تعني موثوقية كل نص من نصوصه ولا تغني عن إخضاعه كل واحد منها للتقييم والنقد على انفراد (دليو، 2015، 47)، للتأكد من صدق المحتوى ويتم التفرقة بين التحليل الداخلي الايجابي والسلبي، فيستخدم الاول للتفرقة بين العناصر الاولية التي يحتوي عليها النص التاريخي، وادراك كل عنصر على حدة، للوقوف على المعنى الحقيقي الذي يرمي اليه بناء المحتوى، ويهدف الثاني إلى معرفة الظروف التي وجد فيها كاتب الوثيقة وقت تسجيلها وشهادات الآخرين في علاقتها بالدوافع والبواعث التي كان يمكن ان تؤدي الى احتمالات وجود الخطأ في تسجيل الوثائق (عبد الحميد، 2000، 266).

إن الهدف من استخدام هذا المنهج ليس السرد الوصفي التاريخي لظهور وتطور بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر بشكل عام او بحوث الإعلام الجديد بشكل خاص فهذا السرد يعد من أدبيات البحث، ولا يختص به المنهج التاريخي، وإنما الغرض الأساسي هو تطبيق هذا المنهج بإجراءاته المميزة التي تقوم خاصة على الفحص الناقد للوثائق بالدرجة الأولى -بحوث العينة في هذه الدراسة- .

واستخدام تلك المعطيات التاريخية كخلفية لتحقيق هدف الفهم، وتسمح بالربط التحليلي ما بين المتغيرات، وتضفي مصداقية وبعدا على طبيعة الاستنتاجات المتمخضة عن القراءة التحليلية النقدية المتبصرة للبحوث.

انطلاقا مما سبق فإن المنهج التاريخي يعد منهجا نقديا بامتياز يستوفي خطوات النقد

الأربع وهي:

- وصف الظاهرة وتحليلها،

- نقد الظاهرة،

- التعيد للظاهرة أو اقتراح البديل،

- إصدار الأحكام التي تبين قيمتها (نابي، 2010، 3).

2.1.4. المنهج المقارن:

يمكن اعتبار المنهج المقارن اجراء علمي-منطقي يستهدف التحليل الاجتماعي بالتركيز على وحدتين أو أكثر من الوحدات الاجتماعية الكلية أو الفرعية والتي يجب أن تكون مختارة بشكل ممنهج، وباعتبارها سياقاً تحليلياً للتشابه أو الاختلاف بين المتغيرات أو العلاقات. (دليو، 2015، 53، 54) وبالتالي فإن التحليل المقارن يتمثل في الاستخدام المنهج للملاحظات المستخرجة من اثنين أو أكثر من الوحدات الكلية (البلدان والمجتمعات والأنظمة السياسية والمنظمات والثقافات...)، أو من مقطعين أو أكثر من تاريخ مجتمع معين لدراسة أوجه التشابه والاختلاف ومعرفة الأسباب.

وسيتم استخدام التحليل المقارن في هذه الدراسة علي مستويين: المستوى الأفقي لمقارنة توجهات بحوث الإعلام الجديد في الجزائر مع توجهات نظيرتها العربية والأجنبية (المستخلصة من الدراسات السابقة المعتمد عليها في هذه الدراسة)، والمستوى الرأسي لمقارنة بحوث الإعلام الجديد عينة الدراسة مع بعضها البعض حسب كل فترة من فترات الإطار الزمني للدراسة.

2.4. أدوات جمع وتحليل البيانات:

1.2.4. أداة التحليل الثانوي Secondary Analysis

إن حدود الحاجة إلى الدراسات والبحوث السابقة لا تقف عند الرغبة في تطوير المشكلة العلمية أو صياغة الفروض الخاصة بها، ولكنها تمتد إلى تلبية الحاجات العلمية لمعرفة العلاقات بين نتائج البحوث السابقة والتي تمكن من إثراء المعرفة النظرية، كما أنها توجه الباحثين لدراسة مشكلات علمية جديدة، وتسمح بمراجعة وتحليل هذه الدراسات أيضاً بإلقاء الضوء على المناهج والأدوات ومختلف الإجراءات البحثية المستخدمة في البحوث السابقة لدراسة الارتباط بين هذه الاستخدامات والنتائج المتوصل إليها (عبد الحميد، 2000، 183)

اضافة إلى ما سبق ذكره فإن هذا النوع من الدراسات يسمح بمعرفة منطلقات كل دراسة وصلتها بواقع الميدان المبحوث باعتبار أن منطلقات البحث السليمة لا بد وأن تبدأ من الواقع لتعود

إليه عبر نتائج يمكن صياغتها بشكل يمكن من تجسيد حلول لما يطرح من مستجدات (مصطفى بوضريسة، " تحليل التحليل وتحديد اتجاهات البحث العلمي"، 2010).

في هذا الشأن يرى "غلاس Glass": " أن استخلاص المعرفة من الدراسات المترامية هو مشكلة منهجية هامة وهامة أشيد بها". (Glass, 1976,8) ويتم إجراء مثل هذه الدراسات من خلال ما أطلق عليه غلاس مسمى تحليل التراث العلمي وميز بين أداتين للتحليل: التحليل الثانوي والتحليل البعدي .

1.1.2.4. تعريف التحليل الثانوي Secondary Analysis:

التحليل الثانوي (الثاني) Secondary Analysis : يقوم على إعادة تحليل البيانات التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الأول (الأولي)، لذا أطلق عليه التحليل الثانوي، لأنه لا يحلل المادة الأصلية، ولكنه يحلل ما تم التوصل إليها من تحليل المادة الأصلية في مجموعة من الدراسات بغرض الإجابة عن أسئلة جديدة ببيانات قديمة، وأطلق "غلاس Glass" على هذه الأداة مسمى التحليل الثانوي Secondary Analysis أو التحليل السردي Narrative Analysis أو إعادة التحليل Re-analysis والتي تعتبر أداة لتحليل التراث العلمي تحليلاً كفيلاً، أما التحليل البعدي Meta Analysis فيشير "غلاس Glass" إلى أنه تحليل يتم وفق صيغ إحصائية لمجموعة كبيرة من نتائج الدراسات الفردية السابقة لغرض دمج هذه النتائج (Glass, 1976, 3).

فالكثير من الدراسات تخطئ بين Meta Analysis الذي يعتبر تحليلاً للتراث العلمي كميًا "Quantitative literature review" وفقاً لصيغ إحصائية* (تشمل طبيعة انحدار العينة،

* ومن هذه المعادلات الرياضية الصيغة التي قدمها جلاس لقياس حجم التأثير بين بحثين مختلفين يستخدمان الدراسة التجريبية لقياس حجم التأثير

$$\text{حجم التأثير} = \frac{\text{متوسط التجريبية} - \text{متوسط الضابطة}}{\text{الانحراف المعياري للمجموعة الضابطة}}$$

وقد حدد الباحثين فردريك وولف Fredric M. Wolf (1986): بعض الصيغ الإحصائية المستخدمة في تحليل التراث العلمي منها: صيغة اختبار فيشر Fisher Test ، وصيغة اختبار وينر Winer Test ، وصيغة اختبار ستوفر Stouffer Test .

وثبات تأثير انحدار العينة، والانحدار العشوائي للعينة، والانحراف المعياري للعينة، وحجم العينة التجريبية والضابطة...) والذي يستخدم في البحوث ذات الطابع الإمبريقي، ولا يمكن استخدامه في البحوث التحليلية ذات الطبيعة الكيفية التي تستخدم التحليل الثانوي (محسب، 2007، 3) -وهي الأداة التي ستعتمد عليها هذه الدراسة-.

وعرف "بيكر Beker" التحليل الثانوي كما يلي: "هو إعادة استعمال بيانات العلوم الاجتماعية بعد أن يقوم الباحث الذي جمعها بوضعها جانبا، ويمكن أن يكون إعادة استعمال البيانات من قبل الباحث الأصلي أو أي شخص آخر لم ينخرط بأي طريقة في مشروع البحث الأول ويمكن لأسئلة البحث التي يفحصها التحليل الثانوي أن تكون ذات صلة بالبحث الأصلي أو أن تكون مختلفة تماما عنه" (Wimmer , Dominick, 2011/2013, 52,53).

وبالتالي فإن الهدف من التحليل الثانوي هو الوصول إلى حقائق جديدة للإجابة على التساؤلات المطروحة في دراسة مستقلة تعتمد على تحليل الدراسات السابقة، ويهتم الباحث بنتائج الدراسات السابقة بدرجة أكبر وبصفة خاصة المقارنة بينها أو إعادة النظر فيها في ضوء العوامل التي قد تكون سببا في الاتفاق أو الاختلاف بين النتائج خصوصا ما تعلق بالمنطلقات النظرية والمنهجية المعتمدة، أو دراسة معالم التغيير فيها عبر الزمن، أو وضع النتائج بعد الرصد والتنظيم في أطر تصنيف للاسترشاد بها في تطوير المعرفة العلمية (عبد الحميد، 2000، 183،184).

2.1.2.4. خطوات عملية التحليل الثانوي:

عند القيام بأي بحث، فإن مجال البحث وأسئلته هي من تحدد الطريقة التي يتبعها الباحث هذه الطريقة تتضمن كيفية قيام الباحث بجمع وتحليل وتفسير البيانات، وأداة التحليل الثانوي هي طريقة منهجية تتطوي على خطوات (وصفية، تحليلية، تقييمية)، في هذا الشأن تشير "ميليسا جونستون Johnston" إلى أنه هناك نقص في الأدبيات التي تحدد اجراءات معينة لتطبيق هذه الأداة، وتقتصر خطوات معينة لذلك تبدأ بتطوير أسئلة البحث ، ثم تحديد وجمع مجموعة البيانات، ليتم في الأخير تقييمها (Johnston, 2014, 620) في هذا السياق يوصي "هيتون" بأن يكون الهدف من التحليل الثانوي للبيانات المجمع شفافا ومحددا مع توضيح الإجراءات المنهجية والاعتبارات الأخلاقية (فقدان بعض البيانات مثلا) حتى تكون العمليات التفسيرية واضحة ولها

مصادقية (Tracy Long, 2010, 337)، من جهتهم فإن "كاترين وأدفيسور Katherine McCaston, Advisor يرون أن التحليل الثانوي ومراجعة البيانات السابقة ينطوي على جمع وتحليل مجموعة واسعة من معلومات ويجب أن تكون الخطوة الأولى هي تحديد الهدف من البحث، ثم تقديم تصميم البحث (يضم جمع وتحليل البيانات) وبعدها تقييم البيانات المجمعة (Katherine, 2005,01)

استنادا إلى ما سبق ستعتمد هذه الدراسة على خطوات ثلاث في استخدامها لأداة التحليل الثانوي وهي:

- تحديد الهدف وتطوير أسئلة البحث:

إن وجود هدف محدد جيداً - الفهم الواضح لسبب جمع للبيانات ونوع البيانات التي نرغب في جمعها وتحليلها وفهمها بشكل أفضل - سيساعد على بلورت هذه الأهداف إلى تساؤلات واضحة ومحددة توجه بذلك الباحث نحو مجموعة بيانات معينة (Katherine,2005,02)

- تحديد مجموعة البيانات:

بعد تحديد الهدف وضبط أسئلة البحث يتوجب الاطلاع على الأدبيات السابقة والقيام ببحث معمق عن البيانات (دراسات، بحوث، مقالات، كتب،.....) التي لها صلة بالموضوع والتي يمكن استخدامها في معالجة أسئلة البحث، فليس كل البيانات المجمعة والتي لها صلة بالموضوع المدروس تستخدم بالضرورة بل تؤخذ فقط تلك التي لها القدرة على تقديم اجابات ذات فعالية ومغزى للأسئلة المطروحة (Johnston, 2014,621)، في هذا الشأن يرى "جين غلاس" أنه ليس هناك دراسة قوية وأخرى ضعيفة ولا يمكن استبعاد الدراسات الضعيفة منهجيا بل يتوجب دمج الدراسات ونتائجها مع بعض لتعطي مرجعا أفضل لفهم الظاهرة، وهذا أفضل من استبعاد تلك التي نراها ضعيفة (عبد الحميد، 2000، 184)، وسيتم توضيح كيفية تحديد بيانات هذه الدراسة بشكل مفصل في عنصر عينة الدراسة.

- تقييم البيانات:

عند إجراء تحليل ثانوي، يجب إجراء تقييم بشأن ملاءمة مجموعة البيانات المتاحة وما إذا كانت مجموعة البيانات الأساسية لديها القدرة على الإجابة على أسئلة البحث الثانوي، كما يجب

أن يزيد التقييم من إمكانية جمع البيانات التي توفر "العمق المناسب" و "التفصيلات ذات الصلة" أو كما يقول "شارماز"، "البيانات المناسبة والكافية" فيما يتعلق بمجال الاهتمام الموضوعاتي. وبالتالي يجب أن يكون هناك ما يكفي من البيانات السابقة حول موضوع البحث حتى يكون من المعقول الافتراض بأن أسئلة البحث الثانوية يمكن الإجابة عليها، كما أن مقدار التفاصيل الموجودة في البيانات السابقة سيحدد إلى حد كبير درجة المعرفة الجديدة أثناء التحليل الثانوي. (Long, 2010, 340)، وحتى تكون لهذه المعرفة الجديدة قيمة علمية مضافة فإنه يتوجب على الباحث أن يكون حذرا في التعامل مع بعض الدراسات المنقوصة من ناحية المنهج والأدوات وقاعدة البيانات... وغيرها التي تؤثر حتما في النتائج، ولذلك فإن الباحث يجب أن يقوم بنقد هذه الدراسات من الجوانب المنهجية ووضع هذا النقد في الاعتبار عند تفسير النتائج النهائية للتحليل (عبد الحميد، 2000، 187).

وتتطوي هذه الخطوة على الإجابة على عدة تساؤلات جوهرية أهمها:

- ما هو الغرض من هذه الدراسة؟ من المهم تحديد الغرض من المشروع الأصلي الذي أنتج البيانات لأن هذا يؤثر على العديد من الخطوات البحثية الأخرى كصيغة الأسئلة، اختيار العينة المنهج والأدوات... وغيرها، بمعنى السياق العام للدراسة .
- ما هي المنهجية التي استخدمت في الحصول على البيانات؟ إذ لا يمكن تحليل ونقد البيانات الثانوية دون معرفة المنهجية المتبعة في ذلك.
- ما مدى اتساق المعلومات التي تم الحصول عليها؟ من المفيد أن يكون متعدد مصادر لتعزيز الثقة في النتائج... (Johnston, 2014, 622,623).

من هنا تبرز أهمية توظيف أداة تحليل المستوى الثاني Secondary Analysis والاستفادة منه في الدراسة الحالية في إعادة تحليل بحوث الاعلام الجديد -عينة الدراسة- كتراث علمي متراكم بشكل يتيح تقديم نظرة شاملة للباحثين عن واقع هذه البحوث من خلال الكشف عن توجهاتها البحثية من خلال أهم المواضيع المدروسة، العدة النظرية والمنهجية المعتمدة نتائجها..... وغيرها.

2.2.4. التحليل الوثائقي:

ينطوي التحليل الوثائقي على مظهرين مختلفين لكنهما متكاملين هما التكتيف النصي والفهرسة والتحليل، والمعتمد في هذه الدراسة هو التحليل الوثائقي بواسطة التكتيف النصي ويقصد به تلخيص مضمون الوثيقة من خلال الإجابة على التساؤلات التقليدية ماذا؟ لماذا، أين؟ وكيف؟ وهذا لإعطاء نظرة حول محتوى الوثائق، وتتم هذه العملية من خلال التحليل الموضوعاتي والتحليل الشكلي (chaumier, 1997, 100).

1.2.2.4 التحليل الموضوعاتي (Thematic analysis)

هو أحد الطرق المستخدمة في تحليل البيانات النوعية حيث يقوم الباحث بتنظيم ووضع البيانات في موضوعات أو فئات محددة، ثم يقوم بشرحها وتفسيرها تحليلياً لإيجاد إجابة سؤاله البحثي وقد يتم التحليل الموضوعاتي من خلال التركيز على القواسم المشتركة بين البيانات، ولكن الموضوع الشائع أو المتكرر قد لا يكون بالضرورة مهماً أو ذا معنى في حد ذاته. (هبة العدساني، 2016 التحليل الموضوعاتي (Thematic analysis)).

2.2.2.4 التحليل الشكلي:

ويتم فيه تحديد نوع الوثيقة (مذكرة، رسالة، مقال ...) والفترة التاريخية لها، المناهج المستخدمة واستعمالاتها وتطبيقاتها... وغيرها من الأمور المتعلقة بالجانب الخارجي للوثيقة (chaumier, 1997, 100)

وتعتمد هذه الدراسة على هذه الأداة في عملية توصيف بحوث الإعلام الجديد -عينة الدراسة- للتعرف أكثر على طبيعة هذه البحوث بعرض خصائصها من الناحيتين الشكلية والموضوعاتية.

وسنقوم بتحليل أبحاث العينة عبر مستويين:

الأول يضم توصيفا عاما (شكليا) للبحوث -عينة الدراسة- من خلال:

- التوزيع الزمني لها خلال فترة الدراسة،

- حجم البحث،

- اللغة المستخدمة،

- الدرجة العلمية والتخصص،

الثاني يضم توصيفا للمحتوى -ضمني- من خلال:

- طبيعة الإشكاليات المطروحة في بحوث العينة،

- المداخل النظرية،

- نوع الدراسة والمنهجية المتبعة من خلال المناهج والأدوات المستخدمة، مجتمع البحث وعينته

- أهم النتائج المتوصل إليها.

3.2.4. المقابلة:

يلجأ الباحث في البحث الكيفي للمقابلات حينما يريد توجيه أسئلة عامة مفتوحة النهاية تساعد على فهم الظاهرة، ويلاحظ أن الأسئلة مفتوحة النهاية تسمح بتعددية الاستجابات، وتعبير المبحوثين عن خبراتهم، وآرائهم، لذا فهي تسمح للباحث بالحصول على معلومات ثرية ومفصلة، ونوع المقابلة الموظفة في هذه الدراسة هو المقابلة الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني (Electronic Interviews)، التي يستطيع من خلالها الباحث في البحث الكيفي جمع بيانات بشكل سريع ومن أماكن متفرقة، ومن عدد كبير من الأفراد عبر البريد الإلكتروني، فبمجرد معرفة البريد الإلكتروني للأفراد يستطيع الحصول على قاعدة بيانات نصية ثرية يخضعها بعد ذلك للتحليل، كما يستطيع استيضاح بعض الأمور من خلال حوارات المتابعة follow-up conversation (زيتون، 2006، 75، 77)

تم الاعتماد على المقابلة الإلكترونية- بعد تصميم بروتوكول المقابلة- مع عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال يعملون في مختلف جامعات الجزائر* وهذا للحصول على المعلومات التي تفيد وتدعم الكشف عن واقع بحوث الاعلام الجديد في الجزائر، انطلاقا من تصورات الأساتذة، هذا الواقع الذي حاولنا الاقتراب منه من خلال سؤالهم عن أهم المواضيع

* طريقة الاختيار والتبرير موضح في عنصر عينة الدراسة

البحثية التي يدرسها الطلبة الباحثين في مجال الإعلام الجديد، وعن كيفية مقارنة هذه المواضيع نظريا ومنهجيا وعن أهم التحديات التي يواجهونها وغيرها من الأسئلة.

3.4. مجتمع البحث وعينته:

1.3.4. مجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث جميع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر والمتمثلة في رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه، المجازة من قبل مختلف كليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال في الجزائر والمنجزة في فترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2017 البالغ عددها 192 بحثا، ونستثني هنا بحوث الإعلام الجديد المنجزة على مستوى كليات أو أقسام أخرى الغير خاصة بعلوم الاعلام والاتصال.

وجاء اختيار هذه الفترة (2001-2017) بالذات لأسباب عدة أهمها:

- تمثل سنة 2001 السنة التي تمت فيها مناقشة أولى البحوث التي اهتمت بالإنترنت وبالتكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام في الجزائر.
- امتداد الفترة إلى غاية سنة 2017 لأنها السنة التي تم تحديد مجتمع البحث وضبطه واختيار العينة منه والشروع في انجاز الجانب التطبيقي من البحث.
- شهدت هذه الفترة تطورا كبيرا في تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة بعد ظهور الأنترنت وانتشار استخدامها، وما رافقها من تطورات على مستوى وسائل الإعلام والاتصال أدت إلى ظهور ما يسمى اليوم بوسائل الإعلام الجديدة.
- هذه الفترة شهدت انجاز العديد من البحوث والدراسات الإعلامية الخاصة بالإعلام الجديد بمختلف موضوعاته عبر مختلف أقسام وكليات علوم الاعلام والاتصال في الجزائر.

وقد تم تقسيم الإطار الزمني للدراسة (2001-2017) الى ثلاث فترات زمنية هي:

2001-2005 : ما قبل ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية أي فترة الجيل الأول من الأنترنت (الواب 1.0).

2006-2011: فترة ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية (فمثلا ظهر الفايسبوك سنة 2005 التويتر اليوتيوب سنة 2006، وعرف التويتر انتشارا سنة 2007).

2012-2017: فترة ما بعد مواقع الشبكات الاجتماعية* .

وجاء هذا التقسيم لاعتبارات عدة نوجزها في:

- **الاعتبارات التكنولوجية:** شهدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورات سريعة المتمثلة أساسا في شبكة الأنترنت التي أتاحت ظهور الواب 1.0 أو ما يعرف بالواب الالكتروني المتمحور حول الوسائط فظهرت المواقع الالكترونية، البريد الالكتروني،...، ثم سمحت التطورات المتلاحقة بظهور الواب 2.0 الذي ظهر استخدامه كمصطلح عام 2005 بظهور أولى شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) ثم ظهور اليوتيوب، التويتر...، إلا أن بعض تطبيقاتها قد ظهرت قبل ظهوره كمصطلح ويضم إلى جانب شبكات التواصل الاجتماعي، المدونات، الويكي، تطبيقات قوقل المدونات الصغيرة، المفضلات الاجتماعية، هذا الواب الذي يطلق عليه بعض الباحثين الواب الاجتماعي تمحور حول المستخدم (Peng and others, 2013, 03) .

- **الاعتبارات السياسية:** بما أن التكنولوجيا ليست مستقلة عن السياق فإن مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا في المنطقة العربية شهد اهتمام كبير من قبل المستخدمين خصوصا في فترة ما يعرف بالربيع العربي (بداية من 2011) هذا الاهتمام انتقل أيضا الى الباحثين في هذا المجال الذين توجهوا بكثرة لدراسة هذه المواقع.

2.3.4. عينة الدراسة:

بما أن هذه الدراسة تنتمي إلى نوع البحوث الكيفية التي تستخدم في الغالب العينات التي تتسم بالعمدية والقصدية، ونعني بالقصدية أن الباحث يختار عينة بحثه على نحو متعمد بحيث تعينه على فهم الظاهرة موضع البحث، على أن يكون معيار اختياره لها ثراء المعلومات التي تقدمها له. (زيتون، 2006، 61)، وبالتالي فإن العينة القصدية هي الأنسب لهذه الدراسة.

* لا نقصد بها تجاوز الشبكات الاجتماعية بل انتقالها من مرحلة الظهور إلى مرحلة الانتشار والاعتماد.

بلغ إجمالي عدد بحوث الاعلام الجديد عينة الدراسة 39 بحثا أي ما نسبته 20% من مجتمع البحث (28 رسالة ماجستير، 11 اطروحة دكتوراه) من مختلف جامعات الجزائر (العاصمة، باتنة، قسنطينة، عنابة، وهران، بسكرة، مستغانم...) وموزعة على الفترات الزمنية الثلاث السابق ذكرها كما يلي:

الفترة الأولى: ضمت 03 بحوث من درجة الماجستير.

الفترة الثانية: ضمت 14 بحث منها بحثين من درجة دكتوراه و12 بحث من درجة ماجستير

الفترة الثالثة: ضمت 22 بحث منها 9 دكتوراه و13 ماجستير.

وفيما يلي جرد للبحوث عينة الدراسة يوضح عناوينها ودرجتها العلمية وسنة مناقشتها

الجدول رقم 01 : مفردات عينة البحث.

الرقم	العنوان	الدرجة العلمية	سنة المناقشة
01	الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت	ماجستير	2004
02	الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال- دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة	ماجستير	2005
03	الاعلان عبر الانترنت -دراسة تحليلية مقارنة-	ماجستير	2005
04	الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الالكترونية العربية 1 سبتمبر 2004-31 اوت 2005	ماجستير	2006
05	المدرسة، التلميذ و المعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال : التمثل والاستخدامات -دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر	دكتوراه	2007
06	منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع	ماجستير	2008

2008	ماجستير	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية دراسة ميدانية	07
2008	ماجستير	جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنترنت دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري قسنطينة	08
2008	ماجستير	التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباكات دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية	09
2010	ماجستير	الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنترنت في عصر ثورة المعلومات-دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري	10
2010	ماجستير	جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية - دراسة في العادات و الأنماط -	11
2010	ماجستير	اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة	12
2010	ماجستير	المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباكات	13
2010	ماجستير	أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر: الإعلاميون الجزائريون نموذجا دراسة وصفية تحليلية	14
2010	ماجستير	استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة - باننة نموذجا-	15
2010	دكتوراه	الآثار النفسية الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الإنترنت	16
2011	ماجستير	مساهمة التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في دعم المشاركة التنظيمية -دراسة ميدانية بمؤسسة ارسيلور ميتال تبسة	17

2012	دكتوراه	الشباب والأنترنيت : دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للأنترنيت من منظور نظرية الاستخدامات والاشباعات خلال الفترة الممتدة من مارس 2011 إلى ماي 2012	18
2012	ماجستير	التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات -دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين-	19
2012	ماجستير	اسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للاتصال النشر والاشهار الجزائرية ANEP	20
2012	ماجستير	استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث في الانتاج الاذاعي دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة	21
2012	ماجستير	دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا	22
2012	ماجستير	انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين والأبناء في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية لبعض أسر مدينة تبسة -	23
2012	ماجستير	الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة و تأثيرها في الطفل الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من أطفال ابتدائيات مدينة باتنة	24
2013	ماجستير	العالم الافتراضي ضمن ألعاب الفيديو الالكترونية : دلالات تفاعل إنسان - آلة دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الفضاءات الافتراضية التي تخلفها ألعاب الكمبيوتر التعليمية	25
2013	ماجستير	تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري فيسبوك نموذجا - دراسة حالة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03	26
2015	ماجستير	اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي - دراسة مسحية على عينة من	27

		أساتذة جامعة باتنة -	
2015	دكتوراه	ظاهرة "سيبر توتيزم" cyber tautisme والحقيقة في حقل الاعلام والاتصال دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية بالجزائر	28
2015	ماجستير	دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد -دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجا-	29
2015	ماجستير	اثوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري دراسة اثوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الامازيغية بالفيس بوك	30
2015	ماجستير	دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على صفحات شبكة الفايسبوك	31
2015	دكتوراه	منتديات الحوار الالكترونية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية	32
2016	ماجستير	الابعاد الاتصالية و الدلالية للكتابة الأيقونية الإلكترونية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأيقونات في المحادثات الرقمية عبر ياهو Yahoo وصالون الدردشة jeux video.com	33
2016	دكتوراه	مصداقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين -دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الاعلام العربية والجزائرية والطلبة الجامعيين الجزائريين	34
2017	دكتوراه	استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر	35
2017	دكتوراه	قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014	36
2017	دكتوراه	التفاعلية في الصحافة الالكترونية دراسة في استخدامات واشباكات النخبة الاكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية	37

2017	دكتوراه	هويات مستخدمى الوسائط الجديدة -تويتر نموذجاً	38
2017	دكتوراه	استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة- دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فيسبوك-	39

كما تم اختيار عينة قصدية من أساتذة الاعلام والاتصال بما يعرف عينة الخبراء، التي تنطوي على تجميع عينة من الاشخاص ذوي تجربة معروفة أو مثبتة وذوي خبرة في بعض المجالات، وهناك سببان لاختيار هذا النوع من العينات ، أولاً لأن ذلك من شأنه أن يكون أفضل وسيلة للحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة، في هذه الحالة تعتبر عينة الخبراء في جوهرها مجرد نوع من أنواع المعاينة القصدية، والسبب الآخر هو تقديم الدليل على صحة تقنية معاينتها أخرى تم اختيارها (دليو، 2015، 134).

واستعنا في هذه الدراسة بعينة الخبراء للسبب الأول وهو الحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة، ويمثلون في هذه الدراسة أساتذة وباحثي الإعلام والاتصال عبر مختلف الجامعات الجزائرية والذين تتوفر فيهم إحدى الصفتين: الخبرة الطويلة في مجال الإعلام والاتصال و/أو الاهتمام المباشر ببحوث الإعلام الجديد، وبلغ عدد العينة 20 مفردة، وحصلنا على رد من 5 أساتذة فقط.

4.4. حدود الدراسة:

1.4.4. الحدود المكانية:

تم تحديدها وفق مستويين، الأول يتعلق بمكان اجراء البحوث -عينة الدراسة- والمتمثل في البيئة الجزائرية وتحديداً مختلف الكليات والأقسام الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال التابعة لمؤسسات التعليم العالي بالجزائر، ويرجع السبب في اختيار البحوث الجزائرية في رغبة الباحثة في التعرف على واقع هذه البحوث خصوصاً وأنها تنتمي إلى هذه البيئة فمن الطبيعي أن تحاول البحث في مشكلات مجتمعتها أولاً.

أما المستوى الثاني فهو خاص بالبحوث المزمع تحليلها فقد تم اختيار أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير المجازة من قبل الكليات والأقسام السابقة الذكر والتي عالجت طبعاً موضوع

الإعلام الجديد، ويرجع السبب في اختيار اطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير واستبعاد مذكرات الليسانس والماستر كون الماجستير والدكتوراه من أعلى الدرجات العلمية وهذا ما ينعكس على البحث العلمي المقدم فيكون على قدر عال من الجدية والإضافة العلمية.

2.4.4. الحدود الزمنية:

هي الفترة المستغرقة لإنجاز هذا العمل والممتدة من اكتوبر 2015 وهو تاريخ التسجيل بالسنة الاولى دكتوراه LMD الى غاية جوان 2019 تاريخ تسليم النسخ النهائية للإدارة، وقد تم انجاز هذا العمل في هذه الفترة على مراحل بدءا باختيار الموضوع وضبطه ثم الشروع مباشرة في جمع المادة العلمية الخاصة به -رغم ان هذه الدراسة تطبيقية في أغلبها- إلا أن الباحثة قد استغرقت وقتا طويلا في جمع هذه المادة وترجمتها- لتبدأ أخيرا في حصر البحوث التي تناولت الإعلام الجديد في الجزائر عبر مختلف الكليات والأقسام، لتختار العينة منها وتشرع في الدراسة التحليلية النقدية لها.

II. البناء النظري للدراسة:

1. مفاهيم الدراسة:

إن إشكاليات المصطلحات واختلاف تعريفها وتطور مفاهيمها إلى حين أن تستقر عند مجموعة مفاهيم متقاربة أو مفهوم محدد يطال العديد من المصطلحات بما في ذلك مصطلح الإعلام الجديد الذي لا توجد إجابة جاهزة لتوصيفه نظرا لحدثة الظاهرة والتحويلات المستمرة التي تطرأ عليها، غير أنه لا يمكن للباحث الخوض في مسألة ما دون "المغامرة" بتحديد المفاهيم التي يستخدمها حتى يضمن وضوح خطابه (الحمامي، 2006، 2).

من هنا وجب تحديد مفهوم الإعلام الجديد الذي يمثل المحور الذي تدور حوله هذه الدراسة.

1.1.1. الإعلام الجديد:

- الاعلام الجديد كمصطلح:

بداية تجدر الإشارة إلى أن "دينيس ماكويل" أشار في كتابه *Mass Communication theory* إلى أن مصطلح الإعلام الجديد *new media* ليس جديدا للغاية وليس وليد اللحظة بل كان يطلق من ستينات القرن الماضي على عدد من التقنيات الاتصالية الجديدة في ذلك الوقت مثل الأقمار الصناعية وتلفزيون الكابل وغيرها، وكان المصطلح يتسع مع ظهور تقنيات جديدة ليشمل ما يستجد من وسائل اتصالية حديثة (Mc Quail, 2010, 39).

كما يجب أن نقر أن هذا المصطلح -الإعلام الجديد- لا يحظى بالإجماع في الأوساط الأكاديمية والمهنية إذ تزدحم المسميات التي تحاول أن تحصر هذه الظاهرة التي أوجدتها التطورات الحاصلة على مستوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فهناك من يسميه **Digital** الإعلام الرقمي **Digital Media** لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية، وهناك من يطلق عليه **Interactive Media** الإعلام التفاعلي طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت أو مختلف النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة، ومنهم من يسميه **Info Media** المعلومات للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال إذ يستفيد من تطور تكنولوجيا

المعلوماتية ويندمج فيها (صادق، 2011، 4)، وآخرون يرون أنه الإعلام البديل **Alternative media** لكونه يصبح بديلا عن الإعلام التقليدي في تغطية العديد من الأحداث التي يمنع الإعلام التقليدي من تغطيتها أو يصعب عليه الوصول إليها، ويعرف أيضا بإعلام المواطن **Citizen media** حيث مكنت الوسائل الجديدة المواطن من مشاركة الأحداث بل وصنعها أحيانا، وهناك من يطلق عليه الإعلام الشبكي **Networked media** وذلك بسبب ارتباطه ونشأته على شبكة الأنترنت..... (عقيله، 2015، 61) وغيرها من المسميات الكثيرة التي حظي بها.

غير أن الملاحظ على هذه المسميات إشارتها في كثير بل في أغلب الأحيان إلى جزئية محددة تخص الإعلام الجديد سواء أكانت هذه الجزئية تطبيقا جزئيا من تطبيقات الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي، صحافة المواطن...)، أو إحدى ميزاته المتعلقة أساسا بشبكة الأنترنت (رقمي، شبكي، تفاعلي، معلوماتي....)، لذا وجب أن يكون المصطلح الذي يطلق على هذه الظاهرة ملما بكل أطرافها ما يوسع من قاعدة الوسائل والتطبيقات والميزات والتأثير وبالتالي قاعدة التعريف بشكل عام، هذا ما دفع بالباحثة إلى استخدام مصطلح الإعلام الجديد* في هذه الدراسة والذي تراه الأقدر على استيعاب جميع المسميات السابقة وبالتالي كل الأوضاع التي أوجدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

- الإعلام الجديد كمفهوم:

إن تعدد مفاهيم الإعلام الجديد وتداخلها، جعل من الصعب تحديد مفهوم واضح ومحدد له، وهذا ما رأيناه جليا في تعدد مسمياته، هذا التعدد في التسميات خلق أيضا تعددا في التعريفات التي حاولت تحديد مفهوم الإعلام الجديد، لذا حاولنا أن نرصد بعض التعاريف الاصطلاحية التي قدمها له الباحثون والمختصون المهتمون بهذا المجال، لنقدم في الأخير التعريف الإجرائي للإعلام الجديد الخاص بهذه الدراسة.

يعرف "ماكويل McQuail" الإعلام الجديد بأنه اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة، أهم ما يميزها هو اعتمادها على التقنية الرقمية **digitalization** والتي يتم عن طريقها تحويل جميع

* لا تنفي الباحثة هنا غياب مسميات قد تستوعب كل أطراف الإعلام الجديد كالميديا الجديدة.

النصوص والمضامين الإعلامية إلى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسب الآلية وبالتالي يؤدي إلى ظاهرة الاندماج convergence بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة، ولذلك يطلق عليها أيضا اسم الإعلام الرقمي (Mc Quail, 2010, 136).

ويعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary بشكل مختصر ويصفه

بأنه اندماج الكمبيوتر The integration of computers وشبكات الكمبيوتر The computer networking والوسائط المتعددة Multimedia .

أما ليستر Lester فيرى أن الإعلام الجديد هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من: "التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو (صادق، 2011، 05) .

في حين جونز Jones يعرفه بأنه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني الذي أصبح ممكنا باستخدام الكمبيوتر مقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات ورايو وتلفزيون وغيرها من الوسائل الساكنة (صادق، 2010، 10).

أما محاولة الصادق الحمامي لمقاربة الإعلام الجديد فقد انطلقت من اعتبار الظاهرة جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال، و يصبح بالتالي من المشروع استبعاد الأشكال الجديدة للاتصال المؤسسي كالمواقع الإلكترونية والأشكال التواصلية الجديدة الجمعية (كالدونات) والتي تشير إليها مصطلحات إعلام النحن "أو" إعلام الجماهير "من حقل الإعلام الجديد. (الحمامي، 2006، 02)

انطلاقا من التعريف السابقة نجد أن منها ما اعتبر الإعلام الجديد هو نموذج جديد للاتصال والتواصل كتعريف الصادق الحمامي، ومنهم من رأى أنه يشير إلى مختلف الوسائل والأدوات التي ظهرت مع الثورة التكنولوجية الرقمية، كتعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة وتعريف "ماكويل" وآخرون أشاروا إلى انه يحيل الى التغيرات التي طرأت على الإعلام التقليدي نتيجة استخدام الكمبيوتر والانترنت كتعريف ليستر.

ولعل هذا التباين قد اختزله كل من "ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا اوين Diana Owen " في كتابهما المشترك (الاعلام الجديد والسياسة الامريكية) حين قسما الإعلام الجديد إلى 3 أنواع وهي:

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: والذي يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف كبرامج الأخبار الحية Live shows، والبرامج المسائية Night line، برامج التابلويد مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية، ويشمل برامج الواقع وقنوات متخصصة مثل M T V....

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن والتي تعمل على منصة الكمبيوتر المتصل بشبكة الأنترنت، وهي الوسائل التي مكنت من عرض وتوزيع المعلومات بشكل حي وسريع عبر مختلف تطبيقات الأنترنت الحديثة.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: فيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، وتصبح الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، حيث تندمج الوسائل القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته. (مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، 2013)

أما عن هذه الدراسة فنقصد بالإعلام الجديد فيها تجاوز الفهم السائد الذي يحدده بشكل عام في وسائل/ وسائل اتصالية جديدة ناتجة عن استخدام الكمبيوتر المتصل بشبكة الأنترنت إلى النظرة التكاملية التي ترى أنه يمتد ليعبر أيضا عن اندماج الإعلام التقليدي* مع تكنولوجيا الأنترنت، ويندرج تحت هذا المفهوم: الصحافة الالكترونية، مواقع الشبكات الاجتماعية، الإذاعة الرقمية، المحطات التلفزيونية الرقمية، المدونات، المواقع الشخصية والمؤسسية، منتديات الحوار..... وغيرها.

* يطلق مصطلح الإعلام هنا على وسائل الإعلام لنعت الكل بالجزء وهذا لأهمية الجزء اذن فالمقصود بالإعلام هنا وسائل الاعلام التقليدية من تلفزيون، اذاعة، صحف، مجلات....

وحتى نفهم الإعلام الجديد جيدا لابد من توضيح أهم الميزات التي تميزه عن الإعلام التقليدي وكذا تقديم تعريفات لبعض المفاهيم التي تتدرج ضمنه فهو إن صح القول مفهوم يعبر عن عدة مفاهيم أخرى تتدرج ضمنه كالشبكات الاجتماعية، الصحافة الالكترونية، ... وهو ما يسميه "إدغار موران الماكرو مفهوم macro-concept بمعنى أنه هو نفسه في حاجة إلى مفاهيم أخرى تجعله أقرب إلى التحديد والإدراك، وهذا ما سنحاول ايضاحه بدءا بتقديم أهم المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد.

2.1. مداخل نظرية لفهم الاعلام الجديد:

بدأت ملامح الإعلام الجديد في الظهور وبدأ التنظير لفهم هذا النموذج الاتصالي غير المسبوق وأوجه استخدامات الكمبيوتر في هذا النظام . وتتركز معظم الرؤى على فهم الإعلام الجديد بناء على النماذج الاتصالية السابقة له . وشارك في وضع هذه الرؤى والتصورات أساتذة إعلام وغيرهم من الذين يعملون في مجالات ذات صلة بالتطبيقات التكنولوجية ومنهم نيكولاس نيغروبونتي وفين كروسبي وجون بافلنك ثم توالى غيرهم" (صادق، 2009، 31).

1.2.1. رؤية نيكولاس نيغروبونتي:

طور نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte أفكاره حول الإعلام الجديد من خلال عمله في مختبر الإعلام الجديد بمعهد ماسشوستيس New Media Lb MIT وهو يطرح الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في : استبداله الوحدات المادية بالرقمية أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي أما الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف، وأخذ سمته الكاملة بظهور الأنترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس (صادق، 2011، 08) .

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital Addressability فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، وإلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية يلبي الاهتمامات الفردية Internet Interest ، ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم (البياتي، 2014، 360) .

2.2.1. رؤية كروسبي:

يشارك فين كروسبي Vin Crosbie مع نيغروبونتي في نفس الأفكار ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية (الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي والجماهيري)، ليصل للقول بأن الإعلام الجديد يتميز بأن الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة (صادق، 2009، 31) وبحسب كروسبي Crosbie الذي يقر بإمكانات كامنة تقف وراء قوة الإعلام الجديد وتتمثل في إمكانية تحقيق الاتصال بين مستخدمي شبكة الانترنت في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مشارك مرسلا كان أم مستقبلا بفرص متساوية من درجات التحكم (صادق، 2011، 11).

3.2.1. رؤية مانوفيتش:

يقول ليف مانوفيتش Manovich لكي نفهم طبيعة الاعلام الجديد، فانه يجب علينا النظر الى الدور التكاملي للحاسوب في عمليات الانتاج كلها، وفي وسائل الاعلام التي أحدثت تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، حيث أن كل الأشكال الجرافيكية وأنواع الرسم والصور والمؤثرات الصوتية والنصوص أصبحت تتم بواسطة الحاسوب" (عباس، 2010، 12) ، ويرى ان فهم الاعلام الجديد يتطلب تجاوز التصور بانه الاعلام الذي يستخدم الحاسب الآلي، فهو يقرر ان الاعلام هو حاصل اندماج ثلاثي بين الحاسب الالي وتقنيات الاتصال ووسائل الاعلام (المحارب، 2011، 33)

4.2.1. رؤية بافلك:

بالنسبة لجون بافلك Pavlik فإن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات ، وهي تحدث تغييرا راديكاليا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم ، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها، وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد، وهو يرى “ ضرورة توفر خارطة طريق Road map وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج Production والتوزيع Distribution والعرض Diplay - والتخزين Storage. وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدودا بسبب حالات التلاقي Convergence والتماهي Blurring بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيات الإعلام الجديد (صادق، 2009، 32) وهذا من خلال:

- نظام الانتاج: تكنولوجيا الانتاج هي تلك المستخدمة في جمع ومعالجة المعلومات وهي تشمل اجهزة الكمبيوتر، التصوير الالكتروني، الماسحات الضوئية، وهذه التكنولوجيا لم تصنع لنا فقط طرائق جديدة لجمع وتفسير المعلومات بل ايضا مكنتنا من تجميع انواع جديدة من المعلومات وحل المشكلات القديمة والجديدة بشكل اسرع، ولكنها مع ذلك حلت محل العمالة البشرية ومثلت تهديدا خطيرا للخصوصية واثارت تساؤلات حول من يملك المعلومات، فضلا عن انها تجاوزت القدرات البشرية في ان تكون على مستوى الامكانيات الجديدة التي خلقتها هذه التكنولوجيات.

- نظام التوزيع: تكنولوجيا التوزيع هي تلك المتصلة بعمليات العرض أو الحركة للمعلومات الالكترونية، وهي تشمل النظم الرئيسية التالية: البث الهوائي، تكنولوجيا الاتصال الارضي، كوابل الاتصال، الاتصال بالأقمار الصناعية، الاتصال اللاسلكي.....

- نظام العرض: تشير اجهزة العرض الى مجموعة التكنولوجيات المستخدمة في تقديم المعلومات الى المشاهد او المستهلك وما اليهما، وهي تشمل مجموعة من الاجهزة المخصصة في عرض المعلومة الالكترونية في اشكال مختلفة مثل الصورة والنص والفيديو او الوسائط المتعددة ...

- نظام التخزين: تشير تكنولوجيا التخزين الى الوسائل المستخدمة في استضافة المعلومات في انساق الكترونية، بما يشمل الاسطوانات المرنة والصلبة والليزرية بأنواعها المختلفة التي مكنت من تخزين كميات ضخمة من المعلومات في مكان محدد. (البياتي، 2014، 366،367)

5.2.1. رؤية بولتر وغروسين:

يرى كل من "بولتر Bolter وغروسين Grusin تكنولوجيات الاعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل Refashioning الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة او بلفظ اخر الاصلاح Remediation التي يطرحانها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الاعلام الجديدة، فهما يريان ان فكرة الاصلاح هي المنطق الاساسي الذي تجدد من خلاله تكنولوجيات الاعلام الجديدة وسائل الاعلام السابقة، وقد وضعنا نظريتهما ضمن اطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الانية Immediacy والتشعبية Hypermediacy فالرغبة لحالة الانية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الاعلام (صادق، 2011، 19)

ويحصر بولتر وجروسين فهم الاعلام الجديد في أنه عملية اصلاحية للنظام التقليدي للإعلام، أي أنه تطور تاريخي -بالمعنى الايجابي- للإعلام التقليدي، يتفاعل معه فيصلح كل منهما الاخر، مثل أن تنتفع السينما ببرامج معالجة الصورة المتقدمة على الحاسب الالي، وينتفع صناع هذه البرامج من الخبرات السينمائية (عقيلة، 2015، 33)

كما أن عملية الاصلاح تظهر بين التلفزيون والانترنت فالانترنت اسست نموذجها بناء على خبرات تلفزيونية في التعامل مع المشاهد، واستخدم التلفزيون استراتيجيات جديدة هي من خبرات الانترنت مثل استخدام النوافذ وادوات التحريك وغيرها. (صادق، 2011، 19)

الملاحظة الرئيسية من الرؤى السالفة الخاصة بنيغروبونتي وكروسبي انهما قد صنفا الاعلام الجديد ضمن حالتين جديد مقابل قديم، تماما كما يوحي التعبير نفسه، بين التماثلية

والرقمية، بين مرحلة ما قبل الانترنت ومرحلة الانترنت وهكذا، وهو تصنيف يظل غير واقعي طالما انه لم يستصحب حالة التماهي بين الاعلام الجديد والقديم، والاشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيهما وطالما ظلت الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الاعلامي، خاصة وان بعضها اصبح يحمل صفات الاعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفا، فالتلفزيون والراديو لم يصبحا فقط رقميين ولكن اصبحا وسيلتين تفاعليتين يعملان على منصة الكومبيوتر وهي ميزة اساسية في الاعلام الجديد (مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، 2013)

وللبحث عن مخرج لحالة التقابلية هذه في تصنيف الاعلام الجديد وضع كل من ريتشارد ديفيس Richard Davis وديانا اوين Diana Owen في كتابهما المشترك (الاعلام الجديد والسياسة الامريكية) الاعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع (تم ذكرها سابقا).

3.1. خصائص الإعلام الجديد:

تقترح الباحثتان لايفرو وليفنجستون (Lievrouw and Livingstone) أن أهم ما يميز الإعلام الجديد هو الخصائص التالية:

- التواصل الشبكي المتداخل interconnectedness بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط الى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة الى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

- سهولة الوصول والدخول access من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين.

- التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام التقليدي المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الاعلامية

- تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح open-ended على كل ما هو جديد موضوعيا وفنيا في محتوى وشكل المواد الاعلامية

- سعة الانتشار والتحرر من المكان delocatedness وعدم الارتباط بمنطقة جغرافية محددة اي يتخطى حواجز المكان الجغرافي (مخلوف، 2016، 223)

- التفاعلية: Interactivity وما بعد التفاعلية Post Interactivity، يقول الباحث "نصر الدين العياضي" عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعي البصري والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشط بشكل يؤثر في البرمجة لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كافة أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة سواء أحدث رجع الصدى أم لم يحدث (اللحام، وآخرون 2015، 103)

وبالتالي فإنه يجب التفريق بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، فهي سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وصفة مفترضة بالنسبة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الأنترنت، فالمستخدم له القدرة على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي ويتفق الكثير من الباحثين أن هذه الخاصية هي من أهم ما يميز الإعلام الجديد نظراً لأنها تكاد تكون معدومة في الاتصال الجماهيري التقليدي (مخلوف، 2016، 223).

وهي ايضاً اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل الى المستقبل ومن المستقبل الى المرسل فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل، والتفاعلية قد تكون تزامنية او غير تزامنية في هذا السياق يقول محمد لعقاب أن التفاعلية تشير إلى التزامنية التي تعني امكانية التعرض للمعلومات والايخبار في الوقت الحقيقي، والالتزامنية التي جعلت من شبكة الانترنت وسيلة تفاعلية تتفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الاعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحافة المكتوبة... فهي تعطي فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال او ارسال بريد(اللحام، وآخرون 2015، 103) .

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم

البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية. (حسونة، 2014، 09)

4.1. أنواع الإعلام الجديد:

ارتبط الإعلام الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت وخاصة الامكانيات التفاعلية التي أتاحتها Web2.0 وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات، ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال.

تعددت أنواع الإعلام الجديد، وتزداد تنوعاً ونمواً مع مرور الوقت، ونذكر منها:

- مواقع الشبكات الاجتماعية :

الشبكات الاجتماعية مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم "ويب 2.0" تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض، من أشهر الشبكات الموجودة حالياً فيسبوك و تويتر،... (اللحام، 2015، 34)

- الصحافة الإلكترونية:

للصحافة الإلكترونية والتي يطلق عليها في الدراسات الأدبية والكتابات العربية مسميات أخرى مثل الصحافة الفورية والنسخ الإلكترونية والصحافة الرقمية والجريدة الإلكترونية، تعريفات عديدة منها "هي منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات

عامة أو موضوعات ذات طبيعة خاصة، يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الأنترنت، والصحيفة الإلكترونية أحيانا ما تكون مرتبطة بصيغة مطبوعة. (شريف، 2014، 53)

- المدونات :

أصل كلمة مدونة في اللغة الانجليزية blog والتي ترجع بدورها الى كلمة weblog وهي كمصطلح تتكون من مقطعين (web ويب) أي الشبكة الدولية للمعلومات، و (log لوج) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معنا سجل التدوين، وهي أيضا صفحة انترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام، مؤرخة، مرتبة ترتيبا تصاعديا أو تنازليا وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، و لكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت وتعطي الحق للقراء في التعليق مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون (شريف، 2014، 151).

- المنتديات :

المنتدى هو ساحة حوار الأنترنت التي يتم فيها تبادل النقاش والأفكار حول عديد من القضايا المطروحة و يتبادلون الردود الاجابات والمعلومات، ترجع تسمية المنتدى المترجمة عن الانجليزية إلى كلمة "Forum" وتعني الساحة العمومية التي كانت تقام في كل مدينة رومانية يجتمع فيها المواطنون ليلقي عليهم الحاكم أو المسؤول خطبة أو بيان، كما يجتمع فيها السكان للإدلاء بأصواتهم للمترشحين لحكم المدينة أو البلاد. أما التسمية العربية فقد أتت من النادي أو الندوة التي كان يجتمع فيها كبار رجال الدولة والأشراف والعلماء، توفر المنتديات العديد من المزايا أهمها إضافة المواضيع العادية والمميزة والاستفتاءات والاعلانات والرسائل الخاصة والنقاش الحي أو الدردشة والمرفقات (ريان، 2012، 31).

- إذاعة الأنترنت :

هي تطبيقات برامج صوتية حاسوبية يتم استخدامها للبث عبر الأنترنت اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات streaming يقول "محمد عارف" في كتابه: تأثير تكنولوجيا الفضاء

والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية إن راديو الأنترنت متعدد الوظائف هو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين (صلاح، 2015، 190).

2. المدخل النظري للدراسة:

رغم مرور أكثر من عشرين عاما على ظهور الأنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية إلا أن النظريات الاتصالية الخاصة بهذه الوسيلة لم تتطور بالشكل الكاف، والواقع أن النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الإلكتروني هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام theory mediamorphosis التي طورها " روجر فيلدر" في كتابه **Mediamorphosis : Understanding the New Media** الصادر في العام 1997 والتي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام القديمة (حسني، 2015، 31).

1.2. نظرية التشكل العضوي لوسائل الاعلام Mediamorphosis :

تتكون الكلمة من شقين media وتعني وسائل الإعلام ، morophosis وهي مصطلح علمي يستخدم لوصف التغيرات التي تمس الكائن الحي أو أي جزء من أجزائه، واستخدامه مع كلمة ميديا أدى الى إنشاء كلمة جديدة لوصف التحولات والتغيرات التي طرأت وتطراً في عالم وسائل الإعلام اليوم (Nwammuo, and Nkiru, 2011, 116)

وبهذا يكون "فيدلر Fidler" قد ساهم إسهاما هاما في ربط التطور والتعايش والبقاء لمختلف أنواع وسائل الاعلام من خلال عملية أسماها التشكل العضوي (التحول العضوي) وهذه العملية تتركز أساسا على مفاهيم النظرية الداروينية لتطور الأنواع، ويقدم "فيدلر" حججه في إطار الحتمية التكنولوجية التي تعتبر محورية لفهم ظهور وسائل الإعلام الجديدة والتفاعل مع تلك الموجودة مسبقا (Palekar, and Darshana, 2012, 3) ، فهو يرى أن وسائل الإعلام مثل الأنظمة الأخرى تستجيب للضغوط الخارجية عن طريق إعادة تنظيم نفسها، ومثل الكائنات الحية فإنها تتطور بعد الولادة أو الفقس لكي تزيد من فرص بقائها على قيد الحياة، ولكي تواكب التغيرات في بيئة متغيرة، بمعنى أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، وتعمل

كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها. (حسني، 2015، 31)

وقد وضع "فيدلر" تصوره لتحول وسائل الإعلام على أساس مفاهيم الداروينية مدفوعا بثلاثة عوامل رئيسية وهي:

• التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية:

المتطلبات الجماعية للشركات والتقنيات والقوى الاجتماعية التي تولد وتطور تكنولوجيات ووسائل جديدة. (على سبيل المثال ، ظهور راديو FM في الستينات)

• الضغوط التنافسية والسياسية:

النشاط الاقتصادي الناجم عن تحرير السوق والضغوط السياسية من أجل الشفافية وحرية التعبير وتحرير سيطرة الدولة على تقدم وسائل الإعلام المزيد من الخيارات للمستهلكين مما يؤدي إلى سلوكيات تنافسية بين وسائل الإعلام.

• الابتكارات الاجتماعية والتكنولوجية:

التطورات الاجتماعية التي تؤدي إلى mediamorphosis تتوافق مع الاختراعات التكنولوجية، من اللوحات الرمزية والنقوش كمصدراً لرواية القصص للطباعة الميكانيكية وابتكارات "يوهان غوتنبرغ" إلى المطبعة، من الأجهزة المحسوبة التناظرية إلى التقنيات الرقمية وأنظمة الحوسبة (Palekar and Darshana 2012, 4)، وهذا ما أشار إليه "فيدلر" حين قال أن هناك ثلاثة تحولات كبرى في التواصل البشري اللغة المنطوقة، اللغة المكتوبة واللغة الرقمية، فالأولى أدت إلى تكوين مجموعة اجتماعية، وإلى تطوير المهارات في حل المشكلات المعقدة وكذا تطوير الأشكال المذاعة مثل سرد القصص وأداء الطقوس، أما الثانية فقد باشرت في تطوير المستندات والوثائق والطباعة الميكانيكية ووسائل الإعلام الجماهيرية، وأما اللغة الرقمية - على عكس المنطوقة والمكتوبة- فقد مكنت من التواصل بين الآلات والبشر.

في اللغة الرقمية الإنسان التمييز بين النص والصور والأصوات غير ذات صلة. نحن في أقرب وقت ممكن مراحل مثل هذه التحولات ، يقول فيدلر - ولكن يمكننا أن نرى بالفعل "كيف

الكمبيوتر الشبكات التي تستخدم اللغة الرقمية هي تمتد إلى حد كبير التفاعلات البشرية عبر العالم". (fidler,1997,53).

2.2. مبادئ النظرية:

تفترض أو تقوم هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية "التحول الرقمي" على ست مبادئ هي:

- التطور والتعايش: تتعايش جميع أشكال وسائل الإعلام والاتصال وتتآلف في اطار نظام تكيفي معقد ومتسع، وبظهور أي شكل جديد من وسائل الإعلام وبتطوره فإنه يؤثر بمرور الوقت ودرجات متفاوتة على تطور الوسائل الموجودة سابقا.

- التحول: إن وسائل الإعلام الجديد لم تنشأ من فراغ أو بشكل عفوي ومستقل بل ظهرت بشكل تدريجي من التحولات والتطورات التي تمس وسائل الإعلام التقليدية وبظهور أشكال جديدة تميل تلك الموجودة مسبقا إلى التكيف والاستمرار في التطور بدلا من الاختفاء.

- التوغل والانتشار: يشير إلى أن سمات وسائل الإعلام الجديد تهيمن على سمات الوسائل الموجودة قبلا، هذه السمات تنتشر من خلال رموز الاتصال المسماة اللغة.

- البقاء: يشير إلى أن وسائل الإعلام القديمة يجب عليها التأقلم والتكيف والتطور لضمان بقائها في بيئة سمتها الأساسية التغير الدائم.

- الفرصة والحاجة: لا يتم الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد على نطاق واسع على أساس مزاياها التكنولوجية فقط، بل يجب أن تكون هناك فرصة فضلا عن وجود سبب اجتماعي، سياسي، اقتصادي....، محفز ليجعل من تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتطور.

- تأخر الاعتماد: تستغرق تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديد وقتا أطول من المتوقع لتحقيق نجاحات تجارية، فهي تتطلب على الأقل جيلا بشريا (20-30 سنة) لتتطور انطلاقا من ثبات المفهوم (الاتفاق عليه) إلى الاعتماد والتبني على نطاق واسع. (fidler,1997,29)

ويستمد "فيدلر" مبادئ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم، هي: التطور

المشترك coevolution والتقارب convergence والتعقيد complexity

ويشير التاريخ إلى أن وسائل الإعلام القديمة والجديدة سوف تتعايش معاً، وبالتالي لا يكون الموت هو مصير الوسائل القديمة، بل تتقارب وتندمج ذلك أن وسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة لإندماجات صغيرة لا تعد ولا تحصى كانت تحدث بين وسائل الإعلام بشكل متكرر طوال الوقت، فعلى سبيل المثال فإن راديو الموجات المتوسطة تعايش مع التلفزيون في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، ثم طور البث بموجات FM ، لكي يستمر التعايش دون أن يقضي ذلك على البث بالموجات المتوسطة AM (Nwammuo, Nkiru, 2011, 116) ، كما أن القنوات التلفزيونية قد أنشأت مواقع لها على شبكة الويب تنتشر من خلالها كل أو بعض من برامجها وأيضاً استفادت الصحف الورقية من الانترنت ومختلف مواقع الشبكات الاجتماعية فظهر ما يعرف بالصحف الالكترونية فمنها ما هو امتداد للورقية ومنها ما هو مستقل يتواجد فقط على الشبكة وغيرها.

ما قيل على وسائل الإعلام الجديدة يقال أو ينزلق على بحوث الإعلام الجديدة فيمكن القول أن:

جميع أنواع بحوث الإعلام والاتصال تتعايش في إطار نظام معقد ومتسع وبظهور نوع جديد من البحوث الخاصة بهذا المجال تتطور وتؤثر بمرور الوقت وبدرجات متفاوتة على البحوث الموجودة مسبقاً، وبالتالي فبحوث الإعلام الجديد لم تنشأ من فراغ أو بشكل عفوي ومستقل بل ظهرت بشكل تدريجي نتيجة التحولات والتطورات التي مست وسائل الإعلام والاتصال وبالتالي مجال البحث فيها فبدلاً من اختفاء بحوث الاتصال الجماهيري التي سبقتها في الظهور فإنها تتطور.

كما أنه لا يتم الاعتماد على بحوث الإعلام الجديد على نطاق واسع على أساس المزايا التكنولوجية للوسائل المدروسة فقط بل هناك أسباب اجتماعية، سياسية، اقتصادية... تجعل من هذه البحوث ضرورة حتمية، كما أنها تستغرق وقتاً أطول للتطور على مستوى الاتفاق على مفاهيم معينة وعلى مداخل نظرية ومنهجية أكثر ملاءمة لها.

الفصل الثاني

أدوية السرطان

بداية لا بد من الإشارة إلى أن هذه الدراسة وخلافا لما هو سائد في الغالب لم تدرج أدبيات البحث ضمن البناء المنهجي، بل فضلت إدراجها في فصل مستقل يتم فيه عرض مجموعة من الدراسات السابقة والمشابهة بنوع من التفصيل والإلمام، خصوصا في نتائج هذه الدراسات التي حاولت الباحثة ادراجها تحت ثلاثة عناصر رئيسية (نتائج خاصة بالتوجهات الموضوعاتية، نتائج خاصة بالتوجهات النظرية، وأخيرا تلك الخاصة بالتوجهات المنهجية)، لأن الهدف الأساسي منها هو تتبع تطور توجهات بحوث الإعلام الجديد من خلال العناصر السالفة الذكر، والتي ستفيد هذه الدراسة لاحقا في مقارنتها ببحوث الإعلام الجديد في الجزائر -عينة الدراسة- وبالتالي سيكون هذا الفصل بمثابة جسر يربط بين البناء المنهجي والنظري لهذه الدراسة وبين الجانب التطبيقي لها.

وجاء هذا الفصل تحت مسمى أدبيات البحث "Literature Review" الذي غالبا ما يرد تحت مسمى الدراسات السابقة Previous Studies في البحوث العربية، إن مفهوم أدبيات البحث أوسع وأشمل من مفهوم الدراسات السابقة أو المرتبطة لأن مفهوم السبق أو الارتباط ينسب إلى موضوع أو مشكلة البحث بالتراث، بينما أدبيات البحث يتسع ليشمل المجال العام والخاص الذي يثري البحث، وفكر الباحث واتجاهاته نحو المشكلة وخطوات حلها للوصول الى النتائج المستهدفة(عبد الحميد، 2004، 91)

فلا يمكن للباحث إجراء دراسة ما لم يطلع على التراث العلمي السابق المتصل بمجال بحثه حتى يلم بموضوع بحثه بما يثري البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة المزمع انجازها، وبما أن الدراسة الحالية هي دراسة تحليلية نقدية أعتقد أن الدراسات السابقة في هذا الميدان قليلة جدا على المستويين المحلي والعربي، ليس فقط في أبحاث الإعلام الجديد ولكن حتى بالنسبة للدراسات الإعلامية ككل، وسيتم تقسيمها في ضوء هذه الدراسة إلى:

- دراسات محلية

- دراسات عربية

- دراسات أجنبية

لم يأت اختيارنا لهذا التقسيم اعتباطيا أو لأننا نعتبر أن للبحث العلمي حدود مكانية، لكن جاء كما أسلفنا الذكر لاستخدامه في المقارنة بين البحوث.

I. عرض أدبيات البحث:

1. الدراسات المحلية*:

إن الدراسات التي تهتم بمراجعة الإنتاج العلمي قليلة جدا حد الندرة على المستوى المحلي - وهذا في حدود علم واطلاع الباحثة-.

وستستعرض هذه الدراسة ما تم ايجاده في هذا المجال:

1.1. دراسة علي قسايسية (2007):

المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي -دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر-¹

سعت هذه الدراسة إلى القيام بتحليل نقدي تقييمي لعينة قصدية من الأبحاث الأكاديمية التي أجريت بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر - والخاصة بجمهور وسائل الإعلام في الفترة الممتدة من 1995 إلى 2006 والتي وصل عددها إلى ست أطروحات دكتوراه وهذا للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة: ما مدى الانسجام بين واقع جمهور وسائل الإعلام والدراسات المتعلقة به في الجزائر؟ من جهة وبينها وبين المنطلقات النظرية والمنهجية التي تستند إليها والتي توصلت لها أبحاث الجمهور في المجتمعات المرجعية من جهة أخرى؟

* تجدر الإشارة هنا الى وجود بعض الدراسات بدرجة الماستر التي اهتمت بتسليط الضوء على الانتاج العلمي السابق، وبالتالي فالدراسة الحالية ليست الأولى ولا الوحيدة في هذا المجال بل بدأت تظهر بوادر الاهتمام البحثي به في السنوات القليلة الماضية.

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي -دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر- (1995-2006)، أطروحة دكتوراه دولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2007/2006.

وللإجابة على هذا التساؤل اعتمدت الدراسة على المنهج التكاملي والذي يتألف من ثلاثة مناهج: التاريخي، المقارن والمنهج المسحي، أما عن أهم النتائج المتوصل إليها فكانت :

تنافس الأنترنت التلفزيون كأداة تكنولوجية منزلية جديدة، واستدعت خصوصية هذا الفضاء الاتصالي الجديد تعميم الاختيارات المنهجية الاثنوغرافية كتوجه جديد في أبحاث الجمهور والتي تتدرج عموماً فيما أصبح يعرف بالمنهجية الاثنوغرافية التي لا تدرس فقط الأنترنت بل تمتد إلى البث التلفزيوني عبر الساتل والأنظمة الرقمية وتلفزيون الأنترنت، ما يطلق عليه في هذه الدراسة بالإعلام الجديد-، كما توصلت الدراسة إلى أن الدراسات النقدية لم تنطلق في الجزائر بعد وأرجع السبب إلى غياب تقاليد بحثية علمية سواء على الصعيد الاجتماعي أو الصعيد الأكاديمي وأكد أن الدراسات النقدية في الجزائر لازالت تقتصر على ذكر الدراسات المنجزة في علاقاتها بموضوع البحث كإجراء منهجي إجباري لكل باحث فقط.

وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أن كلا منهما تهدفان إلى جعل مراجعة (تحليل/ نقد) الدراسات السابقة تقليداً معمولاً به حتى لا تتراكم المعرفة ولا تكرر البحوث نفسها، وتتفق أيضاً في طريقة المعالجة المتبينة للتيار الكيفي واعتماد كل من الدراستين على منهج تكاملي يضم عدة مناهج، في حين تختلفان في مجال البحث الموضوعاتي والزماني والمكاني.

2. الدراسات العربية:

بالرغم من افتقار الساحة العربية للدراسات التي تناولت بالتحليل و/ أو النقد الدراسات السابقة في مجال الإعلام والاتصال بشكل عام إلا أنه في السنوات الأخيرة قد خطت هذه الدراسات خطوة يجدر التنويه بها، وهذا فيما يخص تبني بعض الدراسات العربية تقليد مراجعة الأبحاث المقدمة في مجال الإعلام والاتصال وتحديد الإعلام الجديد باختلاف مواضيعه وإن كان أغلبها قد نهج النهج الكمي في التحليل وسعى إلى تتبع التطور الكمي لهذه البحوث على مستوى المنطقة العربية.

1.2. دراسة حلمي محسب (2007): التوجهات النظرية والمنهجية والموضوعية لدراسة الانترنت¹، قامت هذه الدراسة بمسح شامل لأعداد مجلتي بحوث الإعلام (1997-2006) والمصرية لبحوث الرأي العام (2000-2006) المصريتين، كما قامت بمسح شامل لمجلتي JMCQ و INJR الأمريكيتين في الفترة من 1996-2006 حيث اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المستوى الثاني، وأهم ما توصلت اليه الدراسة هو:

1.1.2. من ناحية الموضوعات المدروسة:

- توضح مؤشرات الموضوعات المتصلة بالإنترنت تركيز مجلتي بحوث الإعلام والرأي العام علي الدراسات الخاصة بالجمهور، فقد وصل عدد الدراسات المتصلة باستخدام الإنترنت إلى (14) دراسة بنسبة إجمالية قدرها %35.9، تليها الدراسات المتصلة بوسائل الاتصال المستخدمة في الإنترنت (يقصد بها المنتديات وجر الدردشة والوسائط المتعددة)، ووسائل الإعلام عبر الإنترنت (يقصد بها مواقع وسائل الإعلام عبر الإنترنت مثل، مواقع الصحف والوكالات والمواقع الإذاعية) بنسبة %12.8 لكل منهما ثم جاءت في المرتبة الثالثة البحوث المتصلة بتشريعات وأخلاقيات الإنترنت بنسبة %10.2 بينما جاءت في المرتبة الرابعة بالتشارك كل من بحوث تفاعلية الإنترنت وبحوث تأثير الإنترنت بنسبة إجمالية مقدرها %7.7 وجاءت أخيرا مقارنة الوسائل التقليدية بالإنترنت .

- تبين دلالة الأرقام اهتمام مجلتي JMCQ و NJR الأمريكيتين بدراسة الأحداث والموضوعات ورصد اتجاهات الإنترنت إزائها، سواء كانت هذه الموضوعات اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو رياضية أو إباحية.... الخ، فقد وصل اهتمام المجلتين الإجمالي ما نسبته %18.3، تليها الوبلوج والإعلام الجديد، حيث وصل اهتمام المجلتين بهما %14.9 وقد جاء تطبيق الأنترنت على الانتخابات في الترتيب الثالث بنسبة إجمالية %8.3 اشتركت ثلاث موضوعات في الترتيب الرابع هي : التفاعلية، ومصداقية الإنترنت، ومقارنة وسائل الإعلام بالأنترنت، بنسبة إجمالية مقدرها %7.3.

¹ - حلمي محمود محمد أحمد محسب، التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الانترنت: بالتطبيق على عينة من المجلات المصرية والأمريكية، كلية الآداب قسم الإعلام، 2007.

- بالمقارنة بين البحوث في المجلات المصرية والأمريكية نجد، أنه ثمة اختلاف واضح في توجهاتها فقد جاءت البحوث الخاصة بالمضمون في الترتيب الأول بالنسبة لمجلتي JMCQ و NJR التي تهتم بمعالجة موضوعات متصلة بالأحداث، وكيفية توظيف الإنترنت في طرحها لهذه الأحداث بنسبة 25.6% في المقابل لم تعالج المجلتين المصرتين أي موضوعات أو أحداث متصلة بالإنترنت، ويعزو الباحث السبب في ذلك إلي أن المجلات الأمريكية تهتم بالجانب الإمبريقي المتصل بتوظيف الإنترنت في الأحداث التي تخص الحياة الأمريكية ويأتي على رأسها الانتخابات الرئاسية والانتخابات المحلية ومواقع المرشحين، وكذلك تهتم هذه البحوث بتحليل الصفحات المتصلة بالمواقع الإباحية، وكلها بحوث قائمة علي تحليل المضمون.

- أما البحوث المصرية فقد جاءت في المرتبة الأولى بحوث الجمهور حيث حصلت على نسبة قدرها 35.9% بينما حظي هذا النمط بنسبة ضئيلة في المجلتين الأمريكيتين وصلت إلي نسبة 6.4%، وركزت البحوث المصرية على طلاب الجامعات بالنسبة للجمهور المستخدم للإنترنت، ويعزو الباحث السبب في هذا الاختلاف إلي طبيعة الدراسات المصرية الخاصة بالإنترنت، فدراسات الجمهور لا تحتاج إلي خبرة في التعامل مع الإنترنت، بيد أن الدراسات التحليلية تحتاج إلى خبرة ودراية بإمكانيات الوسيلة الجديدة، فالإنترنت كوسيلة اتصال تجمع في داخل كل وسائل الاتصال المسموعة والمرئية، فضلا عن خواص التفاعلية الخاصة بالإنترنت مثل النص الفائق والقوائم المنسدلة، والاختيارات المتعددة ومحركات البحث والمننديات وأشرطة العناوين المتحركة.. الخ

كما يتضح من التحليل الكيفي أسبقية البحوث الأمريكية في تناول وسائل الاتصال الحديثة فقد ركز 77 بحثا علي الوبلوج ووسائل الإعلام الجديدة علي الإنترنت، بيد أن البحوث المصرية لم تنطرق إلي هذا النمط، ويرجع السبب في ذلك إلي أن البحوث المصرية، تبدأ في تناول هذه الموضوعات بعد تناولها في البحوث الغربية.

كما يتضح من تحليل الموضوعات تركيز البحوث الأمريكية علي نقاط بحثية صغيرة، أما البحوث المصرية فتركز على موضوعات كبيرة.

2.1.2. من ناحية التوجهات النظرية:

يتبين من الطرح العام للأطر النظرية في مجلتي بحوث الإعلام والرأي العام غلبة نظريات الإعلام التقليدي من الناحية الكمية فتمثل هذه النظريات ما نسبته 75% بينما تمثل النظريات المتصلة بالإنترنت وتلك التي تم تطويرها لدراسة الإنترنت 25%، وجاءت نظرية الاستخدامات والإشباع في الترتيب الأول، وهذا ما يدل علي إفراط دراسات الإنترنت في استخدام الدراسات القائمة علي الجمهور، كما استخدمت دراسة واحدة نظرية تمثيل المعلومات، وهما من نظريات الإعلام التقليدي، أما النظريات التي تم اقتباسها من علوم أخري، وتم تطويرها بما يتناسب ودراسات الإنترنت فهما نظريتان الأولى: اقتبست من علم الاجتماع؛ وهي نظرية الشأن العام، والثانية: اقتبست من علم النفس؛ وهي نظرية التجربة الأمثل، وكذلك تم الاستعانة بمدخل نظري واحد يمثل المداخل الوليدة المنبثقة عن التطور التكنولوجي، وهو المدخل المهجن ، وكذلك تم تطوير مدخل تكنولوجي يرتبط بالصحة العامة وسلامة الاستخدام وهو نظرية الارجونومية.

يتبين من الطرح العام للأطر النظرية في مجلتي NRJ و JMCQ غلبة نظريات الإعلام التقليدي من الناحية الكمية، فتمثل نسبة النظريات التقليدية 80% أكثرها استخداما كانت نظرية انتشار الأفكار المستحدثة؛ تلتها نظرية الأجندة ونظرية تقليل الشك يتبين كذلك من الطرح العام للأطر النظرية استخدام نظرية كيفية واحدة هي النظرية النسوية ليدل توجه الدراسات الإعلامية علي غلبة النظريات الكمية في مقابل النظريات الكيفية. أما بالنسبة للنظريات التي تفسر الإنترنت كوسيلة اتصال لها خصوصيتها عن وسائل الاتصال التقليدية، فطرحت المجلتان ثلاث نظريات مرتبطة بالإنترنت بشكل مباشر هي: نظرية الشبكة، الفضاء الديمقراطي الافتراضي، نموذج دورة تفاعل الوسائط الفائقة والتفاعلية الذاتية.

3.1.2. من حيث التوجهات المنهجية:

تبين المؤشرات العامة لمجلتي الرأي العام وبحوث الإعلام سيادة الدراسات الكمية، فقد وصل عدد البحوث التي استخدمت الأدوات الكمية ما نسبته 82%، أما عدد البحوث الكيفية فقد وصل الى 15.4% في حين وصل عدد البحوث التي لم تحدد الأدوات البحثية 2.6% توضح

المؤشرات العامة أيضا زيادة عدد البحوث التي تعتمد على الاستبيان بصفة عامة مانسبته 53.8%، كما أظهرت النتائج قلة البحوث التحليلية والتجريبية ودراسات الحالة، أما البحوث الكيفية وعلى قلتها فقد تنوعت بين تلك التي اعتمدت على تحليل البعدي، تحليل الخطاب والتحليل التاريخي، في حين رصد الباحث ما نسبته 2.6% من البحوث التي لم تعتمد على أي أداة.

وجاء استخدام تحليل المحتوى أولا، ثم تلاه استخدام الاستبيان بأنواعه ثم المقابلة والتحليل الكيفي، كما استخدمت البحوث أدواتين بحثيتين جديدتين إحداهما استقتته من العلوم النفسية وهوأداة Q والثاني استنتجته من دراسات الإنترنت وهو Search Engine .

وعموما فإن الدراسة بينت أنه مازالت العديد من الموضوعات في الإنترنت لم تتوجه إليها البحوث الإعلامية أو تناولتها بشكل غير مكتمل على الرغم من أهميتها، وهي الموضوعات المتصلة بتحرير وتصميم وإدارة الصحف الإلكترونية، وعلى الجانب الآخر أسرفت هذه الدراسات في دراسة استخدامات الجمهور للأنترنت على حساب الموضوعات الخاصة بالمضمون، على العكس من الدراسات الأمريكية التي اهتمت بالمضمون أكثر من الاستخدام، كما توصلت إلى سيادة البحوث الكمية على حساب البحوث الكيفية في البحوث المصرية والأمريكية.

وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة حلمي محسب في أنهما تهدفان إلى معرفة التوجهات النظرية والمنهجية، والموضوعاتية لمجموعة من الدراسات - عينة البحث -، كما تتفقان في أداة التحليل وهي أداة التحليل المستوى الثاني Second Analysis، إلا أنهما تختلفان في الموضوع المعالج والعينة المختارة والمنهج المتبع، حيث اهتمت دراسة محسب بالأنترنت من خلال المقارنة بين دراسات مصرية وأمريكية في حين تهتم الدراسة الحالية بتحليل البحوث الأكاديمية الجزائرية المهتمة بموضوع الإعلام الجديد.

2.2. دراسة عزة عبد العزيز (2012): الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني¹.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الإشكاليات المنهجية المرتبطة أساساً باستخدام الأطر النظرية، المناهج والأدوات البحثية في دراسات وبحوث الإعلام الإلكتروني، وذلك وفق منظور تحليلي نقدي، إذ قامت الدراسة بحصر شامل لكل الدراسات المنشورة عبر الأنترنت المهمة بهذا الموضوع في الفترة الممتدة من 2007 إلى 2011 فكانت عينة الدراسة 36 دراسة بين رسالة ماجستير وأطروحة دكتوراه، بالإضافة إلى اختيار 21 بحث منشور في مجلات علمية، وكل الدراسات المقدمة ضمن فعاليات 3 مؤتمرات عربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح كمنهج أساسي والمنهج المقارن كمنهج مساعد وأداتي تحليل المضمون والملاحظة وخلصت الدراسة إلى:

1.2.2. من ناحية الموضوعات المدروسة:

- اتسمت بحوث العينة بتركيزها على دراسة الأثر السريع والمباشر دون التنبيه إلى دراسة الآثار المتراكمة طويلة الأجل التي تفيد في التغلغل بالمشكلات الإعلامية وبالتالي تأتي نتائج تلك الدراسات في معظم الأحوال مضللة وخاطئة، فقد احتلت بحوث التأثير المرتبة الأولى بنسبة 27.9%.

- احتلت بحوث جمهور الوسائل الإلكترونية المرتبة الثانية بنسبة 20% واتسمت بتركيزها على دراسة فئات معينة من الجمهور وخاصة فئة الشباب، تلتها بحوث الإنتاج الإلكتروني، ونسبة ضئيلة اهتمت بدراسة القائم بالاتصال أو الجمع بين مجالين مما يعكس استسهال الباحثين في اختيار عينات متاحة والبعد عن الدراسات التي يبذل فيها جهد مضاعف مثل دراسات القائم بالاتصال حيث أنها محاطة بصعوبات شديدة في الوصول إلى عينه القائم بالاتصال في مواقع الإنترنت المختلفة.

¹ - عزة عبد العزيز عبد الله عثمان، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني، دراسة من منظور تحليلي نقدي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود الرياض، 16 - 15 أبريل 2012

2.2.2. من ناحية التوجهات النظرية:

- فقد كشفت الدراسة عن اهتمام الباحثين بشكل كبير بلغ 18.8% باستخدام نظرية الاستخدامات والاشباع التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، وجاءت نظرية ثراء الوسيلة تحتل الترتيب الثاني بنسبة 12% من عينة بحوث الانترنت، كما جاءت دراسات الإعلام الجديد التي لا تعتمد على نظريات في الترتيب الثالث بنسبة 8%، وجاءت رابعا كل من نظرية تمثيل المعلومات، نظرية الحضور الاجتماعي، مدخل تحليل النظم، مدخل صحافة المواطن وأخيرا وبنسبة ضئيلة جدا حوالي 2% جاءت باقي النظريات (نظرية الشأن العام نظرية الدور، النظرية النسوية، نظرية بناء الأجندة الإلكترونية، نظرية حارس البوابة، نظرية البناء المعرفي، نظرية تفاعل الإنسان مع الحاسب، نظرية تحليل الأثر، نظرية الاغتراب السياسي، مدخل صحافة المشاركة..)، وكما هو واضح كثرة التعرض لنظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة الانترنت مقابل قلة للنظريات والمداخل الأخرى التي تعنى بدراسة الجوانب المختلفة المرتبطة بالتعامل مع الأنترنت.

- أما عن توظيف النظرية فقد كشف التحليل أن 51.2% من الدراسات موضع التحليل لم تكن قادرة على توظيف النظرية أو المدخل لموضوع البحث، واكتفى الباحث بعرض لمفاهيم النظرية واختبار فروضها دون توظيف وقد يرجع ذلك إلى نشأة تلك النظريات في الغرب بالإضافة إلى انتماءاتها لعلوم أخرى كعلم النفس والاجتماع مما يصعب على الباحث توظيفها للقضايا الإعلامية المدروسة.

3.2.2. من ناحية المنهجية المستخدمة:

-أوضحت الدراسة تركيز غالبية البحوث والدراسات على منهج المسح الإعلامي بشقيه سواء التحليلي أو الميداني، وبعضها اعتمد على المسح ومعه المقارن كمنهج مساعد والقليل جمع بينه وبين العلاقات المتبادلة أو منهج الرصد الداخلي، وهو أحد المناهج المستخدمة في دراسة المواقع على شبكة الإنترنت، ولم يستخدم المنهج التجريبي إلا نادرا، مما يؤكد عزوف الباحثين في مجال الإعلام الجديد عن البحوث النقدية وتمسكهم بمنهج وأساليب البحوث الامبريقية حتى وإن ظهرت محاولات لتطبيق المناهج الكيفية (كتحليل الخطاب)، و قد يكون السبب في ذلك هو

نقص معرفة الباحثين النظرية والعلمية بالبحوث النقدية كما أن عدم استخدام المناهج المختلفة في دراسة الظواهر والمشكلات الإعلامية والاقتصار على استخدام منهج واحد، يؤدي إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودالاتها.

-كما كشفت الدراسة عن تركيز بحوث ودراسات الإعلام الإلكتروني على بعض الأدوات البحثية وبشكل متكرر في مقابل التقليل من أو إهمال لأدوات بحثية أخرى هامة وبالتالي فهي تفتقد للتنوع في استخدام أدوات البحث الإعلامي، فقد جاء تركيز غالبية البحوث على الاستبيان سواء بالمقابلة أو بالتليفون أو بالبريد الإلكتروني، والقليل منها على تحليل المضمون (سواء تحليل نصوص أو تحليل الويب) والملاحظة المباشرة، والقليل جدا بل نادرا المقابلات المتعمقة، الملاحظة بالمشاركة، بينما لم تستخدم المناقشات الجماعية الحرة والمركزة رغم أهمية هذه الأداة في الحصول على بيانات دقيقة وتفصيلية، مما يؤكد على تركيز دراسات الإعلام الجديد على البحوث الوظيفية وأساليب التحليل الكمية التي تدعم الأوضاع الراهنة، مع ابتعاد تام عن البحوث النقدية وأساليب التحليل الكيفية التي تحتاج إليها المجتمعات العربية، لما لها من قدرات في سبر أغوار المشكلات الاجتماعية والإعلامية، والوصول إلى جذورها بعيدا عن الركض وراء الأرقام وآراء الناس واتجاهاتهم، فالمدرسة الأمريكية التي استقينا منها تلك المناهج والأدوات الكمية بدأت تهتم بالبحث النوعي وبتدريسه في معظم التخصصات الإنسانية الاجتماعية خاصة في مجال الإعلام.

تعد دراسة "عزة" أقرب الدراسات للدراسة الحالية إذ تتفقان من حيث الموضوع المدروس إلى حد كبير فكلتاها تقوم بدراسة جملة من البحوث الخاصة بمجال الإعلام الجديد وفق منظور تحليلي نقدي، مع أن دراسة عزة ركزت فقط على الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة، كما ركزت على الجانب المنهجي لهذه الدراسات، في حين الدراسة الحالية تسعى لدراسة كل الجوانب المتعلقة بالمواضيع المدروسة وكيفية معالجتها منهجيا ونظريا، في مجال الإعلام الجديد ككل، كما تختلفان في المنهج والأدوات البحثية المستخدمة في الدراسة.

3.2. دراسة حنان أحمد سليم (2013): الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد¹، تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد، من حيث مجالات الاهتمام البحثي والجوانب المنهجية المستخدمة، وذلك من خلال مسح الإنتاج العلمي في الدول العربية والأجنبية إذ بلغت الدراسات العربية 66 دراسة شملت رسائل أكاديمية للماجستير والدكتوراه، وأيضا الدراسات والبحوث المنشورة أو المقدمة في مؤتمرات علمية، أما الدراسات الأجنبية فقد بلغت 166 دراسة شملت العديد من الدول: الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، كندا، ألمانيا، إسبانيا... ، وكانت فترة الدراسة ما بين 2000-2011، واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي واستعانتي بأداتي تحليل المضمون (الكمي) وأسلوب تحليل المستوى الثاني (الكيفي)، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1.3.2. من ناحية الموضوعات المدروسة:

- الاهتمام بقياس استخدامات الجمهور للإنترنت والاشباعات المتحققة (فئة الشباب خاصة) في الدراسات العربية بشكل أكبر من الدراسات الأجنبية.
- أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية تعرضا واستخداما وبالتالي دراسة هما الفايسبوك واليوتيوب وهذا في الدراسات الأجنبية أما الدراسات العربية فهي نادرة في هذا المجال .
- الاهتمام بقياس التأثيرات الإيجابية والسلبية لتعرض الجمهور للإنترنت.
- مصداقية شبكة الانترنت وهو موضوع يعرف ندرة في الدراسات العربية عكس نظيرتها الأجنبية.
- استخدام ممارسي العلاقات العامة لشبكة الانترنت كاتجاه هام في الدراسات الغربية.

2.3.2. من ناحية التوجهات النظرية:

- تتشابه الدراسات العربية والأجنبية من حيث الاعتماد في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والاشباعات في دراسات علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد.

¹ - حنان احمد سليم، الاتجاهات الحديثة في دراسات و بحوث علاقة الجمهور بالإنترنت و الإعلام الجديد، جامعة أسيوط والملك سعود، 2013.

- التفاعلية في الإعلام الجديد أوجدت أو فرضت مداخل بحثية جديدة على الباحثين الاعتماد عليها كإخضاع المبحوثين للتجربة والملاحظة وهو الملاحظ توفره في البحوث الأجنبية.

3.3.2. من ناحية التوجهات المنهجية:

- تعدد المناهج والأدوات البحثية في الدراسات الأجنبية حيث اتجهت هذه الدراسات إلى المنهج التكاملي الذي يعتمد على أكثر من منهج وأكثر من أداة وهذا نادر جدا في الدراسات العربية.

- فيما يتعلق بالمناهج البحثية المستخدمة كان هناك تشابه واختلاف بين الدراسات العربية والأجنبية ولعل التشابه كان واضحا في إتباع منهج المسح الإعلامي (96%)، بالنسبة للدراسات العربية في حين الاختلاف كان في اعتماد الدراسات الأجنبية على المنهج التجريبي في معظم الدراسات التي أجريت في المجالات البحثية الخاصة بالشبكات الاجتماعية، مصداقية الانترنت، العلاقات العامة عبر الانترنت وهذا الغائب تماما في الدراسات العربية، كما تم الاعتماد أيضا على المنهج المقارن في كل من الدراسات العربية والأجنبية بنسب متفاوتة لصالح الأخيرة منها.

- أما الأدوات البحثية المستخدمة فقد جاء الاستبيان على رأس الأدوات المستخدمة إذ اعتمدت جل الدراسات العربية عليه بنسبة 100% وجاء في شكله التقليدي، أما الدراسات الأجنبية فقد اعتمدت عليه بنسبة 89% وكان في شكل الكتروني، أما أداة تحليل المضمون فقد جاءت مكتملة في الدراسات العربية بنسبة 18%، وأداة قائمة بذاتها في الدراسات الأجنبية بنسبة 23%، أما أداة مجموعات المناقشات المركزة والتي تعبر أداة بحث كيفية ومن الأدوات المهمة في دراسة الجمهور بالانترنت والإعلام الجديد بصفة عامة، فقد كان استخدامها نادر في البحوث العربية حوالي 3% فقط أما البحوث الأجنبية فكانت بنسبة 21%، أما عن أداة المقابلة المتعمقة فقد تبين غيابها التام في البحوث العربية، بينما 19.3% من البحوث الأجنبية اعتمدت عليها، أما أداة الملاحظة فسجلت هي الأخرى غيابها في البحوث العربية باستثناء بحث واحد، في حين اعتمدت 17.4% من البحوث الأجنبية عليها، الملاحظ غياب استخدام المناهج والأدوات البحثية الكيفية في البحوث العربية وكذا اتباع أسلوب البحث التكاملي المعتمد على

أكثر من أداة وأكثر من منهج وهو المعتمد في البحوث الأجنبية وهذا يشير إلى الاتجاه الحديث في دراسة علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد الذي يتطلب هذا التكامل.

تتفق دراسة "حنان أحمد" مع الدراسة الحالية في نقاط عدة فكلتاها تسعيان للكشف عن المواضيع البحثية، الأدوات والمناهج المستخدمة، المنطلقات النظرية المعتمدة في الدراسات التي اهتمت بموضوع الإعلام الجديد، وإن كانت دراسة حنان أحمد قد حصرت الدراسات في تلك التي تناولت علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد وكان أسلوبها في ذلك كميًا، واختلفت الدراسات في المنهج وأداة تحليل المحتوى في حين اتفقتا فيما يخص استخدام أداة التحليل الثانوي، أيضا اختلفت الدراسات في عينة البحث والمجال الزمني والمكاني له.

4.2- دراسة نصر الدين ليعاضي (2013): وسائط جديدة وإشكاليات قديمة - التفكير في أدوات التفكير في مواقع البث الاجتماعي في المنطقة العربية¹.

تناولت هذه الدراسة بالنقد عينة قصدية من الدراسات العربية التي تطرقت إلى مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية وكانت إشكالياتها متمحورة حول الإضافة العلمية التي قد تقدمها هذه الدراسات، واستجلاء أهم المقاربات النظرية والمنهجية التي اعتمدت عليها مبينة حدودها العلمية، كما حاولت مناقشة أهم المفاهيم التي استخدمتها هذه الدراسات، ولعل أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة هو:

1.4.2. من ناحية الموضوعات المدروسة:

-تشكلت البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية استمرارية لبحوث الاتصال الجماهيري، إذ أن الكثير منها يسعى إلى تشخيص دور هذه المواقع في التغيير الاجتماعي والسياسي، وتشكيل الرأي العام، ورفع الوعي، والتأثير على القيم والسلوك الاجتماعي وهذا رغم الاختلاف الواضح بين وسائل الاتصال الجماهيري الكلاسيكية وهذه المواقع.

¹ - نصر الدين ليعاضي، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة - التفكير في أدوات التفكير في مواقع البث الاجتماعي في المنطقة العربية-، الباحث الاعلامي، العدد 22، 2013.

-يسعى القسم الأعظم من هذه البحوث في المنطقة العربية إلى محاولة معرفة دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز الهوية الجمعية الشاملة التي تصور كمعطي جاهزا وتام ومتجانسا، وبهذا لم تلمس مكانة الفرد فقط، بل اعتبرت هذه المواقع كمؤسسات مالكة لتصورات شاملة وتامة.

-إن التغييرات السياسية العاصفة التي تعيشها بعض البلدان العربية، والتي أخذت بعدا داميا تحفز البحث عن مواقع الشبكات الاجتماعية من الزاوية السياسية، لكن قصورها يظل ناتجا عن تغييب الفرد وهيمنة الجماعة واستبدال الفعل السياسي العملي بالنشاط السياسي الرقمي ضمن تصورات جاهزة رحلت من سياقات مختلفة.

-أن الكثير من الدراسات عن مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية استلهمت من البحوث في الدول الغربية إلا أنها لم تستنسخ منها تعدد مقاربتها وتنوع مواضيعها التي أنضجها تطور استخدامها في مختلف قطاعات النشاط البشري، وإذا كان بالإمكان ايجازها فيمكن حصرها فيما يلي: دراسة هندسة الشبكات الاجتماعية، دراسة التفاعلات بين المشتركين في مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية والمؤسسات التي تعاملت مع الشبكات كرافد في عملية التعليم والتدريب والتأهيل.... وغيرها.

2.4.2. من ناحية التوجهات النظرية:

-وجود العديد من البحوث التي اعتمدت على البراديغم السلوكي والوظيفي في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية لكنها تطرح مسألة جدواها المعرفية ومصادقيتها العلمية. ويجرنا للتساؤل عن الغاية من دراسة مواقع هذه الشبكات فدراستها لا تسعى إلى استخراج القوانين العامة التي تشرح هذه الظاهرة مثلما تفعل المقاربات الوضعية *positivism* ويمكن تعميمها، ولا تتجح في نفي أي مساهمة للفاعل/ مستخدم هذه الشبكات في السياق الثقافي والاجتماعي الذي تستخدم فيه هذه الشبكات، مثلما تتصور النظريات الوظيفية، فههدف الباحث في مواقع هذه الشبكات هو استجلاء المعاني التي يشترك في انتاجها مستخدمو هذه المواقع وجعلها مفهومة من قبل مستخدمي آخرين.

-التمسك بنظرية التأثير التي أطرت بحوث الاتصال الجماهيري لعقود عديدة في المنطقة العربية وتطبيقها على مواقع الشبكات الاجتماعية ينطلق من براديجم وظيفي يفسر الظاهرة الاجتماعية انطلاقاً من سببية خطية (سبب/نتيجة)، فالبحوث التي تتناول مواقع الشبكات الاجتماعية وفق نظرية الاستخدامات والأشباع لا تخرج عن براديجم الوظيفي، فهي لا ترى في هذه المواقع سوى أداة بسيطة تعمل على تلبية حاجات المستخدمين وإشباعها.

- الكثير من البحوث في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية التي استلمت بعض هذه المفاهيم جاهزة وأدرجتها في توصيفها لموضوع بحثها، وبنيت عليها تحليلها دون التساؤل عن حدودها المعرفية، ومدى دقتها ومقدرتها على التعبير عن الوضع الاجتماعي والثقافي والسياسي في المجتمعات العربية.

3.4.2- من ناحية التوجهات المنهجية:

-استخدام أغلب البحوث المنهج الوصفي والمسحي بالاعتماد على استبانة، وتوصلوا إلى تحديد بعض معالم الاستخدام: نسبة المشتركين في بعض المواقع، والمدة الزمنية التي يستغرقها المشتركون في استخدامها، وأماكن الاستخدام، وغيرها من المعلومات التي تؤكد فهما بسيطاً للتأثير يختصر في الاستخدام.

- ان الدراسات النوعية التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية قليلة جداً إن لم تكن نادرة، والسبب في ذلك لا يعود لهيمنة الفكر الوضعي في العلوم الإنسانية الذي ينفى الطابع العلمي والموضوعي للدراسات الكيفية لأنها تستغني عن التكميم، بل يرجع، أيضاً، إلى التأثير الكبير بالتوجه الماركسي الذي يدرس الظاهر الاجتماعية انطلاقاً من رؤية ماكرو سوسيولوجية.

5.2. دراسة إيناس أبو يوسف ومنى مجدى فرج(2015): خارطة الدراسات الإعلامية

المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة بالقرن 21 -دراسة تحليلية نقدية-¹
سعت هذه الدراسة الى رصد وتحليل واقع البحوث الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة (من مواقع انترنت، وصحف إلكترونية، ورايو إنترنت وهاتف محمول...) التي أنتجت خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين أي في الفترة 2001-2010، وهذامن خلال تحليل الجوانب المنهجية والموضوعية للدراسات السابقة التي شملت 140 دراسة باللغتين العربية أو الإنجليزية منها 30 دراسة ماجستير و12 دكتوراه و98 بحث منشور في دوريات علمية محكمة، وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل البعدي Meta-Analysis كمنهج وصفي تحليلي وعلى المنهج المسحي البليومتري، وأهم ما توصلت اليه الدراسة هو:

1.5.2. من ناحية الموضوعات المدروسة:

- جاءت استخدامات الانترنت اولا بنسبة 21% تلتها القضايا الاجتماعية والثقافية وتأثيرات الانترنت على الافراد والمنظمات (16%)، ثم السياسة وقضايا الديمقراطية (14%)، وبعدها قضايا الاقتصاد والقضايا التقنية المتعلقة بالوسيلة وأخيرا جاءت القضايا الفلسفية والتاريخية والتشريعات القانونية وتقييم مواقع الانترنت والتطبيقات التعليمية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء رغبة الباحثين في التعرف على الاستخدامات المختلفة للوسيلة الجديدة واشباعاتها من ناحية وميل الباحثين لدراسة مدخل الاستخدامات والاشباعات بشكل مكثف في الدراسات العربية بشكل عام.

-تزايد الاتجاه نحو دراسة القضايا الاقتصادية والإعلانية والتسويقية خلال السنوات الاخيرة الى جانب القضايا الثقافية والاجتماعية وتأثيرات الانترنت في مقابل انخفاض الاهتمام بتقييم مواقع الانترنت واستخدامات الوسيلة والقضايا السياسية، الامر الذي يوضح اختلاف التوجهات

¹إيناس أبو يوسف ومنى مجدى فرج، خارطة الدراسات الإعلامية المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة بالقرن 21 -دراسة تحليلية نقدية-دراسة مقدمة في اطار فعاليات ملتقى دولي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، منوبة، تونس2015

المستقبلية للقضايا البحثية واتخاذها منحى جديد يميل لدراسة الجوانب الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للوسيلة وتأثيراتها على مختلف المستويات.

2.5.2. من ناحية التوجهات النظرية:

-اعتمدت نصف الدراسات على اطار نظري واحد بينما جاء نحو ربع الدراسات لم تستند الى أي اطار نظري خاصة الدراسات المنشورة في دوريات علمية، واعتمدت بقية الدراسات على اكثر من مدخل نظري.

-اعتمدت 64% من الدراسات على نظريات اعلامية احتلت فيها نظرية الاستخدامات والاشباع المرتبة الاولى بنسبة 26% تلتها نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، بينما اعتمدت الدراسات الاخرى على مداخل نظرية تتصل بشكل مباشر بعلم الاجتماع أو النفس، ولعل الملاحظ هو استمرار سيطرة المدرسة التقليدية على المباحث النظرية للدراسات الخاصة بالانترنت والصحافة الالكترونية دون محاولات تذكر في تطوير النظريات التي تلائم طبيعة الوسائل الجديدة أو حتى الاستناد لمداخل اكثر ملاءمة وأكثر ارتباطا بالانترنت مثل تبني الأفكار المستحدثة والمجال العام وثراء الوسيلة.

3.5.2. من ناحية التوجهات المنهجية:

-سيطرت المنهج المسحي بنسبة 91% على دراسات العينة، بينما ظهر المنهج التاريخي بواقع 6% والمنهج التجريبي بنسبة 2%، الامر الذي يشير الى غلبة الاتجاه الوصفي الكمي على اتجاه الدراسات العربية بشكل عام، حاجة باقي المناهج إلى مهارات قد لا تتوفر بالشكل الكافي لقاعدة الباحثين العرب في مجال الاعلام، ما يجعل الحقل الاعلامي العربي ثابتا في مرحلة الوصف والرصد.

- اعتماد نحو 69% من الدراسات على استخدام أداة واحدة فقط لجمع البيانات ما يشير الى افتقار معظم النتائج الى العمق الكاف والتحقق العلمي المطلوب بينما لم تستخدم دراسات اخرى أي أداة تذكر معظمها نهج المنهج التاريخي في الدراسة.

-جاء استخدام أداة الاستبيان أولا بنسبة بلغت ضعف استخدام أداة تحليل المحتوى الأمر الذي يؤكد اهتمام الباحثين بدراسة الجمهور أو القائم بالاتصال، وجاءت المقابلات المعمقة سواء مع

الخبراء أو القائمين بالاتصال أو النخبة أولاً من حيث أكثر الأدوات الكيفية استخداماً تليها استمارة تحليل الخطاب ثم الملاحظة وأخيراً دليل مجموعات النقاش ودراسة الحالة كلها بنسبة لا تتعدى 15%، الأمر الذي يوضح الغلبة شبه تامة للتوجه الكمي مقابل التوجه الكيفي.

-على الرغم من تركيز البحوث موضع التحليل في المقام الأول على دراسة الأنترنت إلا أنها لم تلجأ إلى استخدامها كوسيلة لجمع البيانات سوى بنسبة 14% فقط.

تعد هذه دراسة من أقرب الدراسات للدراسة الحالية إذ تتفقان في العديد من النقاط أهمها الهدف الرئيسي من الدراسة وهو محاولة رصد وتحليل واقع البحوث الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة (من مواقع انترنت وصحف إلكترونية ورايو إنترنت وهاتف محمول...)، من خلال تحليل الجوانب المنهجية، النظرية والموضوعية للمجموعة من البحوث السابقة الخاصة بالإعلام الجديد ووفق منظور تحليلي نقدي، أما أهم نقاط الاختلاف فتتمثلت في العدة المنهجية والنظرية المعتمدة في كل دراسة، وكذا في الاطار الزمني فدراسة ايناس حددته بالعقد الأول من القرن 21 في حين امتدت إلى ما يقارب العقدين في هذه الدراسة، كما تختلفان في العينة المختارة، مكان إجراء البحث.

6.2. دراسة حسني محمد نصر (2015)¹: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد -دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة-

هدفت هذه الدراسة إلى تتبع وتحليل الاتجاهات البحثية والتنظيرية في بحوث وسائل الإعلام الجديدة والمنشورة في الدوريات العلمية الأجنبية وهذا من خلال تحليل وتوصيف المفاهيم الأساسية في الإعلام الجديد، التطبيقات البحثية للنظريات الاتصالية ورصد حالة البحث فيها، الاتجاهات الجديدة في بحوث الإعلام الجديد، وهذا باستخدام منهج البحث الكيفي Qualitative methode وأداة التحليل من المستوى الثاني Meta analysis للبحوث المنشورة باللغة الانجليزية فقط والبالغ عددها 68 بحثاً منشوراً في 35 دورية أجنبية منها

¹ حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد -دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة- ورقة بحثية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والاشكالات المنهجية"، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015.

20 دورية في مجال الاتصال ووسائل الإعلام، و15 دورية في تخصصات أخرى قريبة من الإعلام الجديد، وأهم ما خلصت إليه الدراسة هو:

- تحديد خمسة مفاهيم نظرية رئيسية اتفق عليها الباحثون وهي: الفضاء الالكتروني، المجتمع الافتراضي، التفاعلية، النص الفائق، الوسائط المتعددة.

- أكثر النظريات استخداما من طرف الباحثين هي نظريات تقليدية تتعلق ب: وضع الأجندة، الاستخدامات والاشباع، انتشار المبتكرات، فجوة المعرفة، أما النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون على أنها نظرية في الإعلام الجديد هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis theory التي طورها فيدلر 1997.

- تحديد ثلاث مجالات بحثية مهمة يمكن ان يتولد عنها توجهات تنظيرية مهمة في المستقبل هي: مصداقية وسائل الإعلام الجديد، إدمان الانترنت، وسائل الإعلام الجديدة والاكتئاب.

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في انتمائهما إلى البحوث الكيفية المستخدمة أداة التحليل من المستوى الثاني، كما تسعيان إلى تحليل جملة من الدراسات السابقة في مجال الإعلام الجديد وتختلفان في كون دراسة حسني تهتم بالإنتاج العلمي المنشور باللغة الانجليزية في دوريات أجنبية عكس الدراسة الحالية التي تهتم بالإنتاج العلمي الجزائري.

3. الدراسات الأجنبية:

رغم أن الباحثة سعت إلى إيجاد دراسات أجنبية اهتمت بتحليل التراث العلمي كفيها وبطريقة نقدية خصوصا في مجال الإعلام الجديد، باعتبار أن الدراسات الغربية قد قطعت أشواط كبيرة في مجال البحث العلمي بصفة عامة ومراجعة الدراسات بصفة خاصة، ليساعدها ذلك في التعرف أكثر على الإجراءات المنهجية المتبعة في هذا النوع من الدراسات وكيفية تناولها خصوصا مع الشح الكبير على المستويين المحلي والعربي، إلا أن الدراسات التي استطاعت الباحثة الوصول إليها كانت في مجملها دراسات مهتمة بتحليل التراث العلمي تحليلا كميًا، منشورة في أغلبها في مجالات علمية إلكترونية، ومع ذلك فقد أفادت هذه الدراسات الدراسة الحالية في معرفة توجهات بحوث الإعلام الأجنبية التي أوضحت اهتماما كبيرا

بموضوع الإعلام الجديد، كما قدمت أهم القضايا البحثية التي اهتمت بها دراسات الإعلام الجديد والأنترنترنت على مدار السنوات الأخيرة.

1.3. دراسة كيم وويفر " **kim and weaver 2002** " : بحوث الاتصال حول الانترنت¹ قامت هذه الدراسة بفحص وتحليل الدراسات التي تناولت الأنترنت للتعرف على تطور معدل النشر مع الزمن وعلى موضوعات البحوث والمناهج والنظريات المستخدمة، وشملت الدراسة الدراسات المنشورة في مجلات أكاديمية خاصة بالاتصال وكذا الكتب ذات الصلة بالأنترنت وبلغ عددها 86 وهذا في الفترة من 1996 إلى 2000 وبلغ عدد الدراسات 561 دراسة، وتم تحليلها باستخدام التحليل البعدي Thematic meta analysis وتوصلت الى نتائج أهمها:

1.1.3 من حيث التوجهات الموضوعية:

- إن البحوث المتعلقة بالأنترنت زادت زيادة ملحوظة من 34 بحثا في 1996 إلى 139 في 1998 و 151 بحثا في سنة 2000، في المقابل تراجعت الدراسات المعنية بالوسائل التقليدية كما ظهرت عدة دوريات تعنى بموضوع الإعلام والأنترنت.

- تم تصنيف مواضيع بحوث الأنترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة ضمن 12 فئة وأظهرت النتائج أن البحوث قد اهتمت أولا بدراسة قضايا القانون والتشريعات بصفة عامة ثم استخدامات الانترنت والتصورات حولها، القضايا الاقتصادية والإعلانية والتسويقية، القضايا السياسية والديمقراطية، القضايا الثقافية والاجتماعية وفي المراتب الأخيرة تأثيرات الانترنت، القضايا الفلسفية والتاريخية، القضايا التقنية، تقييم وتحليل المواقع....

- تم تجميع المواضيع المدروسة في بحوث العينة ضمن المراحل الأربع لتطور بحوث الأنترنت التي قدمها كل من "دومينيك وويمر" وكانت النتيجة سيطرة المرحلتين الأولى والثانية، المرحلة الأولى وهي مرحلة الاهتمام بالقضايا الخاصة بالوسيلة في حد ذاتها (الأنترنت) وجاءت بنسبة 33% وضمت المواضيع التالية: القضايا التاريخية والفلسفية والمشاكل التقنية والتطبيقات وقضايا التفاعلية والوظائف والخدمات، الشروط السياسية والقانونية....، أما المرحلة الثانية

¹-Sung Tae Kim ,David Weaver; **Communication Research About the Internet: a Thematic Meta-analysis**,New Media & Society international journal from communication, media and cultural studies, 2002.

<http://nms.sagepub.com/content/4/4/518.short>

والمعلقة بمستخدمي واستخدامات الانترنت فجاءت بنسبة 45% وتناولت إدراك المستخدمين، المسوح، والانتشار والتبني، ومن يستخدم الانترنت؟ وكيف؟ وماذا تقدم الانترنت؟ الاستخدامات التعليمية والسياسية لها...، أما المرحلة الثالثة المتعلقة بتأثيرات الانترنت كانت بنسبة 12% وضمت تأثيراتها على الناس وعلاقاتهم، ومجتمعات الانترنت، السلوكيات والاتجاهات، تأثيرها على المنظمات والأنشطة الثقافية...، أما المرحلة الرابعة والأخيرة فكانت عن كيف يمكن للانترنت ان تتحسن بنسبة 11% تناولت بناء المفاهيم والنماذج، التطورات التكنولوجية والتطبيقات الجديدة وتلفزيون الواقع ومعايير الاتصال الدولي...، كما أظهرت الدراسة أن الانتقال عبر المراحل الأربع المقترحة لتطور بحوث الانترنت لم يكن خطيا وأن البحوث المنجزة كانت تغطي المراحل الأربع معا مع وجود تفاوت في النسب، ومع ذلك فإن السنوات الأولى من فترة الدراسة (1996-1998) قد اهتمت فعلا بخصائص الوسيلة في حد ذاتها في حين ارتفعت بحوث الاستخدامات والآثار في السنوات الأخيرة من فترة الدراسة.

2.1.3. من حيث التوجهات النظرية:

- كانت نسبة الدراسات التي اختبرت نظرية محددة أو استندت على نظريات متعددة قليلة بنسبة 17.1% في حين بلغت نسبة الدراسات التي لم تستند إلى أي نظرية 82.9%.

- النظريات المستخدمة هي: نظرية الاستخدامات والإشباع (21.9%)، ثم النظرية الديمقراطية (15.6%)، معالجة المعلومات (13.5%)، الانتشار والتبني (8.3%)، نظرية التنمية (8.3%)، نظرية الهيمنة، الاختبار التجريبي للتفاعلية، بنسبة 5.2% لكل منهما، فجوة المعرفة، نظرية الأجندة وجاءت باقي النظريات أخيرا مثل: المسؤولية الاجتماعية، الأنماط الاتصالية، الإقناع.

3.1.3. من حيث التوجهات المنهجية:

- خلافا للعديد من الدراسات السابقة التي وجدت أن أكثر الدراسات قد نهجت النهج الكمي مقابل عدد قليل من البحوث الكيفية فإن نتائج هذه الدراسة وجدت أن 26.7% فقط هي بحوث كمية في حين 72.9% هي نسبة البحوث الكيفية و 0.5% من البحوث لم تحدد منهجيتها بوضوح.

- الأساليب الكمية المستخدمة في كثير من الأحيان كانت المسوحات (10.5% في المجموع 8.8% للبريد أو الهاتف و 1.7% للإنترنت أو البريد الإلكتروني)، تحليل المحتوى يضم أيضا تحليل المواقع الإلكترونية (7.0%)، التجريب (3.6%) و تحليل البيانات الثانوية التجريبية (3.6%)، الاعتماد على أكثر من أسلوب كمي بنسبة 2%.

- أكثر الأساليب والأدوات الكيفية استخداما ما يقرب من نصف جميع الدراسات (49.2%) هو تحليل القضايا والمشاكل (تحليل القضايا المتعلقة بالإنترنت، تحليل مقارن..)، وجاء ثانيا التحليلات التاريخية أو الفلسفية، ثم التحليل القانوني، تحليل الخطاب، التحليل الثقافي، الملاحظة والمقابلة والمجموعات المركزة، الاثنوغرافيا، وهناك نسبة قليلة من البحوث التي جمعت بين أكثر من أداة ونسبة أقل من البحوث المختلطة.

تنفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أن كلا منهما تقوم بتحليل مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بالإنترنت للتعرف على المواضيع البحثية التي حاولت معالجتها والمنهجية المتبعة في ذلك، كما تتفقان في أن كل منهما حاول تتبع تطور بحوث -عينة الدراسة- وفق المراحل الأربع لتطور بحوث الإنترنت لدومينيك وويمر، وتختلفان في المنهج المتبع والأدوات المستخدمة، المجال الزماني والمكاني.

2.3. دراسة تومسالو، لي وبير " Tomasello, Lee and Baer (2010) ":

توجهات بحوث الإعلام الجديد وأثره في الاتصال¹، حاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع بحوث الإنترنت وما يتصل بها من وسائل رقمية "الإعلام الجديد"؟

¹ - Tami K. Tomasello, Youngwon Lee & April P. Baer, 'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990-2006, New media & Society, 06-14-2010, <http://nms.sagepub.com/content/early/2009/11/24/1461444809342762>

بالاعتماد على التحليل البيبليومتري bibliometric Analysis وهو الإجراء الذي يحلل المضمون الوصفي لسجلات قاعدة البيانات Communication and mass media complete التي تحتوي على أكثر من 240 دورية خاصة بالإعلام و هذا في الفترة من 1990-2006، وباستخدام مقارنتي التحول في وسائل الإعلام "mediamorphosis" وانتشار المبتكرات لإلقاء الضوء على التطورات الحاصلة في بحوث الانترنت وما يتصل بها من وسائل رقمية، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

أن البحوث التي تتصل بالوسائل الجديدة في تزايد مستمر خلال فترة 1990-2006 إذ دخلت البحوث مرحلة التبني السريع الأولي حوالي عام 1996، وهو العام الذي تضاعف فيه عدد المقالات تقريبا عن العام السابق، ففي عام 1995 تم نشر 62 مقالة مقارنة 122 مقالا في عام 1996.

- أن الدوريات التي تناولت الإعلام الجديد في تزايد، وأن 14 دورية تنشر بحوثا كاملة عن وسائل الإعلام الجديدة.

- تشير النتائج إلى أنه من بين الكلمات الرئيسية الحديثة التي تم البحث عنها في عناوين المقالات، يفضل الباحثين استخدام خمس مصطلحات وهي: الكمبيوتر Computer، الانترنت Internet، الرقمية Digital، الواب Web، عبر الخط Online هذا بنسبة 80%، وهي نتيجة متسقة إلى حد كبير مع ما توصل إليه الباحث رايس (2005)، ولعل الأسباب التي قد تفسر هيمنة هذه المصطلحات هي أن هذه الكلمات من بين تلك الشائعة الاستخدام من قبل الجمهور العام والصحافة الشعبية للتمييز بين الوسائط الجديدة و التقليدية ؛ وبالتالي فإنه يتعين على الباحثين استخدام مصطلحات مفهومة ومتداولة عند القيام بأبحاثهم، وتشير الدراسة إلى أن هيمنة هذه المصطلحات في هذه الفترة لا يعني أبدا احتفاظها بهيمتها في السنوات القادمة بل العكس وهذا ما أثبتته الدراسة فمثلا مصطلح كومبيوتر ظهر أولا وباستمرار في عناوين المقالات خلال الإطار الزمني الذي تم فحصه (ربما لأن الكمبيوتر كجهاز مستقل يسبق تقنيات الشبكات) ومع ذلك، وبمجرد نشر تقنيات الشبكات للجمهور، نرى كيف مصطلح الإنترنت

والذي لم يظهر في عناوين مقالات العينة حتى عام 1994 ثم بشكل متقطع حتى عام 2001 تجاوز مصطلح الكمبيوتر في وتيرة الاستخدام.

- مبادئ نظرية انتشار المبتكرات ونظرية التحول في وسائل الإعلام توفران نظرة فاحصة عن كيفية ظهور مجال ما من المجالات البحثية وكيفية أخذه لمكان ضمن ما كان موجود وكيفية تأثيره وتأثيره .

تتفق دراسة "توماسلو، لي وبير" مع الدراسة الحالية في موضوع البحث وهو واقع بحوث الإعلام الجديد مع اختلاف العينة المختارة، كما تتفقان في اختيار مقاربة "mediamophosis" لدراسة تطور هذه البحوث، واختلفت الدراستان في أسلوب التحليل إذ استخدمت دراسة توماسلو وزملاؤه أسلوب التحليل البيبليومتري في حين تستخدم الدراسة الحالية أسلوب تحليل المستوى الثاني.

3.3. دراسة هيونغكو وزملاؤه HyoungkooKhang (2012): بحوث الإعلام الاجتماعي (الإعلان، الاتصال، التسويق والعلاقات العامة) من 1997-2010¹: تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات بحوث الإعلام الاجتماعي المنشورة في المجالات العلمية المحكمة على مدار (14) عاما والمتعلقة بتخصصات الإعلان والاتصال والتسويق والعلاقات العامة والبالغ عددها 436 دراسة، وهذا من خلال رصد أهم المواضيع المدروسة في هذه المجالات والتعرف على المقاربات المنهجية والنظرية المعتمدة ورصد أهم التطورات التي شهدتها هذه البحوث وهذا باستخدام أداة تحليل المحتوى، وأظهرت نتائج الدراسة ما يلي :

1.3.3. من ناحية الموضوعات المدروسة:

-كان الاهتمام ببحوث الاعلام الاجتماعي بشكل متزايد خلال فترة الأربعة عشر عامًا التي تم فحصها وكان حوالي 70 ٪ من المقالات نشرت خلال الجزء الأخير من الفترة الزمنية، وتحديدا بين عامي 2006 و 2010 وبلغت الذروة عام 2009 (17٪).

¹HyoungkooKhang, Eyun-Jung Ki, and Lan Ye: Social Media Research in Advertising , Communication, Marketing, and Public Relations, 1997-2010, Journalism & Mass Communication Quarterly, 2012

- درست الدراسة الحالية البحوث المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي على أساس بعدين اثنين البعد الأول: تخصصات البحث (الإعلان، الاتصالات، التسويق، والجمهور والعلاقات العامة) والبعد الثاني: الفترات الزمنية (1997 - 1999، 2000 - 2003، 2004 - 2006 و2007-2010):

- كانت الفترة 1997-1999 هي "مرحلة النشوء" بدأت وسائل التواصل الاجتماعي بالظهور 2000-2003 هي الفترة التي تميزت بظهور أولى مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة اليوم (على سبيل المثال، LinkedIn و MySpace)

2004-2006 شهد ظهور اليوتيوب والفيسبوك ؛ وكان عام 2007 هو العام الذي اكتسب فيه التويتر أول شعبية له.

- مرت البحوث المتعلقة بوسائل الإعلام الاجتماعي من حيث الاهتمام الموضوعاتي بمراحل أربع أساسية هي: الاهتمام بشكل أساسي بدراسة استخدامات ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وكذا دراسة وسائل الإعلام الاجتماعية نفسها في السنوات الأولى بعدها تلتها دراسة آثار وسائل الإعلام الاجتماعي و أخيرا التعديلات في شكل وسائل الإعلام الاجتماعي وجاءت النسب كالتالي: استخدامات ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي 66.3%، تليها آثار وسائل التواصل الاجتماعي (19.7%)، وسائل الإعلام الاجتماعية نفسها (12.8%) والتحسينات في أشكال وسائل التواصل الاجتماعي (1.1%).

- المواضيع الأكثر اهتماما من طرف الباحثين باستثناء التسويق هي استخدامات وسائل الإعلام الاجتماعي من طرف الأشخاص واتجاهاتهم نحوها بنسبة 67.7% متبوعا بموضوع وسائل الإعلام الاجتماعي بين كونها وسائل عامة أو شخصية بنسبة 22.2% ثم موضوع القضايا الاجتماعية والسياسية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي بنسبة 17.9%، وكان نوع التواصل الاجتماعي الأكثر بحثاً هو "التواصل الجماعي بواسطة الكمبيوتر، المجتمع الرقمي/المجموعة الافتراضية عبر الإنترنت" (34.2%) تليها "المدونات" (16.3%)، "مواقع الشبكات الاجتماعية" (11.7%)، المنتديات (11.7%)، و المراسلات الفورية " (7.1%) ...

2.3.3. من ناحية التوجهات النظرية:

بالنسبة للإطار النظري فقد اعتمد 40% من الدراسات على مقارنة نظرية جاءت نظرية معالجة المعلومات الاجتماعية أولاً بنسبة 10.58% متبوعة بنظرية الاستخدامات والاشباع 9.52% ثم نظرية إدارة العلاقات 8.6% تلتها نظرية الأجندة ونظرية التأطير وانتشار المبتكرات، أما عن استخدام التساؤلات و/أو الفرضيات فقد استخدمتها 55.3% من البحوث بنسبة 77% في دراسات الإعلان، 70% في دراسات العلاقات العامة، 51 و59% في كل من الاتصال والتسويق.

3.3.3. من ناحية التوجهات المنهجية:

كانت 58.5% من الدراسات كمية و19.7% نقدية، 15.6% كيفية والباقي اعتمد الأسلوب المختلط، وكانت 80% من دراسات العلاقات العامة كمية معتمدة أساساً على تحليل المحتوى، أما عن الأساليب البحثية فقد جاء المسح أولاً متبوعاً بتحليل المحتوى ثم المقارنة النقدية والمقابلات المتعمقة وأخيراً التجريب.

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة "هيونغكو وزملائه" في العديد من الأهداف كالتعرف على الاتجاهات الموضوعاتية، النظرية والمنهجية للبحوث عينة الدراسة، وتختلفان في كون دراسة هيونغكو وزملائه قد حددت مجالات أربع للدراسة، وحصرت البحث في البحوث المنشورة في مجلات علمية محكمة عكس الدراسة الحالية التي لم تحدد المجال ولم تحصر عينة البحث في دراسات منشورة في مجلات علمية فقط، كما تختلفان في الجانب المنهجي للدراسة.

4.3. دراسة بينزانغ ولويس لانغ، Yin Zhang and Louis Leung (2015):

استعراض بحوث الشبكات الاجتماعية المنشورة في مجلات الاتصال من 2006-2011¹

قامت هذه الدراسة بمسح شامل للمنشورات الأكاديمية المنشورة في ست مجلات علمية تعد أشهر مجلات الاتصال التابعة للعلوم الاجتماعية في الفترة الممتدة من 2006-2011

¹Yin Zhang and Louis Leung :A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011,new media & society 2015

والمعلقة بخدمات الشبكة الاجتماعية وشملت عينة الدراسة 84 مفردة، وهدفت إلى رصد المواضيع المدروسة والمنهجية المتبعة في ذلك وكذا التحديات التي تواجه هذا النوع من البحوث، كما سعت إلى رصد الاتجاهات الحالية والمستقبلية لبحوث الشبكات الاجتماعية، ولعل أهم ما خلصت إليه الدراسة هو:

1.4.3. من ناحية الموضوعات المدروسة:

تركيز البحوث في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية على الفيسبوك بنسبة 44,4% تلاه موقع My space بنسبة 13.1% وجاءت باقي المواقع مثل: Hyves, Cyworld, linkedin بنسبة 9.6%، وتناولت باقي الدراسات مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام، وركزت الدراسات على الطلبة الجامعيين (54.8%) ؛ مستخدمي الإنترنت بشكل عام (15.5%)؛ طلاب في مدرسة ثانوية أو مراهقين (8.4%) ؛ مجموعات معينة (7.1%) ؛ الشباب البالغين (دون سن 30) (3.6%) ؛ عامة السكان (3.6%) دراسات لم تشر إلى أي مجموعة محددة (7.2%)

2.4.3. من ناحية التوجهات المنهجية:

أما عن المنهجية المتبعة فقد أظهرت الدراسة أن 75% منها هي بحوث كمية في حين بلغت البحوث الكيفية 12,9% وكانت نسبة البحوث التي جمعت بين الكم والكيف 7.1%، و1.2% بحوث نقدية.

أما عن الأساليب المستخدمة فقد كشفت الدراسة على اعتماد المسح بنسبة (54.8%) تلاه التجريب بنسبة 16% ثم تحليل المحتوى (10%)، المقابلات (5%)، الملاحظة بالمشاركة والاثنوغرافيا (5%)، التحليل النصي (2,5%)، دراسات لم تشر إلى الأدوات المستخدمة (5%) تتقاطع هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في قيامها بتحليل مجموعة من الدراسات الخاصة بالإعلام الجديد للتعرف على المواضيع والمشكلات البحثية التي حاولت معالجتها، وطرق معالجتها وتختلفان في كون دراسة "لويس وبين" قد حصرت مجال البحث في الدراسات المتعلقة بموضوع الشبكات الاجتماعية في حين الدراسة الحالية تهتم بدراسات الإعلام الجديد ككل.

5.3. دراسة تيكون بانغ وزملاؤه Tai-QuanPeng (2013)¹: خارطة دراسات

الانترنت ما بين (2009-2000) سعت هذه الدراسة إلى تحليل دراسات الانترنت المنشورة في مجلات العلوم الاجتماعية، الفنون والعلوم الإنسانية على مدار عشر سنوات وقد شمل التحليل 27000 مقالة، وجاءت أسئلة الدراسة كالاتي:

- ما هي حالة دراسات الإنترنت بشكل عام؟
- ما هي المواضيع الرئيسية في دراسات الإنترنت؟
- ما هي الكلمات الرئيسية الشائعة تحت كل موضوع من دراسات الإنترنت؟ وكيف تطورت مع مرور الوقت؟
- ما هي التوجهات النظرية وأساليب البحث الأكثر استخداما في دراسات الإنترنت؟
وتوصلت الدراسة إلى:

1.5.3. من حيث التوجهات الموضوعية:

- شهدت دراسات الإنترنت عقدا مزدهرا في القرن 21 فقد أوضح البحث بعد مقارنة المنشورات العلمية المنجزة في نفس فترة البحث وفي نفس قواعد البيانات والمتعلقة بأربع مجالات متفق عليها أنها أساسية و متجذرة في علم الاجتماع وهي: السياسة، الاقتصاد، المجتمع والثقافة، بالإضافة الى حقلين جديدين مضافان هما العولمة والبيئة، احتلال دراسات الانترنت المرتبة الثانية بعد البيئة والمجتمع، ما يؤكد أهمية هذا النوع من الدراسات وافتكاكها مكانة ضمن المجالات الأساسية .

-أهم المواضيع التي اهتمت دراسات الانترنت -عينة البحث- بدراستها فقد شملت أربع مجالات رئيسية وهي: التفاعلات بين الانسان والتكنولوجيا (34%) وتضم الجوانب النفسية والانترنت، المكتبة الالكترونية، البحث في الانترنت، التعليم الالكتروني...، الصحة الالكترونية(27%)

¹Tai-QuanPeng ; Lun Zhang ; Zhi-Jin Zhong : Mapping the landscape of Internet Studies: Text mining of social science journal articles 2000-2009; New media & Society; Published by sage ; 2013

وتشمل تطبيقات عامة للإنترنت في سياقات صحية ، مثل الرعاية الصحية والتمريض المنزلي والصحة العامة والصحة العقلية والمجتمع، المجتمع الرقمي (الالكتروني) (21%) ويضم التفاعلات الاجتماعية والإنترنت (الجماعات الافتراضية، الهوية الاجتماعية والمشاركة السياسية عبر الإنترنت...)، القانون والحكومة الالكترونية (السياسة والإنترنت "الفجوة الرقمية، سياسات الحكومات تجاه الإنترنت، وخصوصية المعلومات والأمن الالكتروني...)، الاتصال عبر الإنترنت (سلوكيات الأفراد عبر الإنترنت...)، إدارة الأعمال عبر الإنترنت (18%) وتضم التسويق الالكتروني، التجارة الالكترونية، الادارة الرقمية...

2.5.3. من حيث التوجهات النظرية:

- حوالي 30% فقط من دراسات الإنترنت أشارت إلى استخدامها لنظرية أو أكثر في دراستها وتباينت الدراسات في استخدام المداخل النظرية فقد جاءت دراسات إدارة الأعمال عبر الإنترنت الأكثر اهتمام باستخدام النظريات تلتها الدراسات المهمة بالمجتمع الالكتروني ثم المهمة بمجال التفاعلات بين الإنسان والآلة وأخير دراسات الصحة الالكترونية.

- أكثر النظريات استخداما هي الاستخدامات، التأثيرات، الاستخدامات والتأثيرات، انتشار المبتكرات، نظريات نماذج الاعمال التجارية عبر الإنترنت، نظريات المحتوى والسياق، النظريات التقنية

3.5.3. من حيث التوجهات المنهجية:

- سيطرت الدراسات الكمية بنسبة 59%، في حين جاءت الدراسات الكيفية ثانيا بنسبة 20% ودراسات أخرى (مختلطة، تقييمية، لمتحدد نوع الدراسة...) اخيرا بنسبة 11%

- أكثر الأساليب الكمية استخداما هو المسح يليه التجريب ثم تحليل المحتوى وتلبيهم الأساليب الإحصائية والاقتصادية المستخدمة بكثرة في دراسات الأعمال الالكترونية، في حين كانت الأساليب الكيفية الأكثر استخداما هي: دراسة الحالة، المقابلات، مجموعات التركيز المعمقة تلتها الأساليب الاثنوجرافية والملاحظات والدراسات النقدية الثقافية وتحليل الخطاب

اهتمت كل من دراسة **تيكوان بانغ وزملاؤه** والدراسة الحالية بتحليل ودراسة مجموعة من الدراسات السابقة للتعرف على توجهاتها الموضوعية، النظرية والمنهجية، إلا أن دراسة

تتكون وزملاؤه قد حددت دراسات العينة في تلك المتعلقة أساسا بالإنترنت فقط كما حصرت العينة في المقالات المنشورة في مجلات علمية وركزت أيضا إلى جانب معرفة توجهات دراسات الإنترنت على معرفة الكلمات الرئيسية الشائعة تحت كل موضوع من دراسات الإنترنت وكيف تطورت مع مرور الوقت.

يلاحظ من العرض أعلاه أن الاهتمام بمراجعة ما تم نشره من بحوث في مجال الإعلام الجديد -الإنترنت تحديدا- قد بدأ مبكرا في البحوث الغربية كدراسة كيم وويفر (2002)، دراسة توماسلو (2010) اللذان اهتمتا بتحليل الإنتاج العلمي منذ سنوات التسعينات القرن الماضي (1990-2006)، في المقابل يلاحظ تأخر في الاهتمام بهذا النوع من الدراسات على المستوى المحلي والعربي.

واتفقت الدراسات في موضوعها الرئيسي وهو تحليل التراث العلمي سواء أكان عبارة عن دراسات منشورة في دوريات علمية أو عبارة عن رسائل ماجستير أو دكتوراه -على قلة الدراسات التي تناولت هذه الأخيرة كدراسة علي قسايسية (2007)- دراسة عزة عبد العزيز (2012)، أو أوراقا بحثية مقدمة في إطار مؤتمرات علمية أو كتب وغيرها، وتباين عدد العينة المستهدفة في التحليل ما بين ست دراسات إلى 27000 دراسة، كما عالجت هذه الدراسات الفترة "1990-2015".

وتباينت الدراسات السابقة في استخدامها لمناهج البحث العلمي بين منهج المسح بنوعيه الوصفي والتحليلي كدراسة حلمي محسب (2007)، دراسة حنان أحمد سليم (2013)... والمنهج النقدي كدراسة نصر الدين لعياضي (2013)، دراسة نصر حسني (2015)، والمنهج المتكامل كدراسة علي قسايسية (2007)، كما تباينت الدراسات السابقة من حيث استخدامها للأدوات البحثية في معالجتها للتراث العلمي، فقد استخدمت بعض البحوث تحليل المحتوى مثل دراسة كيم وويفر (2002)، ودراسة هيونغكو وزملاؤه HyoungkookKhang (2012)، ومنها من استخدم تحليل التراث العلمي باستخدام أداة تحليل المستوى الثاني Second Analysis كدراسة حلمي محسب (2007)، وهناك من اعتمدت على التحليلي البيلومتري كدراسة توماسلو

وزملاؤه (2010)، وهناك من الدراسات من زاوجت بين أكثر من أداة كدراسة حنان أحمد سليم (2013) التي استعانت بأداتي تحليل المحتوى وتحليل المستوى الثاني.

II- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

كما أشرنا سابقا فان الهدف الرئيسي من عرض الدراسات السابقة /المشابهة هو محاولة تتبع تتطور بحوث الإعلام الجديد (التطور الموضوعاتي، النظري، المنهجي) عبر مراحل زمنية مختلفة، إلا أن مجال الاستفادة منها لم يحصر في هذا فقط بل حاولت الباحثة الاستفادة منها.

وتم استخلاص جملة من النقاط المهمة من هذه الدراسات التي سوف تفيد حتما في توجيه الدراسة الحالية بما يخدم البحث العلمي لعل أهمها ما يلي:

1- تحيل هذه الدراسات -والمتبنية في غالبيتها التوجه الكمي- إلى حاجة الساحة العربية لمزيد من البحوث في هذا المجال وخصوصا تلك المتبنية التيار الكيفي في التحليل للاقترب أكثر من واقع واتجاهات البحوث في المنطقة العربية، فالنتج الكمي لها رغم أهميته إلا أنه غير كافي للإمام بكل جوانب الظواهر باختلاف سياقاتها الثقافية، الاجتماعية والتاريخية، هذا ما أفاد الدراسة الحالية في تحديد النهج الذي تتبعه.

2- ركزت الدراسات على بحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة، وتوصلت في جملة نتائجها إلى أهم القضايا البحثية التي تهتم بها البحوث بالمنطقة العربية ونظيرتها الغربية، وكذا أهم الأدوات والمناهج المستخدمة وتلك الواجب استخدامها في دراسة ظاهرة جديدة كظاهرة الأنترنت، هذا ما سيفيد الدراسة الحالية في معرفة موقع الدراسات-عينة البحث- من التوجهات (النظرية/ المنهجية)، (العربية/ الغربية) على حد سواء باعتبار الأنترنت محورا جوهريا في موضوع الإعلام الجديد.

3- خلصت دراسة حسني (2015) إلى أن الأنترنت استحدثت مفاهيم ومواضيع بحثية جديدة أوجدت الحاجة الى أدوات بحثية ملائمة لدراستها، وهذا ما يتوافق مع ما توصلت له دراسة "علي قسايسية" (2007) التي أوضحت أن المنهجية الإثنوغرافية هي الأنسب لدراسة جمهور وسائل الاتصال بما في ذلك جمهور الأنترنت ولعل هذا ما أشار إليه "نصر الدين العياضي"

(2013) في دراسته حين قدم نقداً للمنهجيات الكلاسيكية واعتبارها قاصرة في الإحاطة بكل جوانب الظواهر الجديدة (الإعلام الجديد)، وهذا ما سيفيد الدراسة الحالية في تقديم جملة من البدائل النظرية والمنهجية المناسبة لدراسة ظواهر الإعلام الجديد.

4- استخدام أغلب الدراسات العربية - وحتى الكمية منها - أداة تحليل المستوى الثاني Second Analysis وهو الأنسب في حالة تحليل ودراسة مجموعة من البحوث والدراسات السابقة، والدراسة الحالية ستكون من بين الدراسات المستخدمة لهذه الأداة باعتبار أنها ستقوم بتحليل جملة من الدراسات السابقة.

5- اهتمت دراسة عزة عبد العزيز (2012) بتحليل رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال الإعلام الجديد وهي الدراسة العربية الوحيدة من بين الدراسات المعروضة التي قامت بتحليل هذا النوع من الدراسات، في حين باقي الدراسات اهتمت بالدراسات والبحوث سواء تلك المنشورة في المجالات والدوريات المتخصصة أو عبر المواقع الإلكترونية أو الدراسات المقدمة في إطار المؤتمرات والملتقيات العلمية أو الكتب...، هذا ما خلق ضرورة لمراجعة هذا النوع من الدراسات الأكاديمية باعتبارها إنتاج علمي يفترض فيها النضج والجدية.

III-تتبع توجهات بحوث الإعلام الجديد بناء على ما قدمته الدراسات السابقة:

1. توجهات بحوث الإعلام الجديد الأجنبية خلال الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 2011:

غطت الدراسات الأجنبية السابقة المتعلقة ببحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة فترة تمتد على طول عقدين من الزمن من 1990 إلى غاية 2011، حاولنا من خلالها رصد تطور هذه البحوث من حيث ثلاث نقاط أشرنا إليها سابقا وهي التوجهات الموضوعاتية، النظرية والمنهجية لهذه البحوث، وقسمنا هذه الفترة إلى مرحلتين: تغطي الأولى من 1990-2000 والثانية من 2001 إلى غاية 2011.

تميزت بحوث الأنترنت في الفترة : 1990-2000 بما يلي:

- توصل "توماسلو" في دراسته إلى أن البحوث المتصلة بالأنترنت والوسائل الجديد في تزايد مستمر خلال الفترة 1990-2000 خصوصا سنة 1996، إذ دخلت البحوث بداية من هذه السنة مرحلة التبني السريع وهو العام الذي تضاعفت فيه بحوث الأنترنت والوسائل المتعلقة بها وأكد هذه النتيجة أيضا كل من "كيم وويفر" في دراستهما، تبعه زيادة ملحوظة في عدد المجالات والدوريات التي تعنى بهذا النوع من البحوث.

-تشير النتائج إلى أنه من بين الكلمات الرئيسية الحديثة التي تم البحث عنها في عناوين المقالات، فضل الباحثين استخدام خمس مصطلحات وهي: الكمبيوتر Computer، الأنترنت Internet، الرقمي Digital، الويب Web، عبر الخط Online هذا بنسبة 80%، وهي نتيجة متسقة إلى حد كبير مع ما توصل إليه الباحث رايس (2005)، كما توصلت ودراسة "سانجون لي وزملاؤه" (2009) إلى استخدام الباحثين للمصطلحات التالية بكثرة: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الأنترنت، وسائل الإعلام الجديدة، إلكتروني، عبر الخط، رقمي وجاء استخدام هذه الكلمات متفاوتا حسب سنوات الدراسة كما يلي:

1990-1993: استحوذ شبه كلي لمصطلح الكمبيوتر Computer على عناوين البحوث، ويشار إلى استخدام مصطلح الرقمي Digital سنة 1990 ثم اختفى من عناوين البحوث ليعاود الظهور سنة 1995، مع غياب تام للمصطلحات الأخرى في هذه الفترة.

1994-1997: بداية استخدام مصطلحي الأنترنت في عناوين البحوث سنة 1994، ومصطلح أونلاين (على الخط) سنة 1995 مع استمرار البحوث استخدامها لمصطلح الكمبيوتر الذي بلغ ذروته سنة 1996 لينخفض استخدامه سنة 1997 وهي السنة التي استخدم فيها مصطلح الواب لأول مرة في عناوين البحوث وتجاوزت نسبة استخدامه مصطلح الكمبيوتر ليحتل المركز الأول رفقة مصطلح "رقمي".

1998-2000: استمر استخدام المصطلحات السابقة الذكر وبنسب متفاوتة لغاية سنة 2000 أين جاء استخدام مصطلح الواب ورقمي أولا تلاهما مصطلح اونلاين وأخير مصطلح الكمبيوتر في حين اختفى استخدام مصطلح الأنترنت من عناوين البحوث.

-تم تصنيف مواضيع بحوث الأنترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة ضمن 12 فئة وأظهرت النتائج أن البحوث قد اهتمت أولا بدراسة قضايا القانون والتشريعات بصفة عامة ثم استخدامات الأنترنت والتصورات حولها، القضايا الاقتصادية والإعلانية والتسويقية، القضايا السياسية والديمقراطية، القضايا الثقافية والاجتماعية وفي المراتب الاخير تأثيرات الانترنت، القضايا الفلسفية والتاريخية، القضايا التقنية، تقييم وتحليل المواقع....

-أمكن تقسيم الموضوعات المدروسة في هذه الفترة والخاصة بالأنترنت وما يتصل بها ضمن أربع فئات رئيسية تمثل المراحل الأربع لتطور بحوث الأنترنت التي قدمها كل من "دومينيك وويمر" في كتابهما مقدمة في بحوث الاتصال (2000) Mass media research: an introduction وهذه المراحل هي: مرحلة الاهتمام بالقضايا الخاصة بالوسيلة في حد ذاتها ثم الاهتمام بشكل أساسي بدراسة استخدامات ومستخدمي الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة بعدها دراسة اثار هذا الوسائل الجديدة واخيرا التعديلات في شكلها.

وقد توصلت الدراسات السابقة كدراسة "كيم وويفر" بتطبيق هذه المراحل على البحوث المدروسة الى أنها فعلا اهتمت في السنوات الأولى بدراسة الوسيلة في حد ذاتها واهتمت أيضا بدراسة الاستخدامات والمستخدمين ثم فترة لاحقة ظهرت البحوث المهتمة بآثارها على الأفراد

والمجتمعات وغيرها كما ظهرت البحوث المهمة بكيفية تحسين هذه الوسائل الجديدة، وهي النتيجة التي توصل اليها أيضا كل من "هيونغكو وزملاؤه" لكن يشار هنا الى أن الدراسات أثبتت أيضا عدم الانتقال من مرحلة إلى مرحلة بشكل خطي بل يمكن أن تدرس كل المواضيع في فترة واحدة ولكن النسب متفاوتة بالترتيب السابق الذكر .

-أكدت العديد من الدراسات السابقة على وجود نسبة لا يستهان بها من الدراسات التي لم تستند الى أي نظرية أو مدخل نظري، واستندت الجهود النظرية خلال هذه المرحلة على نظريات المعرفة وعلم النفس والاقتصاد والعلوم السياسية والاجتماع والثقافة والتكنولوجيا (دراسة سكولاري)، وأكثر النظريات استخداما هي: نظرية الاستخدامات والاشباع، ثم النظرية الديمقراطية، نظريات الهوية الاجتماعية، معالجة المعلومات، الانتشار والتبني، نظريات التأثير الاجتماعي، نظرية التنمية، نظرية الهيمنة، الاختبار التجريبي للتفاعلية، فجوة المعرفة، نظرية الاجندة، النظرية البنوية وجاءت باقي النظريات أخيرا مثل: المسؤولية الاجتماعية، الأنماط الاتصالية، الاقناع، نظرية تأثير الشخص الثالث، التعرض الانتقائي... (دراسة كيم وويفر، دراسة سانجون لي وزملاؤه).

-وجدت الدراسات السابقة (خاصة دراسة كيم وويفر، دراسة سانجون لي وزملاؤه) -خلافًا كما ذكرت لبعض الدراسات الأخرى- اعتماد أغلب بحوث الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة على المناهج والأدوات الكيفية مقابل عدد أقل من البحوث الكمية وأخيرا نسبة قليلة من البحوث المختلطة التي زاوجت بين الكم والكيف.

وكانت أكثر الاساليب والأدوات الكيفية استخداما هي: تحليل القضايا والمشاكل (تحليل القضايا المتعلقة بالإنترنت، تحليل مقارن..)، وجاء ثانيا التحليلات التاريخية أو الفلسفية، التحليل من المستوى الثاني، ثم التحليل القانوني، تحليل الخطاب، التحليل الثقافي، تحليل الشبكات الاجتماعية، الملاحظة والمقابلة والمجموعات المركزة، الاثنوغرافيا، أما أكثر الأساليب الكمية الأكثر استخداما كانت المسوحات التقليدية أو الالكترونية (البريد أو الهاتف و الإنترنت أو البريد الإلكتروني...)، التجريب، تحليل المحتوى يضم أيضا تحليل المواقع الالكترونية، وتحليل البيانات الثانوية التجريبية، وهناك نسبة قليلة من البحوث جمعت بين أكثر من أداة ونسبة اقل من البحوث المختلطة.

في حين تميزت بحوث الأنترنت في الفترة : 2000-2011 بما يلي:

-شهدت دراسات الأنترنت عقدا مزدهرا في القرن 21 فقد أوضح البحث بعد مقارنة المنشورات العلمية المنجزة في نفس فترة البحث وفي نفس قواعد البيانات والمتعلقة بأربع مجالات متفق عليها أنها أساسية ومتجذرة في علم الاجتماع وهي: السياسة، الاقتصاد، المجتمع والثقافة، بالإضافة إلى حقلين جديدين مضافان هما العولمة والبيئة، احتلال دراسات الأنترنت المرتبة الثانية بعد البيئة والمجتمع، ما يؤكد أهمية هذا النوع من الدراسات وافتكاكها مكانة ضمن المجالات الأساسية .

-في هذه المرحلة وتحديدا من 2000-2006 تراجع استخدام مصطلح كومبيوتر وجاء أخيرا في حين تزايد استخدام مصطلح "الأنترنت" الذي كان أكثر المصطلحات استخداما في عناوين البحوث تلاها مصطلحي "الواب" و"انلاين" ثم مصطلح "رقمي"، وهذا عكس ما جاء في المرحلة السابقة أين احتل مصطلح الكومبيوتر الصدارة لسنوات ويعزى هذا التغيير الى أن الكمبيوتر كجهاز مستقل سبق الأنترنت وما يتصل بها من تقنيات الشبكات في الظهور، فكان الاهتمام منصب عليه بادئ الأمر .

ومع التطورات التي شهدتها القطاع واكبت الدراسات هذه التطورات، فكانت فترة 2000-2003 هي الفترة التي تميزت بظهور أولى مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة اليوم (على سبيل المثال، MySpace وLinkedIn ، 2004-2006 شهد ظهور اليوتيوب والفايسبوك ؛ وكان عام 2007 هو العام الذي اكتسب التويتر أول شعبيته، أما عن أكثر المفاهيم الجديدة ظهورا فكانت تلك التي أفرزتها هذه التطورات المتعلقة بالانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال فقد تم تحديد 5 مفاهيم نظرية رئيسية اتفق عليها الباحثون وهي: الفضاء الإلكتروني، المجتمع الافتراضي التفاعلية، النص الفائق، الوسائط المتعددة.

-أهم المواضيع التي اهتمت دراسات الانترنت -عينة البحث- بدراستها فقد شملت أربع مجالات رئيسية وهي: التفاعلات بين الانسان والتكنولوجيا وتضم الجوانب النفسية والانترنت، المكتبة الالكترونية، البحث في الانترنت، التعليم الالكتروني...، الصحة الالكترونية وتشمل تطبيقات عامة للإنترنت في سياقات صحية، مثل الرعاية الصحية والتمريض المنزلي والصحة العامة

والصحة العقلية والمجتمع، المجتمع الرقمي (الالكتروني) ويضم التفاعلات الاجتماعية والانترنت (الجماعات الافتراضية، الهوية الاجتماعية والمشاركة السياسية عبر الانترنت...)، القانون والحكومة الالكترونية (السياسة والانترنت "الفجوة الرقمية، سياسات الحكومات تجاه الانترنت، وخصوصية المعلومات والأمن الالكتروني...)، الاتصال عبر الانترنت (سلوكيات الافراد عبر الانترنت...)، إدارة الاعمال عبر الانترنت وتضم التسويق الالكتروني، التجارة الالكترونية، الإدارة الرقمية، واهتمت بدراسة مصداقية الانترنت، ومقارنة وسائل الإعلام بالانترنت.

-اهتمت أيضا بدراسة الإعلام الاجتماعي من طرف الأشخاص واتجاهاتهم نحوها، متبوعا بموضوع وسائل الإعلام الاجتماعي بين كونها وسائل عامة أو شخصية ثم موضوع القضايا الاجتماعية والسياسية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وكان نوع التواصل الاجتماعي الأكثر بحثاً هو "التواصل الجماعي بواسطة الكمبيوتر، المجتمع الرقمي/المجموعة الافتراضية عبر الانترنت" تليها "المدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية، المنتديات، والمراسلات الفورية خصوصا في الفترة 2006-2011

-ركزت البحوث في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية على الفيسبوك واليوتيوب تلاه موقع My space وجاءت باقي المواقع مثل Hyves, Cyworld, linkedin : وتناولت باقي الدراسات مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام، وركزت الدراسات على الطلبة الجامعيين، مستخدمي الانترنت بشكل عام ، طلاب في مدرسة ثانوية أو مراقبين؛ مجموعات معينة؛ الشباب البالغين عامة السكان (3.6%)

-يتبين من الطرح العام للتوجهات النظرية التي أشارت إليها الدراسات السابقة غلبة استخدام النظريات التقليدية الخاصة بالإعلام والاتصال، وأخرى تنتمي إلى مجالات بحثية أخرى كعلم الاجتماع، علم النفس، السياسة، الاقتصاد، التكنولوجيا...مع استخدام لنظريات جديدة مرتبطة أساسا بالانترنت، والملاحظ على النظريات المستخدمة تراجع استخدام نظرية الاستخدامات والاشباع التي كانت تهيمن على البحوث في الفترة 1990-2000 فقد احتلت نظريات أخرى المراكز الأولى في الدراسات السابقة (باستثناء دراسة واحدة وردت فيها كأكثر النظريات

استخداما (دراسة هيونغكو) كما اختفت تماما في دراسة اخرى (دراسة حلمي) وهي: انتشار المبتكرات، نظرية الأجندة، نظرية معالجة المعلومات الاجتماعية، نظرية تقليل الشك، ومع ذلك لازالت من أكثر النظريات استخداما فقد جاءت وراء هذه النظريات مباشرة كأكثر النظريات استخداما تلتها نظريات أخرى مثل: نظرية التأطير، فجوة المعرفة، النظرية النسوية، نظريات التأثير، النظريات التقنية، نظريات السياق، نظرية ادارة العلاقات...، أما بالنسبة للنظريات المتعلقة أساسا بالإنترنت فاستخدمت البحوث: نظرية الشبكة network theory، نظرية الفاعل على الشبكة actor-network theor، نظرية الالعب على الشبكة gaming or ludology theory، الفضاء الديمقراطي الافتراضي، نموذج دورة تفاعل الوسائط الفائقة والتفاعلية الذاتية، أما النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون على أنها نظرية في الإعلام الجديد هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Mediamorphosis theory التي طورها فيدلر 1997.

-اتفقت جل الدراسات السابقة في نتائجها على أن أغلب البحوث المنجزة في هذه الفترة هي بحوث كمية، تلتها البحوث الكيفية وينسبة أقل البحوث المختلطة، وجاءت هذه النتيجة مغايرة لما تم التوصل اليه في المرحلة السابقة التي تميزت بسيطرة البحوث الكيفية، أما عن الاساليب المستخدمة فقد اجمعت جل الدراسات على أن أكثر الأدوات والأساليب استخداما هو: المسح بمختلف أشكاله التقليدي و/أو الالكتروني (ممثلا في الاستبيان)، ثم التجريب، تحليل المحتوى، وأخيرا الاساليب الاحصائية والاقتصادية المستخدمة بكثرة في دراسات الإدارة والتسويق الالكترونية، كما استخدمت بعض البحوث أدواتين بحثيتين جديدتين أحدهما استقته من العلوم النفسية وهو أداة Q والثاني استنتجته من دراسات الإنترنت وهو Search Engine ، أما عن الاساليب الكيفية الاكثر استخداما فكانت: دراسة الحالة، المقابلات، مجموعات التركيز المعمقة تلتها الاساليب الانثوجرافية والملاحظات والدراسات النقدية الثقافية وتحليل الخطاب.

-اتسمت البحوث باتجاهها إلى استخدام المنهج التكاملية الذي يعتمد على أكثر من منهج وأكثر من أداة.

2. توجهات بحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة في الدراسات العربية خلال الفترة (1997-2011):

-اهتمت البحوث في السنوات الأولى (1997-2006) بدراسة استخدامات الجمهور، تلتها الدراسات المتصلة بوسائل الاتصال المستخدمة في الأنترنت (يقصد بها المنتديات وحجر الدردشة والوسائط المتعددة)، ووسائل الإعلام عبر الأنترنت (يقصد بها مواقع وسائل الإعلام عبر الأنترنت مثل، مواقع الصحف والوكالات والمواقع الإذاعية)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة البحوث المتصلة بتشريعات وأخلاقيات الأنترنت بينما جاءت في المرتبة الرابعة بالتشارك كل من بحوث تفاعلية الأنترنت وبحوث تأثير الأنترنت، وجاءت أخيرا مقارنة الوسائل التقليدية بالأنترنت .

- في مرحلة لاحقة (2007-2011) احتلت بحوث التأثير المرتبة الأولى، تلتها بحوث جمهور الوسائل الالكترونية واتسمت بتركيزها على دراسة فئات معينة من الجمهور وخاصة فئة الشباب، تلتها بحوث الانتاج الالكتروني، ونسبة ضئيلة اهتمت بدراسة القائم بالاتصال أو الجمع بين مجالين مما يعكس استسهال الباحثين في اختيار عينات متاحة والبعد عن الدراسات التي يبذل فيها جهد مضاعف مثل دراسات القائم بالاتصال حيث أنها محاطة بصعوبات شديدة في الوصول إلى عينه القائم بالاتصال في مواقع الأنترنت المختلفة.

-تزايد الاتجاه نحو دراسة القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية خلال السنوات الاخيرة الى جانب القضايا الثقافية والاجتماعية وتأثيرات الأنترنت في مقابل انخفاض الاهتمام بتقييم مواقع الأنترنت واستخدامات الوسيلة والقضايا السياسية، الامر الذي يوضح اختلاف التوجهات المستقبلية للقضايا البحثية واتخاذها منحى جديد يميل لدراسة الجوانب الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للوسيلة وتأثيراتها على مختلف المستويات

-بالنسبة للتوجهات النظرية للبحوث بينت نتائج الدراسات أن العديد من البحوث لم تستند إلى أي نظرية أو مدخل نظري كما بينت أن العديد من البحوث أيضا لم تكن قادرة على توظيف النظرية أو المدخل لموضوع البحث واكتفى الباحثون بعرض المفاهيم النظرية ولفروضها دون توظيف، هذا من جهة ومن جهة أخرى كانت نظرية الاستخدامات والاشباع الأكثر استخداما

في البحوث تلتها كل من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، نظرية تمثيل المعلومات، نظرية الحضور الاجتماعي، مدخل تحليل النظم، مدخل صحافة المواطن، ونسبة ضئيلة جدا جاءت باقي النظريات (نظرية الدور، النظرية النسوية، نظرية بناء الأجندة الإلكترونية، نظرية حارس البوابة، نظرية البناء المعرفي، نظرية تفاعل الإنسان مع الحاسب. نظرية تحليل الأطر، نظرية الاغتراب السياسي، مدخل صحافة المشاركة.. أما النظريات التي تم اقتباسها من علوم أخرى، وتم تطويعها بما يتناسب ودراسات الإنترنت فهي قليلة جدا ظهرت في دراسة واحدة فقط لكل نظرية الأولى: اقتبست من علم الاجتماع؛ وهي نظرية الشأن العام، والثانية: اقتبست من علم النفس؛ وهي نظرية التجربة الأمثل، وكذلك تم الاستعانة بمدخل نظري واحد يمثل المداخل الوليدة المنبثقة عن التطور التكنولوجي، وهو المدخل المهجن، وكذلك تم تطويع مدخل تكنولوجي يرتبط بالصحة العامة وسلامة الاستخدام وهو نظرية الارجونومية.

-سيطرت شبه كلية للمنهج المسحي على الدراسات العربية، مع وجود لاستعمال المنهج التاريخي والمنهج التجريبي بنسبة ضئيلة جدا، الأمر الذي يشير إلى غلبة الاتجاه الوصفي الكمي على اتجاه الدراسات العربية بشكل عام، بسبب حاجة باقي المناهج إلى مهارات قد لا تتوفر بالشكل الكافي لقاعدة الباحثين العرب في مجال الاعلام، ما يجعل الحقل الاعلامي العربي ثابتا في مرحلة الوصف والرصد.

-على الرغم من تركيز البحوث في المقام الاول على دراسة الانترنت إلا أنها لم تلجأ إلى استخدامها كوسيلة لجمع البيانات سوى بنسبة قليلة جدا.

-اعتماد أكثر من نصف من الدراسات على استخدام أداة واحدة فقط لجمع البيانات ما يشير إلى افتقار معظم النتائج إلى العمق الكاف والتحقق العلمي المطلوب بينما لم تستخدم دراسات أخرى أي أداة تذكر معظمها نهج المنهج التاريخي في الدراسة، وجاء تركيز غالبيه البحوث على استخدام الاستبيان سواء بالمقابلة أو بالتليفون أو بالبريد الإلكتروني (هذا الأخير الذي سجل ندرة في استخدامه)، والقليل منها على تحليل المضمون (سواء تحليل نصوص أو تحليل الويب)، أما الأدوات البحثية الكيفية فكان استخدامها ضئيل جدا كالملاحظة المباشرة، وبشكل أقل المقابلات المتعمقة، الملاحظة بالمشاركة، تحليل الخطاب، التحليلي التاريخي، بينما لم تستخدم المناقشات الجماعية الحرة والمركزة رغم أهمية هذه الأداة في الحصول على بيانات

دقيقه وتفصيلية مما يؤكد على تركيز دراسات الإعلام الجديد على البحوث الوظيفية وأساليب التحليل الكمية التي تدعم الأوضاع الراهنة، مع ابتعاد تام عن البحوث النقدية وأساليب التحليل الكيفية التي تحتاج إليها المجتمعات العربية، لما لها من قدرات في سبر أغوار المشكلات الاجتماعية والإعلامية.

القسم الثاني

الدراسة التحليلية ونماذجها

الفصل الأول

طبيعة حقوق الأهل في الجريد في الجزائر

1. تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر:

قبل التطرق إلى بحوث الإعلام الجديد في الجزائر لابد من التعرّيج على بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر بصفة عامة من خلال تتبع نشأتها وتطورها وهذا يتحقق وفق مستويين:

- نشأة وتطور علوم الإعلام والاتصال كتخصص يدرس بالجامعات الجزائرية ففي كنف هذا التخصص تقام أغلب البحوث الإعلامية.
 - نشأة وتطور أولى البحوث الإعلامية في الجزائر والظروف المحيطة بها.
- إن نشأة البحوث والدراسات الإعلامية في الجزائر بشكل خاص أو في المجتمعات الانتقالية عموما جاء مغايرا لنشأتها وتطورها في المجتمعات المرجعية، ذلك أنها لم تأتي نتيجة لتطور طبيعي للمجتمع بمختلف جوانبه ولا بتطور الوسائل الإعلامية بها، وإنما صاحبت هذه الدراسات دخول الوسائل الاعلامية عن طريق الاستعمار الذي كان يستخدمها كأسلحة ايدولوجية مكملة لعمليات السيطرة والاحتلال، فكانت بذلك وظيفتها مختلفة في كلا العالمين ، إعلامية وتثقيفية وترفيهية ذات وظائف اجتماعية في الأولى، دعائية وتضليلية وقمعية ذات وظائف ايدولوجية في الثانية.
- واستمرت على نفس المنوال لحقب طويلة في البلدان الحديثة العهد بالاستقلال، على غرار الجزائر التي ورثت وسائل إعلام، سمعية بصرية وصحافة مكتوبة، عن الحقبة الاستعمارية، فقد تواصل بعد الاستقلال، سنة 1962 اعتبار واستعمال تلك الوسائل كأدوات دعائية بالدرجة الأولى تعمل على نشر وترسيخ خطاب السلطة الحاكمة وحدها. (قسايسية، 2007، 149).

وبعد الاستقلال بسنتين تم تأسيس المدرسة الوطنية العليا للصحافة سنة 1964 اذ يذكر الأستاذ "الزبير سيف الاسلام" في كتابه "علم الاعلام والسياسات الاعلامية في العالم الثالث" (1986) أن الجامعة الجزائرية كانت سباقة في فتح ابوابها لعلوم الاعلام والاتصال بإنشائها المدرسة الوطنية العليا للصحافة والتي كانت تمنح شهادة دبلوم الصحافة (يعادل الليسانس) بعد نهاية الدراسة تنتج بإنجاز بحث في المجال.

وفي سنة 1975 تم دمج المدرسة العليا للصحافة مع معهد الدراسات السياسية ليشكل معا معهد العلوم السياسية والإعلام، وذلك بموجب القرار الوزاري المؤرخ في 18 نوفمبر 1975 وقد كان هذا المعهد آنذاك يتكون من ثلاثة أقسام هي: علوم التنظيمات، العلاقات الدولية والإعلام تمنح فيها شهادة الليسانس للطالب بعد ثلاثة سنوات من التكوين. وفي 1983 تمت هيكلته في شكل معهدين مستقلين هما: معهد العلوم السياسية ومعهد علوم الإعلام والاتصال الذي تضمن ثلاثة تخصصات هي: صحافة مكتوبة، صحافة سمعية بصرية واتصال، يتحصل فيها الطالب على شهادة الليسانس بعد أربعة سنوات؛ سنتان منهما جذع مشترك وسنتان للتخصص (رمضان، 1993، 223)

في عام 1998 وفي سياق إصلاح التعليم العالي وإنشاء نظام الكليات في الجزائر تم إلحاق معهد علوم الإعلام والاتصال بكلية الآداب واللغات، ليتم بعد ذلك إنشاء كلية العلوم السياسية والإعلام عام 2001. وقد استمرت هذه الكلية التي تجمع بين العلوم السياسية وعلوم الإعلام حتى 2012 لتتقسم بعد ذلك إلى كليتين هما: كلية العلوم السياسية وكلية علوم الإعلام والاتصال التي إضافة إلى تخصص الصحافة المكتوبة والصحافة السمعية البصرية والاتصال أصبحت تمنح تكوينا في تخصصين آخرين هما تخصص العلاقات العامة و تخصص سبر الآراء.

كما تم إنشاء المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الإعلام عام 2009 تسمح للحائزين على شهادة الليسانس بالتسجيل فيها والتكوين في إحدى التخصصات التالية: وسائل الإعلام والمجتمع الإعلام الاقتصادي، الإعلام السياسي والقانوني، الإعلام السوسيوثقافي، الإعلام العلمي لتكون بذلك هذه المدرسة مع كلية علوم الإعلام والاتصال العمود الفقري للتكوين الإعلامي في الجزائر العاصمة.

أما خارج العاصمة فقد تم فتح قسم الدعوة والإعلام على مستوى جامعة الامير عبد القادر بقسنطينة سنة 1985-1986 يدرس الدعوة والإعلام الاسلامي ثم تطور ليصبح تحت مسمى " الدعوة والإعلام والاتصال " له فرع خاص بالدراسات العليا، ثم تمكنت جامعة عنابة من فتح قسم لعلوم الاعلام والاتصال في العام الجامعي 1992-1993 ، لتليها جامعة وهران ثم قسنطينة

عام 2000 بفتح قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة منتوري لينفصل بعد ذلك هذا القسم عن كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ويتحول إلى ثاني كلية لعلوم الإعلام والاتصال في الجزائر عام 2011 التي حملت اسم كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، وهكذا توالت اقسام الاعلام والاتصال حتى غطت تقريبا كل جامعات الوطن (باتنة، بسكرة، ورقلة، ام البواقي، مستغانم، سكيكدة.....) (عيساوي، 2016، 35).

أما عن الدراسات والبحوث الإعلامية فقد ظهرت اولى هذه البحوث التي اهتمت بالشأن الجزائري في السبعينات من القرن الماضي في جامعات أجنبية من قبل جزائريين وأجانب تحديدا فرنسيين اهتموا فيها بدراسة مواضيع إعلامية لها علاقة بالجزائر حيث تشير المعطيات إلى أنه تم انجاز أطروحتي دكتوراه من الدرجة الثالثة في جامعة باريس 2 سنة 1975 وأنجزت أول رسالتي ماجستير في الدراسات الإعلامية المعربة سنة 1978 بجامعة القاهرة (قسايسية، 2007، 153).

كما بدأت تظهر بعض الدراسات والبحوث الاعلامية والاتصالية الجادة لاسيما بعد بعث مجلة "المجلة الجزائرية للاتصال" التي كان يكتب فيها نخبة من أساتذة الاعلام والاتصال آنذاك وبعد تبني الجزائر لخط الانفتاح السياسي، الاقتصادي واعتماد التعددية السياسية والاعلامية الذي أقره دستور 1989 بتخلي الدولة جزئيا عن احتكار انتاج وتوزيع الصحف ظهرت عدة صحف مستقلة (الخبر، النهار الجديد، الشروق الثقافي، العقيدة، البيان...)، انعكس الامر أيضا على طبيعة الدراسات الإعلامية آنذاك اذ انصبت أغلب البحوث حول دراسة مضامين الصحف والمجلات لاسيما المستقلة منها اذ تشير قائمة البحوث التي نوقشت بمعهد علوم الاعلام والاتصال سنة 1991 الى غلبة هذا النوع من الدراسات وهو ما يعكس اهتماما وتوجها من قبل الباحثين الى دراسة المواضيع المرتبطة بالوسيلة الاكثر انتشارا ورواجا وتأثيرا بين الجمهور الجزائري (عيساوي، 2016، 34، 39)

وقد أرخ لمسألة البحث الإعلامي والاتصالي في الجامعات الجزائرية وبالضبط "معهد علوم الإعلام والاتصال" من حيث الكم الاستاذ نصر الدين العياضي إذ أوضح أن المعهد قد قام بإنجاز 284 بحثا "مذكرة ليسانس" خلال العشر سنوات الأولى له، 225 باللغة العربية والباقي

باللغة الفرنسية، وأغلب هذه البحوث تدخل في خانة سوسيلوجيا الاعلام بنسبة 35.5% ، كما اشار الى ارتفاع البحوث التي عالجت الجانب السياسي في الاعلام والاتصال بنسبة 59.23% من مجمل البحوث، وارجع ذلك الى اندماج المعهد مع العلوم السياسية حيث كان الطلبة يتناولون القضايا الاعلامية من خلال المواضيع السياسية* .

في هذا السياق أيضا قام الأستاذ علي قسايسية بجدد البحوث الاعلامية المنجزة على مستوى نفس المعهد خلال الفترة الممتدة من 1995 حتى 2006 فأحصى أكثر من 144 رسالة جامعية من درجة ما بعد التدرج، منها 122 رسالة ماجستير و 22 أطروحة دكتوراه دولة تغطي مختلف المواضيع المتعلقة بمختلف الجوانب العملية الاتصالية والإعلامية، وهو ما يعادل أكثر من 34.2% من الدراسات الإعلامية ذات الطابع الجزائري التي أنجزت خلال العقود الثلاثة السابقة في الجامعة الجزائرية وجامعات عربية وأوروبية وأمريكية، حيث تفيد الإحصائيات أن الأكاديميين الإعلاميين الجزائريين أنجزوا 17 رسالة باللغة العربية و 25 أطروحة باللغتين الفرنسية والإنجليزية في الفترة السابقة لسنة 1995 أي 42 دراسة إعلامية أكاديمية (قسايسية، 2007، 154، 155).

وقد كانت البحوث والدراسات الأكاديمية في أقسام ومعاهد علوم الإعلام والاتصال لسنوات متأثرة بما يرد إليها من المدرستين الانجلوسكسونية والفرنكوفونية - في حالتيهما الجامدتين غير المتطورتين - مع سيطرة واضحة للمدرسة الفرنكوفونية التي كانت ولا زالت تسيطر على عدة مراكز ودوائر البحث العلمي في مجال البحث الاعلامي والاتصالي، وهو نتاج منطقي لحالة التبعية للمهيمن القوي على الساحة الفكرية والعلمية والتكنولوجية والصناعية، وما على التابع الضعيف إلا التقليد والتبعية (عيساوي، 2016، 36)، لكن السؤال الذي يطرح نفسه هنا هل الخلل في تبعية البحوث لما أنتجه الآخر من عدة نظرية ومنهجية؟ (نفوسي، 2018، 160)

أما عن الواقع الكمي لبحوث الاعلام والاتصال اليوم وبعد أكثر من نصف قرن من ظهورها بالجزائر ورغم غياب احصائيات دقيقة لها إلا ان الاكيد انها تفوق مئات الألوف من البحوث والدراسات بمختلف الدرجات العلمية (ليسانس، ماجستير، ماستر، دكتوراه)، وتجدر الإشارة هنا إلى أن بحوث الاعلامية والاتصالية في الجزائر كما في الوطن العربي عموما يصعب

* أنظر المجلة للاتصال ، العدد 5، 1991

حصرها، بسبب غياب قواعد بيانات ذلك عبر الانترنت، وهي مؤشر آخر يضاف إلى الضعف العام في تطور البحث العلمي.

بعد عرض أهم المحطات الدالة على نشأة وتطور بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر بشكل خاص، وقبل الانتقال إلى مرحلة معالجة طبيعة بحوث الاعلام الجديد عينة الدراسة، ينبغي التعرف أولاً على بحوث الاعلام الجديد في الجزائر بصفة عامة، المنجزة في فترة الدراسة الممتدة على مدار عقدين من الزمن تقريبا (2001-2017)، والتي تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة وهذا من خلال:

- التعرف على مراحل تطورها من حيث الكم، من خلال النموذج التطوري الذي وضعه كل من "دومينيك وويمر" (2000) المتعلق بمراحل تطور بحوث الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة، ومن حيث المصطلحات التي استخدمتها.

- التعرف على المواضيع المدروسة من خلال التصنيفات المعتمدة وهي: تصنيف "كيم وويفر"، التصنيف وفق العملية الاتصالية، التصنيف وفق أنواع الأعلام الجديد.

أما الاحصائيات* التي تمكنت الباحثة من الوصول إليها فتشير الى أن عدد البحوث المتعلقة بالإعلام الجديد قد بلغ 192 بحثا -من درجة ما بعد التدرج- منجزة على مستوى كليات وأقسام علوم الاعلام والاتصال بمختلف جامعات الوطن (الجزائر العاصمة، قسنطينة باتنة، عنابة، بسكرة، وهران، مستغانم،...)، منها 75 أطروحة دكتوراه و117 رسالة ماجستير اهتمت بمختلف المواضيع والجوانب المتعلقة بالإعلام الجديد.

* لا تدعي الباحثة أن هذه الاحصائيات تمثل كل البحوث المتعلقة بالإعلام والجديد المنجزة على مستوى كل الجامعات الجزائرية، فنظرا لغياب قاعدة بيانات تضم كل البحوث المنجزة أو على الأقل احصائيات أو أرقاما دقيقة عن عددها فإنه تعذر علينا الإلمام بكل البحوث المتعلقة بمجتمع البحث في فترة الدراسة (2001-2017) وما تم جمعه كان من مصادر مختلفة أهمها: دليل الرسائل الجامعية بالجزائر العاصمة، المواقع الالكترونية لبعض الجامعات، المكتبات الجامعية، موقع Cerist.

وفيما يلي جرد شامل بالبحوث المشكلة لمجتمع البحث مرتبة ترتيباً تاريخياً وحسب درجتها العلمية.

جدول رقم 02: جرد لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017)

الرقم	عنوان البحث	الدرجة العلمية	سنة المناقشة
01	مجتمع الاعلام والمعلومات دراسة استكشافية للأنترنتيين. الجزائريين.	دكتوراه	2001
02	البنية الاجتماعية وتكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بالقيم والاتجاهات المهنية لدى العامل الجزائري حالة الاتصال في المؤسسة.	دكتوراه	2001
03	استخدام التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال في جامعة الجزائر	ماجستير	2002
04	الانترنت واستعمالاتها في الجزائر دراسة وصفية في عادات وأنماط وإشباع الاستعمال بالجزائر العاصمة.	ماجستير	2002
05	الأنترنت ومسألة الملكية الفكرية	ماجستير	2003
06	التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال والتنمية (ولوج الجزائر نحو مجتمع المعلومات)	دكتوراه	2003
07	تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر.	ماجستير	2004
08	الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعون موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت.	ماجستير	2004
09	الإعلان عبر الانترنت.	ماجستير	2004
10	احتلال العراق من خلال بريد قراء يومية العصر الإلكترونية -دراسة تحليلية-	ماجستير	2005
11	تكنولوجيا الاتصال الحديثة وإدارة الأزمات	ماجستير	2005

2005	ماجستير	تكنولوجيا المعلومات، اقتصاد المعرفة ومجتمع ما بعد الحدثة.	12
2005	ماجستير	حماية الخصوصية المعلوماتية في العصر الرقمي.	13
2005	ماجستير	الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.	14
2005	ماجستير	النشر الإلكتروني والملكية الفكرية.	15
2006	ماجستير	الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية.	16
2006	ماجستير	الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتطلع نحو المستقبل.	17
2006	ماجستير	تأثيرات التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال على المكتبة	18
2007	دكتوراه	المدرسة، التلميذ و المعلم و تكنولوجيات الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات.	19
2007	ماجستير	الفجوة الرقمية العالمية من خلال المواقع الإلكترونية.	20
2007	ماجستير	تأثير التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال على المكتبة، دراسة وصفية.	21
2007	ماجستير	تأثير تكنولوجيا المعلومات على وكالة الأنباء نموذج وكالة الأنباء الجزائرية.	22
2007	ماجستير	مجتمع المعلومات في الجزائر واقع الفجوة الرقمية.	23
2007	ماجستير	اسهام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تطوير طرائق التدريس في الجزائر.	24
2007	ماجستير	اسهام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية.	25
2008	ماجستير	الاقتصاد الرقمي : نموذج التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت.	26

2008	ماجستير	التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في التعليم، دراسة وصفية تحليلية للتعليم عبر الانترنت.	27
2008	ماجستير	التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباكات حول استخدام المصادر الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائري.	28
2008	ماجستير	أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية.	29
2008	ماجستير	إسهام الأنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر.	30
2008	ماجستير	الاستخدامات الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري.	31
2008	ماجستير	التطبيقات الاتصالية لتكنولوجيا المعلومات البطاقة الإلكترونية الذكية.	32
2008	ماجستير	منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع.	33
2008	ماجستير	استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG قسنطينة.	34
2008	ماجستير	اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية.	35
2008	ماجستير	جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات واشباكات طلبة جامعة منتوري قسنطينة.	36
2009	دكتوراه	التكنولوجيا الرقمية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة - دراسة وصفية تحليلية.	37
2009	دكتوراه	تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاتصال في الجماعات المحلية (اقتراح نموذج البلدية الإلكترونية)	38
2009	ماجستير	الأثر السوسيوثقافي للأنترنت على الطفل الجزائري.	39

2009	ماجستير	التفزة الرقمية الأرضية بين المشروع والواقع.	40
2009	ماجستير	المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة.	41
2009	ماجستير	تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين.	42
2009	ماجستير	دور الوسائط الإلكترونية في حفظ أرشيف المؤسسات الإعلامية: التلفزيون الجزائري - دراسة حالة-	43
2009	ماجستير	الطفل والانترنت، دراسة لعادات وأنماط استعمال الطفل الجزائري للإنترنت.	44
2009	ماجستير	الأمن المعلوماتي عبر الانترنت .	45
2009	ماجستير	آثر استخدام الأنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الاعلامية.	46
2009	ماجستير	الاتصال الشخصي الأسري في تكنولوجيا الاتصال، دراسة أثر الحاسب الآلي على حجم الاتصال الشخصي.	47
2009	ماجستير	استخدام الإنترنت في البحث العلمي -دراسة لعينة من الباحثين الجامعيين الجزائريين-	48
2010	دكتوراه	الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت - دراسة وصفية تحليلية-	49
2010	ماجستير	أهمية تكنولوجيا الاتصال في نشر الثقافة المواجهة للعولمة.	50
2010	ماجستير	أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر : الإعلاميون الجزائريون نموذجا -دراسة وصفية تحليلية-	51
2010	ماجستير	تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية -دراسة حالة للصحف اليمينية "سيبتمبرنت" و "التغييرنت" و " الأيام نت"-	52

2010	ماجستير	الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات-دراسة نظرية ميدانية في قسم الاخبار بالقناة الارضية للتلفزيون الجزائري-	53
2010	ماجستير	واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر دراسة ميدانية.	54
2010	ماجستير	اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان على شبكة الانترنت.	55
2010	ماجستير	الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الالكترونية.	56
2010	ماجستير	اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة-.	57
2010	ماجستير	المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات و الاشباع.	58
2010	ماجستير	استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية و انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أسانذة جامعة - باتنة نموذجا-	59
2010	ماجستير	جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية - دراسة في العادات و الأنماط-	60
2010	ماجستير	تطبيقات حرب المعلومات في حرب غزة 2008 -دراسة وصفية تحليلية للمواقع الإلكترونية-	61
2010	ماجستير	استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الإنتاج الإعلاني المطبوع - دراسة ميدانية للوكالة الوطنية للاتصال و الإعلان الخارجي ACS -	62
2010	ماجستير	علاقة الإنترنت بهجرة الشباب الجزائري إلى الخارج - دراسة وصفية لعينة من الشباب الجزائري-	63
2010	ماجستير	واقع اللغة العربية على شبكة الإنترنت - دراسة وصفية تحليلية لمواقع إلكترونية عربية-	64

2010	ماجستير	الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية : دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.	65
2010	ماجستير	التنظيم القانوني للإنترنت في الجزائر - دراسة تحليلية للقوانين والتنظيمات في الجزائر من 1993 إلى 2008 -	66
2010	ماجستير	دور التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال في تفعيل العمل التشريعي -دراسة حالة المجلس الشعبي الوطني -	67
2010	ماجستير	الإشهار في الصحافة الجزائرية- دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية المعلنون في صحيفتي "الشروق اليومي" و"الشروق أون لاين" أنموذجا-	68
2010	ماجستير	أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي - دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين -.	69
2011	دكتوراه	الآثار النفسية الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الإنترنت.	70
2011	دكتوراه	استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في التعليم المفتوح عن بعد، حالة جامعة التكوين المتواصل الجزائرية لأستاذة التعليم المتوسط خلال الفترة: 2005-2010	71
2011	ماجستير	الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء : دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق.	72
2011	ماجستير	مساهمة التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في دعم المشاركة التنظيمية - دراسة ميدانية بمؤسسة ارسيلور ميتال تبة-	73
2011	ماجستير	اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة-	74

2011	ماجستير	75	الإنترنت و بناء الحقائق الاجتماعية لدى الشباب المراهق دراسة استطلاعية على عينة من الشباب المراهق في الجزائر
2011	ماجستير	76	أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة و جمهورها : دراسة مسحية في الاستخدامات و الإشباعات.
2012	دكتوراه	77	البرمجة التلفزيونية و تحديات التكنولوجيايات الحديثة : دراسة وصفية تحليلية للبرمجة بالتلفزيون الجزائري.
2012	دكتوراه	78	الشباب و الانترنت : دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للأنترنت من منظور ...نظرية الاستخدامات و الاشباعات
2012	ماجستير	79	الصحافة الإلكترونية و أثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر: دراسة حالة لجريدة El watan.
2012	ماجستير	80	التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات-دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين-
2012	ماجستير	81	دور الوسائط المتعددة في تحقيق وظائف الانترنت مستخدمو الانترنت في العالم العربي أنموذجا.
2012	ماجستير	82	واقع الحكومة الإلكترونية في الدول العربية "حالة الجزائر" : دراسة وصفية تحليلية لتطبيقات تكنولوجيايات المعلومات و الاتصالات.
2012	ماجستير	83	الأستوديو الافتراضي و إشكالية إدارة المؤسسة الإعلامية: دراسة حالة التلفزيون الجزائري.
2012	ماجستير	84	استخدامات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في الإذاعة و أثرها على الموارد البشرية : دراسة ميدانية لإذاعتي عنابة و باتنة المحليتين.
2012	ماجستير	85	اسهام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للاتصال النشر والاشهار

2012	ماجستير	واقع اخراج البرامج التفاعلية في الاذاعة الرقمية - اذاعة جيجل المحلية نموذجا -.	86
2012	ماجستير	دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا.	87
2012	ماجستير	انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين والأبناء في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية لبعض أسر مدينة تبسة -.	88
2012	ماجستير	استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث في الانتاج الاذاعي دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة.	89
2012	ماجستير	علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة-	90
2012	ماجستير	اثر الانترنت في نشر الجريمة في الوسط الطلابي: طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الحاج لخضر - باتنة - أنموذجا.	91
2012	ماجستير	الاعلام الجديد و نشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات موقع التواصل الاجتماعي -موقع الفيسبوك نموذجا-.	92
2012	ماجستير	توظيف مواقع المؤسسات الاعلامية الاخبارية على شبكة الانترنت لأدوات الاعلام الاجتماعي - دراسة وصفية تحليلية لعينة من المواقع الاخبارية الناطقة بالعربية-	93
2012	ماجستير	اسهام شبكة الإنترنت في تداول المعلومة الرياضية : دراسة مسحية لعينة من شباب الجزائر العاصمة.	94
2012	ماجستير	اتجاهات المدونين الجزائريين : دراسة وصفية تحليلية لعينة من المدونات الجزائرية الإلكترونية باللغة العربية في الفترة	95

		الممتدة من 01 جانفي إلى 30 سبتمبر 2010 .	
2012	ماجستير	أثر التطور التكنولوجي على الممارسة الإعلامية الصحفية دراسة وصفية لعينة من الصحف الجزائرية (الخبر، الوطن، المساء، البلاد).	96
2012	ماجستير	أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدى الأطفال : دراسة وصفية تحليلية على عينة من الأطفال المتمدرسين بالجزائر العاصمة.	97
2012	ماجستير	المدونات الإلكترونية الجزائرية: دراسة وصفية لعينة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية خلال الانتخابات الرئاسية سنة 2009 .	98
2012	ماجستير	اقتصاديات الصحافة الإلكترونية وإدارتها "الشروق أونلاين" نموذجا.	99
2012	ماجستير	الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي و الواقع القانوني و المؤسساتي : دراسة تحليلية ل الشروق أون لاين و elwatan.com.	100
2012	ماجستير	مشروع التلفزيون الرقمي الأرضي في الجزائر واقع و آفاق: دراسة وصفية تحليلية.	101
2012	ماجستير	استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر.	102
2012	ماجستير	الألعاب الإلكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة و تأثيرها في الطفل الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من أطفال ابتدائيات مدينة باتنة-	103
2013	دكتوراه	محددات استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في مجال الاتصال التنظيمي - حالة فرع المضادات الحيوية	104

		{ صيدال } -	
2013	دكتوراه	استخدام البرلمانين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد : دراسة ميدانية لعينة من أعضاء العهدة التشريعية السادسة (2007 - 2012) -	105
2013	دكتوراه	اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي : دراسة ميدانية لمستخدمي الفايبروك في الجزائر	106
2013	دكتوراه	مشاركة الجمهور -الأفراد- في إنتاج محتوى وسائل الاعلام وظهور صحافة المواطن.	107
2013	ماجستير	-اتجاهات أساتذة علوم الإعلام و الاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني : دراسة وصفية تحليلية .	108
2013	ماجستير	تأثير الإنترنت على الحريات الفردية و العامة : الحق في الاتصال نموذجا.	109
2013	ماجستير	تأثير التكنولوجيات الحديثة على الحق في الاتصال دراسة وصفية تحليلية.	110
2013	ماجستير	العالم الافتراضي ضمن ألعاب الفيديو الالكترونية : دلالات تفاعل إنسان - آلة دراسة تحليلية سيميولوجية-	111
2013	ماجستير	فعالية استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام المعلومات بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة - شركة الخطوط الجوية الجزائرية-	112
2014	ماجستير	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية مصر أنموذجا	113
2014	ماجستير	الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من الخطابات اللغوية والبصرية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا.	114

2014	ماجستير	الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر : دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي.	115
2014	ماجستير	واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي: بين التكامل و المنافسة -دراسة وصفية تحليلية-	116
2014	ماجستير	الاتصال الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية -شركة توزيع الكهرباء و الغاز للشرق - دراسة حالة لمديرية التوزيع بسطيف-.	117
2014	ماجستير	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية- القنوات الخاصة الجزائرية نموذجا-.	118
2014	ماجستير	أثر الإنترنت على القيم الدينية و الثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري : دراسة وصفية استطلاعية على عينة من طلبة جامعة الجزائر 3.	119
2014	ماجستير	أثر استخدام الأنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية : دراسة تطبيقية على عينة من طلبة كلية العلوم السياسية والإعلام- جامعة الجزائر -.	120
2014	دكتوراه	الشبكات الاجتماعية على الأنترنت .دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعات العاصمة الجزائر	121
2014	دكتوراه	أثر استخدام التسويق عبر الأنترنت على المؤسسات دراسة ميدانية لفنادق الجزائر العاصمة : الفترة ما بين ماي 2012 و أبريل 2013	122
2014	دكتوراه	أثر استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في تكريس القيم الإخبارية عند الصحفيين	123
2014	دكتوراه	حماية البيانات الطبية الخاصة في العصر الرقمي	124
2015	دكتوراه	ظاهرة "سيبر توتيزم cyber tautisme" والحقيقة في حقل الاعلام والاتصال دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال	125

		المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية بالجزائر.	
2015	دكتوراه	ثقافة الاشهار الالكتروني و اشكاليات التلقي في المجتمع الجزائري دراسة تحليلية استطلاعية لعينة من الجمهور المتلقي في ولايات الوسط الشرق و الغرب الجزائري .	126
2015	دكتوراه	أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر -دراسة مسحية في ضوء مدخل الاتصال السياسي- .	127
2015	دكتوراه	تأثير تكنولوجيا الاتصال على النشر الالكتروني للصحف اليومية الجزائرية المكتوبة -دراسة تحليلية.	128
2015	دكتوراه	استخدامات الانترنت في الصحافة الجزائرية : دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الجزائريين.	129
2015	دكتوراه	استخدام الانترنت في البحث العلمي الجامعي : دراسة ميدانية لأساتذة جامعة الجزائر 3 خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 2014-2015.	130
2015	دكتوراه	استخدام الطفل لشبكة الأنترنت و أثره على العملية التربوية للأسرة الجزائرية . دراسة وصفية تحليلية على عينة من تلاميذ الطور المتوسط بالعاصمة 2012-2013	131
2015	دكتوراه	واقع استخدام اللغة العربية على شبكة الأنترنت .دراسة ميدانية على عينة من أساتذة و طلبة جامعة الجزائر 3.	132
2015	دكتوراه	القيم الاجتماعية و الثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة: الاستخدامات والتأثيرات . دراسة وصفية تحليلية.	133
2015	دكتوراه	تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال .دراسة نظرية تحليلية .	134
2015	دكتوراه	استعمال تكنولوجيا المعلومات من طرف المجموعات الارهابية . دراسة وصفية تحليلية لعينة من محتوى موقع	135

		الأندلس لتنظيم القاعدة ببلاد المغرب الاسلامي.	
2015	دكتوراه	استخدامات الأنترنت وتأثيراتها السميولوجية على الشباب الجزائري الظاهرة الدينية الالكترونية نموذجا.	136
2015	دكتوراه	الهاتف النقال في الجزائر بين التطور والتحديات : دراسة وصفية تحليلية.	137
2015	دكتوراه	منتديات الحوار الالكترونية الجزائرية .	138
2015	دكتوراه	الصحافة الالكترونية في الجزائر دراسة تحليلية ميدانية.	139
2015	ماجستير	استخدامات صحفي التلفزيون الجزائري للمعلومة الالكترونية كمصدر في أداء المهام -دراسة مسحية لعينة من الصحافيين-.	140
2015	ماجستير	دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد -دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجا-.	141
2015	ماجستير	اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي - دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة -.	142
2015	ماجستير	اثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري دراسة اثنوغرافية لعينة من مستخدمي المجموعات الامازيغية بالفيس بوك .	143
2015	ماجستير	دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على صفحات شبكة الفايستوك .	144
2015	ماجستير	اسهامات تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في ادارة الازمات بالمرافق العمومية دراسة حالة المديرية العامة للحماية المدنية الجزائر العاصمة.	145
2015	ماجستير	الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري : دراسة وصفية	146

		تحليلية للقوانين المجرمة انتهاكات الخصوصية-انتهاك الآداب العامة -القذف و السب -التشهير و الابتزاز.	
2015	ماجستير	واقع الصحافة الالكترونية في التشريع الجزائري .دراسة مسحية لقوانين الصحافة الالكترونية.	147
2015	ماجستير	المعالجة الاعلامية لظاهرة تغير المناخ في الصحافة الالكترونية دراسة تحليلية لمجلة البيئة والتنمية اللبنانية 2013-2014.	148
2015	ماجستير	الانترنت و الحق في الاتصال في الجزائر.	149
2015	ماجستير	مواقع التواصل الاجتماعي و الفضاء العمومي.	150
2015	ماجستير	الجريمة الالكترونية بين التحصين التقني و التحصين الجنائي .	151
2016	دكتوراه	مصادقية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجزائريين: دراسة ميدانية و تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية و الجزائرية و الطلبة الجامعيين الجزائريين.	152
2016	دكتوراه	دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير حركة التنمية في قطاع التعليم العالي بالجزائر.	153
2016	دكتوراه	مستخدمو المواقع الإلكترونية للصحف وتوجهات المعلمين في الجزائر : دراسة استطلاعية لعينة من المستخدمين.	154
2016	دكتوراه	أثر شبكات التواصل الاجتماعي على شكل الهوية الافتراضية.	155
2016	دكتوراه	تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك في التواصل السياسي للشباب الجزائري دراسة وصفية تحليلية.	156
2016	دكتوراه	أثر التفاعل الافتراضي على اتجاهات مستخدمي فيسبوك في تشكيل الفضاء العمومي : دراسة مسحية على عينة من طلبة المجتمعات الافتراضية.	157

2016	دكتوراه	جمهور الصحافة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديدة -دراسة مسحية لعينة من قراء...الصحف اليومية الورقية و الالكترونية وفق مدخل الاستخدامات و الاشباعات.	158
2016	دكتوراه	دوافع استخدامات ميزات موقع فايسبوك وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي-دراسة على عينة من المراهقين العاصمين من سبتمبر 2013 الى سبتمبر 2015.	159
2016	دكتوراه	إسهامات تكنولوجيا الاتصال في نقل و تطوير المعارف في الجزائر دراسة في الاستخدامات و الإشباعات لعينة من الأساتذة الجامعين خلال 2015-2016	160
2016	دكتوراه	استخدام المراهقين لشبكة الفيسبوك وعلاقته بتعلقهم الأبوي.	161
2016	دكتوراه	الإدمان على استخدام الأنترنت و علاقتها بالانكئاب و العزلة الاجتماعية.	162
2016	دكتوراه	أثر استخدام تقنيات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري.	163
2016	دكتوراه	الإعلام الالكتروني والديمقراطية دراسة تحليلية لمواقع الحكومات الالكترونية العربية.	164
2016	دكتوراه	الحماية القانونية للمصنفات الرقمية واثرها على تدفق المعلومات في الدول النامية.	165
2017	دكتوراه	استخدام الأسرة الريفية للتلفزيون الرقمي وأليات الإشباعات المحققة.	166
2017	دكتوراه	استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في التعليم العالي	167
2017	دكتوراه	دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير العمل السمعي البصري في الجزائر.	168
2017	دكتوراه	مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب.	169

170	أثر التفاعلية على سلوكيات مستخدمي الهواتف الذكية و علاقتها ببعض سماتهم الشخصية.	دكتوراه	2017
171	أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الاتصالية لدى الشباب المراهق المتمدرس الجزائري.	دكتوراه	2017
172	مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والقيم العلاقة بين الواقعي و الافتراضي.	دكتوراه	2017
173	العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر الفيسبوك نموذجا دراسة مسحية على عينة من الطلبة.	دكتوراه	2017
174	علاقة التصورات الاجتماعية استخدامات المرأة للإنترنت دراسة استكشافية وصفية لعينة من المراهقات بولاية سوق أهراس	دكتوراه	2017
175	أثر الوسائط الجديدة على التوافق النفسي للمستخدمين الجيل الثالث.	دكتوراه	2017
176	الإدارة الإلكترونية و فعالية الاتصال في المؤسسات الجزائرية -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر -.	دكتوراه	2017
177	استخدامات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية دراسة ميدانية .	دكتوراه	2017
178	الجرائم المعلوماتية في الوسائل الاتصال الحديثة .	دكتوراه	2017
179	هوايات مستخدمي الوسائط الجديدة - تويتتر نموذجا -.	دكتوراه	2017
180	الانترنت واشكالية الهوية الثقافية في الجزائر	دكتوراه	2017
181	استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة .	دكتوراه	2017
182	دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام .	دكتوراه	2017
183	مدونات الصحافيين الجزائريين دراسة في المضمون والقائم بالاتصال.	دكتوراه	2017

184	الصحافة الالكترونية الجزائرية.	دكتوراه	2017
185	الاثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة.	دكتوراه	2017
186	التفاعلية في الصحافة الالكترونية دراسة في استخدامات واشباكات النخبة الاكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية.	دكتوراه	2017
187	الشبكات الالكترونية الاجتماعية واثرها على تفاعل الطلبة.	دكتوراه	2017
188	قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية .	دكتوراه	2017
189	استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر.	دكتوراه	2017
190	صورة الثقافة العربية على الانترنت دراسة وصفية تحليلية للمواقع العربية الثقافية الالكترونية.	دكتوراه	2017
191	الخطاب الإعلامي العربي والإعلام الجديد دراسة وصفية لعينة من المدونات العربية.	دكتوراه	2017
192	الصحافة الالكترونية وتحديات الفضاء الالكتروني دراسة ميدانية للصحافة الالكترونية الجزائرية .	دكتوراه	2017

المصدر: إعداد الباحثة

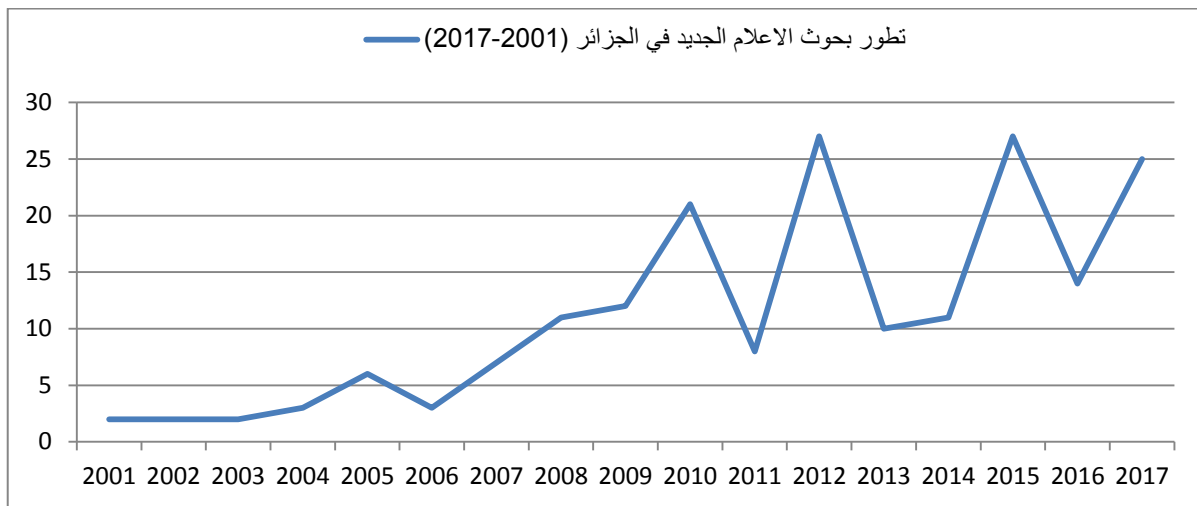
سنحاول في هذا العنصر تتبع تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر من خلال ثلاث نقاط وهي: تطورها من حيث الكم، وفق النموذج التطوري ل "دومينيك ووير"، تطور المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في عناوينها.

1.1. تطور بحوث الاعلام الجديد في الجزائر من حيث الكم:

يمثل الرسم البياني الآتي تطور عدد بحوث الإعلام الجديد في الجزائر تبعا لسنوات الدراسة، ويتضح من خلاله ازدياد عدد هذه البحوث خلال فترة السبعة عشر عاما التي تم فحصها

ففي السنوات الأولى من الإطار الزمني للدراسة كان عدد البحوث قليل جدا إلا أنه تضاعف بشكل ملحوظ في السنوات اللاحقة، وكانت سنتي 2012 و 2015 أكثر السنوات التي أنجزت فيها بحوث الإعلام الجديد في الجزائر، وهذا التطور في عدد بحوث الإعلام الجديد يمكن تفسيره بالاستناد إلى عاملين أساسيين هما الازدياد في عدد بحوث الاعلام والاتصال بشكل عام على مدار هذه السنوات (زيادة عدد كليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال وبالتالي زيادة عدد الطلبة والباحثين في هذا المجال) وإلى التطور المستمر والكبير في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وظهور ما يسمى بالإعلام الجديد واتجاه الباحثين إلى دراسة هذا الوافد الجديد.

الشكل رقم 01 : تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017)

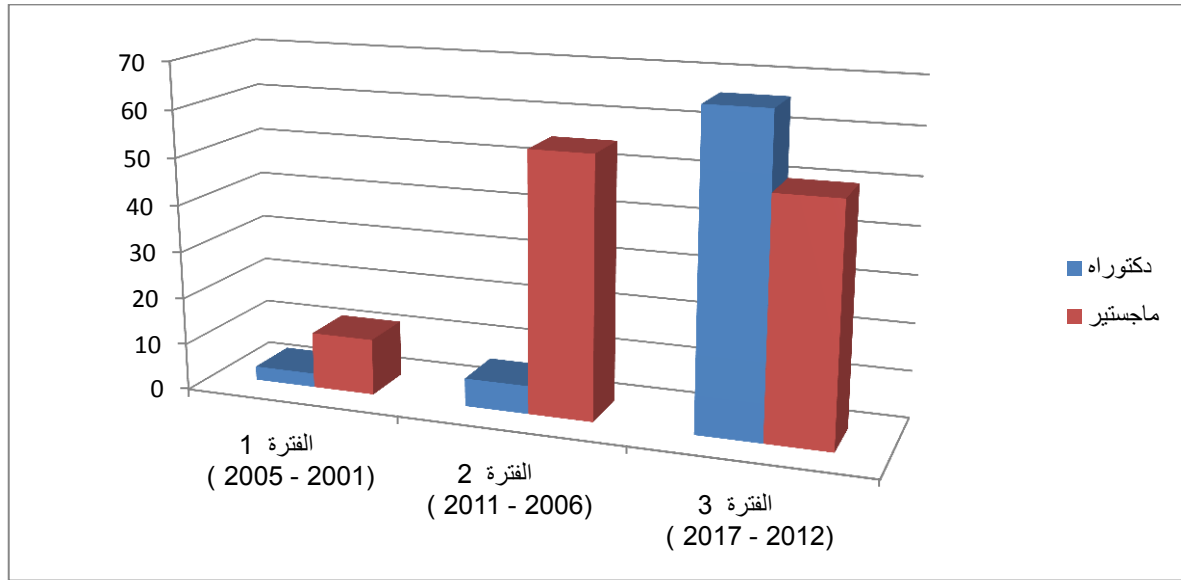


المصدر: إعداد الباحثة

أما عن عدد البحوث ودرجتها العلمية فقد اختلفت من فترة لأخرى فنجد أن الفترة الأولى (2001-2005) هي أقل الفترات من حيث عدد البحوث المنجزة ب 15 بحث يضم 12 رسالة ماجستير وثلاث أطروحات دكتوراه، ليتضاعف العدد عدة مرات في الفترة الثانية (2006-2011) ويصبح 61 بحثا يضم (6) أطروحات دكتوراه و55 رسالة ماجستير، ثم أصبح 114 بحث منها 66 أطروحة دكتوراه و50 رسالة ماجستير، ويلاحظ أن عدد رسائل الماجستير قد انخفض في الفترة الأخيرة في مقابل ازدياد كبير في عدد الأطروحات ويعزى ذلك إلى النظام الجديد الذي تبنته الجامعة الجزائرية وهو نظام الـ ل، م، د فأصبحت تتجز بحوث من درجة الماستر بدل الماجستير منذ 2015 هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن العديد من أطروحات الدكتوراه تم مناقشتها في هذه

الفترة بسبب تأخرها الكبير وطلب الوزارة من الباحثين الإسراع في إتمامها، وشكلت البحوث في الفترة الأخيرة وتحديدًا بين عامي 2012-2017 ما نسبته حوالي 60% من بحوث الإعلام الجديد كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم 02: بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق درجتها العلمية لكل فترة.



المصدر: إعداد الباحثة

2.1. تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق نموذج "دومينيك وويمر":

اقترح كل من "دومينيك وويمر" نموذج تطوري يشرح تطور بحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل اتصالية جديدة يتكون من أربع مراحل هي:

- المرحلة الأولى: عادة ما يكون هناك اهتمام بالبحث في الوسيلة في حد ذاتها، ويتضح من خلال أسئلة مثل: ما هذه الوسيلة؟ كيف تعمل؟ هل تشبه وسائل الإعلام الحالية أو تختلف عنها؟ كم الثمن الذي تكلفه؟...

- المرحلة الثانية: بمجرد تطور الوسيلة إلى مستوى معين، ينصب الاهتمام البحثي حول استخدامات ومستخدمي هذه الوسيلة، ويتضح من خلال أسئلة مثل: كيف يستخدم الناس هذه الوسيلة؟ من هم المستخدمين الرئيسيين لهذه الوسائل؟...

- المرحلة الثالثة: فتبحث عن التأثيرات المختلفة لهذه الوسيلة، بالإجابة على أسئلة مثل: كيف تؤثر الوسيلة على الأشخاص، على الحياة والمنظمات والمجتمع؟ هل تغير وجهات نظر الناس وآرائهم أم لا؟ هل هناك أي آثار ضارة تتعلق باستخدام هذه الوسيلة؟

- المرحلة الرابعة: الاهتمامات البحثية تتعلق في الغالب بالتحسينات في الوسيلة وتطوير مفاهيم أو نظريات جديدة للوسيلة الجديدة فتجيب عن أسئلة مثل: هل هناك طريقة لتغيير الهيكل أو محتوى الوسيلة الجديدة لجعلها أكثر فائدة أو فعالية؟... (Sungjoon and others, 2009,18) على أساس هذا النموذج تم تحديد المراحل الأربع لتطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر على النحو التالي:

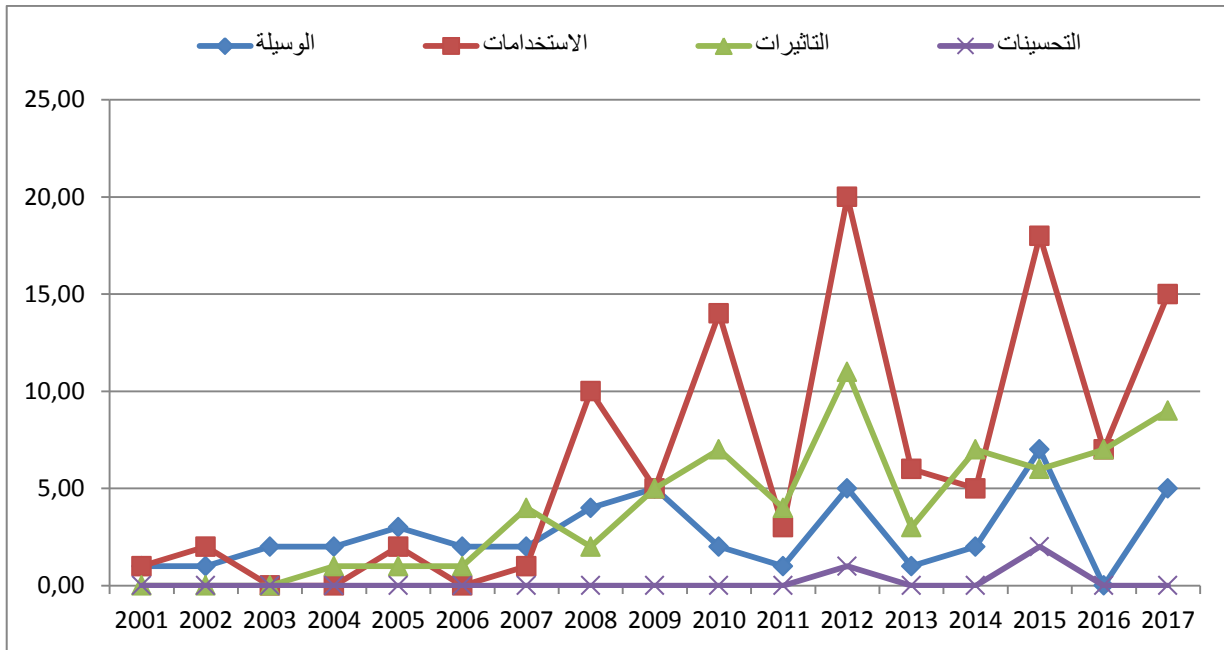
• قضايا تهتم بوسائل الإعلام الجديدة في حد ذاتها (المرحلة 1): المشكلات والتطبيقات الفنية، وقضايا التفاعل، والوظائف والخدمات، والظروف الاقتصادية، وشروط القانون والسياسة، والقضايا التاريخية والفلسفية...

• استخدامات ومستخدمي الإنترنت (المرحلة 2): من الذي يستخدم الإنترنت؟ كيف يستخدمها؟ ماذا توفر الإنترنت؟ نشر وتبني المستخدم، الاستخدامات التعليمية أو السياسية...

• تأثيرات الإنترنت (المرحلة 3): تأثيرات الإنترنت على الأفراد أو المنظمات أو المجتمعات أو التنمية الوطنية، تأثير الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية...

• كيف يمكن تحسين الإنترنت؟ (المرحلة 4): التكنولوجيا الجديدة، التطورات، التطبيقات المتقدمة، تلفزيون الأنترنت، بناء المفاهيم أو النماذج المتعلقة بالأنترنت...

الشكل رقم 03 : تطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وفق النموذج التطوري ل: "دومينيك وويمر".



المصدر: إعداد الباحثة

- الفترة الأولى: اهتمت بحوث الإعلام الجديد في هذه الفترة بدراسة القضايا المتعلقة بالوسيلة (تكنولوجيا الاعلام والاتصال، الأنترنت) بنسبة 58.8% تلتها البحوث المهمة باستخدامات ومستخدمي الأنترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بنسبة 29.4%، وجاءت بعدها البحوث المهمة بالتأثيرات المختلفة للوسيلة بنسبة 11.7%، في حين لم تهتم البحوث في هذه المرحلة بالتحسينات الخاصة بالوسيلة.

- الفترة الثانية: اهتمت البحوث في هذه الفترة بدراسة استخدامات ومستخدمي وسائل الإعلام الجديدة (الأنترنت ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المنتديات، المدونات..) بنسبة 47.5% تلتها بحوث التأثير بنسبة 32.35% ثم بحوث الوسيلة بنسبة 20.5%، ولم تهتم البحوث في هذه المرحلة أيضا بالتحسينات الخاصة بالوسيلة.

- الفترة الثالثة: اهتمت البحوث في هذه الفترة بدراسة استخدامات ومستخدمي مختلف الوسائل الإعلامية الجديدة (من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الأنترنت، شبكات التواصل الاجتماعية..) بنسبة 51.9% تلتها بحوث التأثير بنسبة 33.3% ثم بحوث الوسيلة بنسبة 12.4%.

- وأخيرا البحوث المتعلقة بالتحسينات الخاصة بالوسيلة بنسبة 2.3%.

ما يمكن ملاحظته على الفترات السابقة هو:

-اهتمام الفترة الأولى والثانية ببحوث الوسيلة، استخدامات ومستخدمي الوسيلة، تأثيراتها المختلفة على الفرد والمجتمع والعلاقات، في حين الفترة الثالثة إضافة الى اهتمامها بهذه البحوث بدأت بوادر البحوث المهمة بالتحسينات الوسيلة.

-تركيز أغلب البحوث في الفترة الأولى على دراسة الوسيلة ثم الاستخدامات وبنسبة قليلة الآثار، في حين جاء الاهتمام في الفترة الثانية بدراسة الاستخدامات والتأثيرات بنسب أكبر وبنسبة أقل جاءت بحوث الوسيلة، وبنفس الطريقة استمر الاهتمام البحثي في الفترة الثالثة فقد جاءت بحوث الاستخدامات أولا تلتها بحوث التأثير ثم بحوث الوسيلة وأخيرا ظهرت البحوث التي تعنى بدراسة تحسينات الوسيلة.

- إن هذا الاختلاف والتنوع في اهتمامات البحوث يرجع بالأساس إلى التطور الذي عرفته وتعرفه وسائل الإعلام ففي بدايات بحوث الإعلام الجديد في الجزائر انصب اهتمام الباحثين على دراسة هذه الوسائل الجديدة، وبمرور السنوات زاد الاهتمام بدراسات الاستخدامات والآثار في مقابل تراجع الاهتمام بدراسة الوسيلة في حد ذاتها إلا أن هذه البحوث لم تختفي لأن الوسيلة في تطور دائم يوجب تسليط الضوء على المستجدات منها.

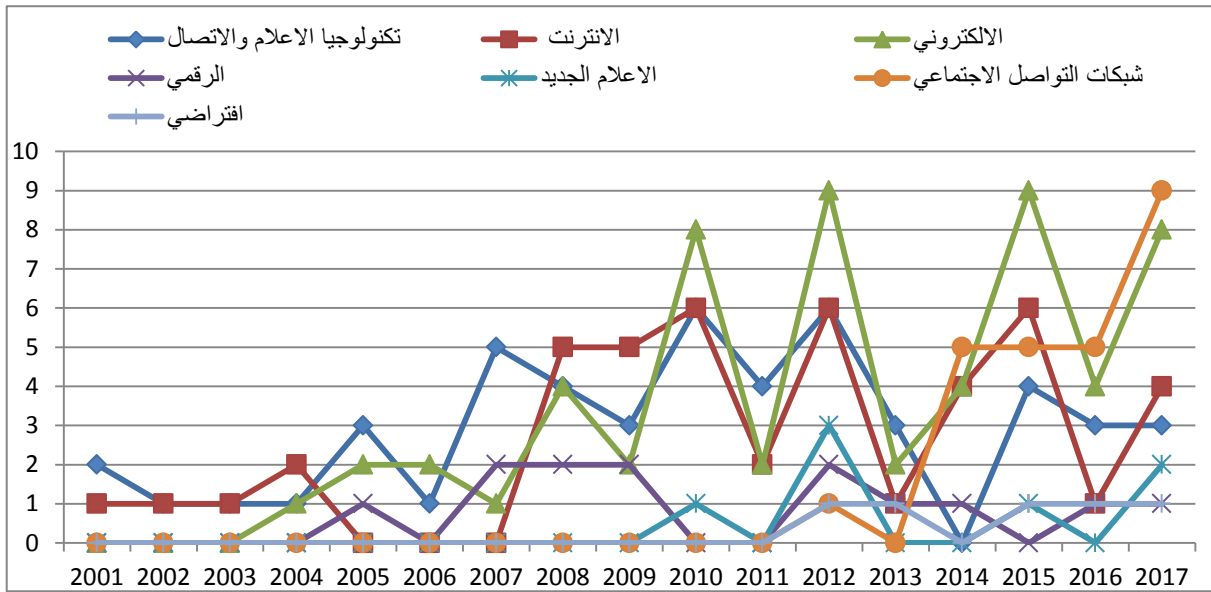
عموما يمكن القول أنه وبتطبيق نموذج "دومينيك وويمر" لتطور بحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة على بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وجدنا أن البحوث مرت من حيث الاهتمام الموضوعاتي بمراحل أربع أساسية هي: الاهتمام بشكل أساسي بدراسة وسائل الإعلام الجديدة في السنوات الأولى تلتها بحوث استخدامات ومستخدمي الإعلام الجديد وكذا دراسة آثار وسائل الإعلام الجديد وأخيرا التعديلات في شكل وسائل الإعلام الجديد، كما أظهرت الدراسة أن الانتقال عبر المراحل الأربع المقترحة لتطور البحوث لم يكن خطيا وأن البحوث المنجزة في كل فترة من فترات الدراسة كانت تغطي كل المراحل معا -باستثناء المرحلة الاخيرة- مع وجود تفاوت

في النسب. بالعودة الى الدراسات السابقة نجد أن هذه النتيجة تتوافق الى حد كبير مع ما توصلت إليه نتائج البحوث الاجنبية.

3.1. المفاهيم (المصطلحات) التي أفرزتها بيئة الإعلام الجديد وتطورها عبر السنوات:

حاولنا رصد أكثر المصطلحات استخداما في عناوين بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017) للكشف عن المصطلحات الجديدة التي جاءت بها البيئة الإعلامية الجديدة والتي لم تكن حاضرة في البحوث الإعلامية والاتصالية السابقة، والمرتبطة أساسا بالتطورات التكنولوجية التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال.

الشكل رقم 04 : المصطلحات الأكثر حضورا في عناوين بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017).



المصدر: إعداد الباحثة

يمثل الشكل في الأعلى ظهور وتطور أكثر المصطلحات حضورا في عناوين بحوث الإعلام الجديد في الجزائر، وهذه المصطلحات هي: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، الانترنت، الكتروني، رقمي، افتراضي، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي. وسنحاول تتبع تطورها خلال الإطار الزمني العام للدراسة ووفق الفترات الثلاث المشكلة لهذا الإطار.

- تميزت الفترة الأولى (2001-2005) باستخدام المصطلحات التالية: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، الأنترنت، الإلكتروني، رقمي، حيث ظهر مصطلح الأنترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال منذ 2001 في أغلب عناوين البحوث، بعدها ظهر مصطلح الإلكتروني سنة 2003 ليشير إلى المواقع والصحف عبر شبكة الأنترنت، ثم مصطلح الرقمي سنة 2004، مع غياب تام للمصطلحات الأخرى في هذه الفترة.

أما الفترة الثانية (2006-2011) فقد ظهر خلالها لأول مرة مصطلح الاعلام الجديد سنة 2010 في بحث واحد، وهي السنة التي اختفى فيها مصطلح رقمي، وبلغت باقي المصطلحات الإلكتروني، الأنترنت، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ذروتها، واحتل مصطلح الإلكتروني الصدارة باعتباره أكثر المصطلحات استخداما في هذه السنة متفوقا على مصطلح الأنترنت التي لوحظ اختفائه من عناوين بحوث 2006، 2007، ليرجع استخدامه بداية من 2008 واخذ في التزايد ليبلغ ذروته في 2010 ويبدأ بالتناقص مجددا مع عام 2011، أما مصطلح التكنولوجيا الحديثة فلم يلاحظ اختفاء استخدامه على مدار سنوات هذه الفترة وشهد بعض التذبذب إلا أنه حافظ على المراتب الأولى وشهد أكبر استخدام له سنتي 2007، 2010.

مع بداية الفترة الثالثة سنة 2012 ظهر مصطلحان جديدا وهما افتراضي، الشبكات الاجتماعية، وتعتبر من السنوات التي انجزت فيها الكثير من بحوث الاعلام الجديد في الجزائر، ولوحظ في هذه السنة استخدام كل المصطلحات السابقة مع تفوق لمصطلح الإلكتروني الذي حافظ على الصدارة في هذه السنة أيضا، كما شهدت بلوغ أغلب المصطلحات ذروتها في الاستخدام، أما سنة 2013 فقد شهدت انخفاضا كبيرا في استخدام هذه المصطلحات الراجع بالأساس إلى انخفاض عدد البحوث المهمة بالإعلام الجديد، وشهدت سنة 2014 اختفاء العديد من المصطلحات (التكنولوجيا الحديثة، افتراضي، إعلام جديد...) في مقابل ارتفاع كبير لاستخدام مصطلح الشبكات الاجتماعية الذي حل أولا تلاه كل من الأنترنت والإلكتروني، اللذان أخذوا في الازدياد في سنة 2015 ليحتل مصطلح الإلكتروني الصدارة وبعده مصطلح الأنترنت في حين حافظ مصطلح الشبكات الاجتماعية على ثباته، وعاود مصطلح الافتراضي وتكنولوجيا الإعلام بالظهور في هذه السنة، وشهدت سنة 2016 انخفاض محسوس في عدد البحوث، واحتل مصطلح

الشبكات الاجتماعية الصادرة، يليها الإلكتروني في حين تفوق مصطلح التكنولوجيا الحديثة على الانترنت الذي عرف تراجعاً في هذه السنة، أما سنة 2017 فقد عرفت تزايد كبير في استخدام الشبكات الاجتماعية ثم الإلكتروني، وارتفع استخدام الانترنت مقابل تراجع واضح لاستخدام مصطلح التكنولوجيا الحديثة، كما أخذ مصطلح الإعلام الجديد بالازدياد أيضاً لكن بنسبة أقل وشهدت هذه الفترة اختفاء مصطلح رقمي من عناوين البحوث في السنوات الثلاث الأخيرة.

وتشير الدراسة إلى أن هيمنة هذه المصطلحات في هذه الفترة (2001-2017) لا يعني أبداً احتفاظها بهيمنتها في السنوات القادمة بل العكس وهذا ما أثبتته الدراسة خلال أطرافها الزمني أثبتت أن لكل فترة مصطلحات تهيمن وأخرى تختفي، وأخرى جديدة تظهر وهكذا، ولعل الأسباب التي قد تفسر هيمنة هذه المصطلحات هي أنها من بين الكلمات الشائعة الاستخدام من قبل الجمهور العام والصحافة الشعبية للتمييز بين الوسائط الجديدة والتقليدية، وبالتالي فإنه يتعين على الباحثين استخدام مصطلحات مفهومة ومتداولة عند القيام بأبحاثهم، فمثلاً هيمن مصطلح الانترنت والتكنولوجيا الحديثة على أغلب البحوث في الفترة الأولى ثم في الفترة الثانية هيمن مصطلح الإلكتروني على أغلب عناوين البحوث الذي ظهر سنة 2003 مع بقاء استخدام المصطلحات السابقة وظهور أخرى لم تكن في الفترة السابقة مثل رقمي، ثم في فترة لاحقة ظهرت العديد من المصطلحات وهيمنت في الأخير الشبكات الاجتماعية على عناوين البحوث متجاوزة كل المصطلحات في وتيرة الاستخدام، وتراجع استخدام تكنولوجيا الحديثة التي ظهرت أولاً وباستمرار شبه تام خلال الإطار الزمني الكلي للدراسة، ومرد ذلك أن لكل فترة مستجداتها ومتطلباتها ومخرجاتها التي تستوجب الدراسة والاهتمام. ولعل توجه الباحثين إلى استخدام مصطلح التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال هو ميلهم نحو الاتجاه الفرنكوفوني الذي يفضل استخدام هذا المصطلح للتعبير عن كل ما هو جديد في هذا المجال في حين يفضل الاتجاه الانجلوسكسوني استخدام مصطلح الإعلام الجديد وهذا ما نلمسه جلياً في الدراسات السابقة المنتمية لهذا الاتجاه.

2. التصنيف الموضوعاتي لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر:

سنعتمد في الكشف عن التوجهات الموضوعاتية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017) على تصنيفات 3 وهي: تصنيف "كيم وويفر"، التصنيف وفق عناصر العملية الاتصالية، التصنيف وفق أنواع الإعلام الجديد، ليحظى هذا العنصر بنوع من الإحاطة والالمام.

1.2. التصنيف وفق تقسيم كيم وويفر:

قدم كل من "كيم وويفر" تقسيما لبحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة يضم 12 فئة تغطي أغلب المواضيع التي يمكن للباحث ان يدرسها في هذا المجال وهذه الفئات هي:

- **قضايا القانون والتشريعات بشكل عام** (الوضع القانوني والتنظيمي للإنترنت والآثار المترتبة عليه، قضايا الإنترنت وحقوق التأليف والنشر أو حقوق الملكية الفكرية، المواد الإباحية والقمار والقرصنة واللوائح، مشكلات الخصوصية بشكل عام، سياسة التسعير بشكل عام...)

- **استخدامات وتصورات الانترنت** (استخدام الناس "بما في ذلك الصحفيون والباحثون" هذه التكنولوجيات وتصوراتهم، تبني أو نشر الإنترنت والتنبؤ بالمتغيرات، استخدام الوسائط التقليدية للإنترنت، مجموعات المستخدمين والتفاعل، جمع المعلومات والإنترنت وإدارتها وإيصالها)

- **القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية** (الإعلان أو التسويق عبر الإنترنت، التجارة الإلكترونية، الكفاءة الاقتصادية أو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وقضايا الأعمال، النشر لا سيما الصحف أو قضايا الصناعة أو السوق...)

- **القضايا السياسية والديمقراطية والتنمية** (تأثير الإنترنت على المشاركة السياسية أو الديمقراطية، تأثير الإنترنت على الأنشطة الحكومية، وخاصة الانتخابات الرئاسية، قضايا التنمية المجتمعية أو الوطنية، قضايا حرية التعبير....)

- **القضايا الثقافية والاجتماعية** (ثقافة جديدة جلبتها الإنترنت، قضايا الجنس والأسرة والنشاط الديني، القضايا الأخلاقية بشكل عام، قضايا الإنترنت والصحة بشكل عام...)

- آثار الإنترنت على الأفراد والمنظمات (تأثير الإنترنت على العلاقات الشخصية أو المنظمات، تأثير الإنترنت على بيئات العمل...)
- القضايا التقنية بشكل عام (التطبيقات التقنية بشكل عام، مشاكل الإنترنت، المعايير الدولية للتكنولوجيا...)
- التطبيقات التعليمية (التعليم عن بعد، دمج موارد الإنترنت في المناهج، التطبيقات التعليمية.
- قضايا تاريخية وفلسفية
- تقييم المواقع الإلكترونية (دراسة وتحليل محتوى المواقع الإلكترونية المختلفة)
- قضايا حول أبحاث الانترنت، وقضايا أخرى (Kim and Weaver, 2002,10,11)

جدول رقم 03 : الاهتمام الموضوعاتي لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر الخاص بكل

فترة من فترات الدراسة، وفق تقسيم "كيم وويفر"

المواضيع	الفترة الأولى		الفترة الثانية		الفترة الثالثة	
	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
قضايا القانون والتشريعات بشكل عام	03	17.64	04	5.06	08	5.09
استخدامات وتصورات الانترنت	03	17.64	21	26.58	36	22.93
القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية	01	5.88	05	6.32	10	6.36
القضايا السياسية والديمقراطية والتنمية	02	11.76	03	3.80	12	7.64
القضايا الثقافية والاجتماعية	02	11.76	10	12.65	22	14.01
قضايا تاريخية وفلسفية	01	5.88	02	2.53	05	3.18
تأثيرات الانترنت على الافراد أو المنظمات	02	11.76	18	22.78	34	21.65
القضايا التقنية بشكل عام	00	00	05	6.32	09	5.73
التطبيقات التعليمية	00	00	04	5.06	04	2.54
تحليل المواقع الالكترونية	02	11.76	05	6.32	13	8.28
قضايا حول أبحاث الانترنت	00	00	00	00	00	00
قضايا أخرى	01	5.88	02	2.52	04	2.52
المجموع	17	100%	79	100%	157	100%

المصدر: إعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه الاهتمام الموضوعاتي لبحوث الاعلام الجديد في الجزائر الخاص بكل فترة من فترات الدراسة، وفق تقسيم كيم وويفر وأظهرت النتائج ما يلي:

- الفترة الأولى (2001-2005): اهتمت البحوث في هذه الفترة بدراسة كل من القضايا المتعلقة بالقانون والتشريعات بشكل عام، واستخدامات ومستخدمي الانترنت وتصوراتهم حولها بنسبة 17.64% لكل منهما، يليها الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والثقافية، السياسية والديمقراطية وكذا

تأثيرات الانترنت على الافراد والمنظمات، وتقييم المواقع بنسبة 11.76% لكل منهم، واخيرا القضايا الاقتصادية والاعلانية، التاريخية والفلسفية ب 5.88%

- **الفترة الثانية (2006-2011):** اهتمت البحوث في هذه الفترة بدراسة استخدامات ومستخدمي الانترنت وتصوراتهم حولها بنسبة 58.26%، يليها الاهتمام بدراسة تأثيراتها على الافراد و/او المنظمات بنسبة 22.78%، ثم جاء الاهتمام بالقضايا الثقافية والاجتماعية ب 12.65%، وحل رابعا كل من القضايا التقنية الخاصة بالوسيلة بشكل عام، تقييم المواقع، القضايا الاقتصادية والاعلانية بنسبة 6.32%، بعدها جاءت كل من القضايا الخاصة بالقانون والتشريعات بشكل عام وكذا التطبيقات التعليمية بنسبة 5.06%، وأخيرا جاءت القضايا التاريخية والفلسفية (5.06%).

- **الفترة الثالثة (2012-2017):** اهتمت بحوث هذه الفترة بدراسة استخدامات ومستخدمي الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة وتصوراتهم حولها بنسبة 67.15%، يليها دراسة تأثيراتها على الافراد و/او المنظمات (56.19%)، ثم جاء الاهتمام بالقضايا الثقافية والاجتماعية (38.4%)، ثم قضايا القانون والتشريعات بشكل عام وتقييم المواقع (27% لكل منهما)، يليهم الاهتمام بدراسة القضايا الاقتصادية والاعلانية (18,5%)، ثم القضايا التقنية (12%)، التاريخية والفلسفية (11%)، واخيرا الاهتمام بدراسة التطبيقات التعليمية (7.6%).

- المقارنة بين الفترات الثلاث:

لم يكن الاهتمام الموضوعاتي نفسه في الفترات الثلاث فقد ركزت البحوث في بداية الأمر على القضايا المتعلقة بالقانون والتشريعات بشكل عام والتي لم تلقى اهتماما كبيرا من قبل الباحثين في المرحلة الثانية بل تذيلت ترتيب القائمة، أما الاهتمام بدراسة استخدامات الانترنت فقد برز كموضوع بحثي منذ الفترة الاولى واخذ الاهتمام به بالتزايد على طول المراحل الثلاث متصدرا قائمة الاهتمامات وهو الحال أيضا بالنسبة لموضوع تأثيرات الانترنت على الأفراد والمنظمات، وكذا القضايا الثقافية والاجتماعية، في حين ظهرت بؤادر الاهتمام بدراسة القضايا التقنية بشكل عام والتطبيقات التعليمية في الفترة الثانية والثالثة، هذا الاهتمام كان غائبا تماما في الفترة الأولى، ويتوافق هذا التوجه الموضوعاتي لبحوث الاعلام الجديد في الجزائر مع التوجه الموضوعاتي

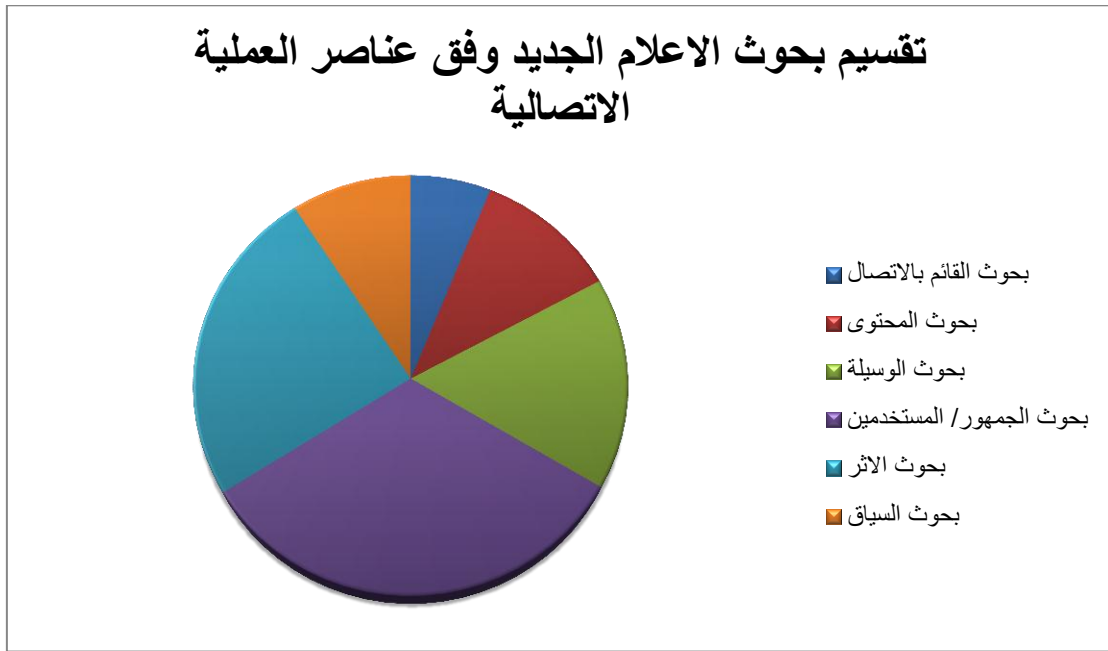
لبحوث الإعلام الجديد في المنطقة العربية وفقا لما توصلت اليه دراسة ايناس(2015)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء رغبة الباحثين في التعرف على الاستخدامات المختلفة لتلك الوسيلة الجديدة وإشباعاتها من ناحية، وميل الباحثين لدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل مكثف في الدراسات الإعلامية العربية بشكل عام. كما أن الاهتمام بالجانب الثقافي والاجتماعي قد يرجع لكون الكثير من الباحثين ينظرون الى الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة على أنها دخيلة على المجتمع وعلى ثقافته وهويته وتشكل تهديدا له، فتظهر لديهم الرغبة في دراسة هذا الوافد الجديد وتغلغله داخل المجتمع والثقافة وتبعات ذلك.

2-2-التصنيف وفق عناصر العملية الاتصالية:

يمكن تمثيل العملية الاتصالية وفق مخطط يضم عناصرها الأساسية المعروفة وهي: المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، الأثر والسياق، إلا أن الاتصال في الواقع يبدو أكثر تعقيدا فالعملية الاتصالية ليست معزولة إذ تندمج في مجموع الأنشطة الإنسانية والاجتماعية، بالإضافة إلى أنها لا تكون خطية دائما لأن إشارة المحيط يمكن أن تتدخل في أي وقت (Laramée and Vallée,2001/2009,82)

وستحاول هذه الدراسة تقسيم بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (2001-2017) وفقا للعناصر السابق ذكرها رغم أنه في الإعلام الجديد قد تدوب الفوارق بين المرسل والمتلقي فيصبح المرسل متلقيا والمتلقي مرسلا، إلا أنه في رأينا هذا التقسيم سيساعد في توضيح التوجهات العامة لهذه البحوث.

الشكل رقم 05 : تقسيم بحوث الإعلام الجديد وفق عناصر العملية الاتصالية



المصدر: إعداد الباحثة

يتضح من خلال الشكل في الأعلى اهتمام بحوث الإعلام الجديد في الجزائر بدراسة الجمهور/المستخدمين فقد تصدرت الترتيب بنسبة 33% وحاولت معرفة درجة تعرض الجمهور للإنترنت وما يتعلق بها من وسائل حديثة، واستخدامهم لها وأهم الإشباعات المحققة من ذلك، في حين احتلت بحوث تأثير الإعلام الجديد الترتيب الثاني بنسبة 25% وهدفت إلى التعرف على مختلف التأثيرات التي يمكن أن يحدثها التعرض للإنترنت ومختلف الوسائط الإعلامية الجديدة، وجاء الاهتمام بدراسة الوسيلة الاعلامية ثالثا (16%) إذ اهتمت البحوث في البداية بدراسة الانترنت وتكنولوجيا الاعلام والاتصال ثم في مرحلة لاحقة اهتمت بدراسة الصحافة الالكترونية الهاتف النقال... ، الاذاعة الرقمية، التلفزيون الرقمي..، ثم جاءت بعد ذلك البحوث المهمة بالإنتاج الإعلامي أو المحتوى في مجال الإعلام الجديد (11%) بتحليل محتوى الصحافة الالكترونية، البرامج التلفزيونية، المدونات، الشبكات اجتماعية.. أو باستخدام التحليل السيميائي أو الدلالي لمواقع مختلفة.. بعدها جاءت البحوث المهمة بدراسة السياق (9%) الذي تمت فيه العملية الاتصالية أي البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والتشريعية التي يتم فيها

إعداد وتوزيع الرسائل الإعلامية والتعرض لمضامينها، والتفاعل معها، وأخيرا جاءت بحوث القائم بالاتصال (6%) التي اهتمت بدراسة الصحفيين، المدونين....

ونستعرض فيما يلي انواع هذه البحوث في كل فترة بشيء من التفصيل:

- **الفترة الأولى (2001-2005):** اهتمت البحوث في هذه الفترة بدراسة عنصر الوسيلة بنسبة 37.5% وركزت تحديدا على تكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة عامة ثم الأنترنت بصفة خاصة، وجاءت ثانيا كل من البحوث التي اهتمت بدراسات السياق الذي تمت فيه العملية الاتصالية خصوصا ما تعلق بالجانب الاجتماعي، والبحوث التي اهتمت بدراسة الجمهور/ المستخدمين التي ركزت على دراسة عادات وانماط استخدام الانترنت/التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال والاشباعات المحققة من هذا الاستخدام، وكانت الفئة المستهدفة فئة الشباب الجزائري بصفة عامة، فئة النخبة الجامعية، وهذا بنسبة 18,75% لكل منهما، بعدها جاءت كل من البحوث المهمة بدراسة التأثير التي ركزت على تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي، وكذا تأثيرها على الاتصال في أوساط الشباب، والبحوث المهمة بدراسة المحتوى التي ركزت على تحليل محتوى المواقع الاسلامية وبيد القراء بنسبة 12.5% لكل منهما، في حين لم تهتم بحوث الاعلام الجديد في هذه الفترة بدراسة القائم بالاتصال.

- **الفترة الثانية (2006-2011):** جاءت بحوث الجمهور/ المستخدمين اولا بنسبة 30% وركزت على دراسة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال، الانترنت، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، الصحافة الالكترونية، المدونات، مواقع الكترونية متنوعة (مواقع فضائيات اخبارية، مواقع عربية،...)، وأهم الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام، كما ركزت في هذا السياق بعض البحوث على معرفة اتجاهات الجمهور نحو هذا الاستخدام، وعموما ركزت هذه البحوث على فئات مختلفة من المجتمع الجزائري شملت المعلمين، التلاميذ، الصحفيين، الطلبة الجامعيين، الشباب بصفة عامة، الاطفال، الباحثين الجزائريين، (تجدر الاشارة هنا ان بعض البحوث لم تذكر الفئة المستهدفة من البحث في عناوين بحوثها ما يصعب تحديدها)، كما اهتمت بدراسة استخدامات هذه الوسائل الجديدة في مختلف المؤسسات (التعليمية، الجامعية، المؤسسات الاعلامية كصحف والتلفزيون، مؤسسات اقتصادية...)

واهتمت بحوث الاعلام الجديد في هذه الفترة أيضا وبنسبة قريبة من البحوث السابقة (27.4%) ببحوث التأثير التي ركزت على دراسات مختلف التأثيرات التي تحدثها وسائط وتطبيقات الاعلام الجديد المتنوعة على الافراد أو المؤسسات، ومن اهم التأثيرات التي حاولت دراستها نجد التأثير: على الوعي السياسي، على الجانب النفسي والاجتماعي، على الاتصال الشخصي والجماعي على الهوية، على المؤسسات الاعلامية من صحف واذاعة، وكالة الانباء، على الاداء الاعلامي للصحفيين، على المكتبة، على الاتجاهات، على الطفل.....، تلتها البحوث المهمة بدراسة الوسيلة بنسبة 21.9% وركزت خصوصا على دراسة الصحافة الالكترونية واقعها ومستقبلها في الجزائر، التليفزيون الرقمي المشروع والواقع، التطبيقات الاتصالية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الانترنت... وغيرها، تلتها البحوث التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال التي ركزت على دراسة الاعلاميين الجزائريين من صحفيين في الصحف الجزائرية أو القائمين على الاذاعة أو التلفزيون المدونين الجزائريين بنسبة 8.2% وبنفس النسبة ايضا جاءت البحوث التي اهتمت بدراسة السياق خصوصا ما تعلق بالسياق القانوني والتشريعي الخاص بالتنظيم القانوني للانترنت، والأمن المعلوماتي والحماية القانونية عبرها، والسياق التكنولوجي والاقتصادي، وأخيرا جاءت البحوث التي اهتمت بالمحتوى بنسبة ضعيفة بلغت 5.4% وركزت على دراسة محتوى بعض الصحف الالكترونية العربية، ودراسة محتوى بعض المواقع الالكترونية العربية في حين لم تهتم أي دراسة بدراسة الصحف أو المواقع الالكترونية الجزائرية.

- **الفترة الثالثة (2012-2017):** كان الاهتمام البحثي في هذه الفترة منصبا أكثر على بحوث الجمهور/المستخدمين بنسبة 35.5% وركزت اضافة الى دراسة استخدامات تكنولوجيا الاعلام والاتصال (التي عرفت تراجعا في هذه الفترة) في الاذاعة، في المؤسسات الاقتصادية والخدماتية في التعليم العالي...، وركزت بشكل اكبر على دراسة استخدام: الانترنت، الصحافة الالكترونية المدونات، مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا شبكة الفايبيوك.....، من طرف فئات اجتماعية مختلفة وكانت الفئات الاكثر دراسة هي: فئة الطلبة الجامعيين، الصحفيين في مختلف وسائل الاعلام المكتوبة والسمعية والسمعية البصرية، مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، المراهقين والمراهقات، الشباب بصفة عامة، الاساتذة الجامعيين، الاطفال، السياسيين...، وتلت هذه البحوث

الاهتمام بدراسة التأثير بنسبة 25.4% واهتمت بدراسة اثر الانترنت على مستويات عدة مثل: اثرها في نشر الجريمة في الوسط الطلابي، تأثيرها على الحريات الفردية والعامّة، على القيم الدينية والثقافية، على سلوكيات الطفل على استخدام الوسائل التقليدية...، واهتمت أيضا بدراسة اثر التكنولوجيات الحديثة على الصحف الورقية، تأثير الشبكات الاجتماعية على الحراك السياسي على الفضائيات، على تطور حرية الرأي والتعبير في الجزائر، على العلاقات الاجتماعية، على الهوية الافتراضية... وغيرها، وجاءت بحوث المحتوى ثالثا بنسبة 13,4% واهتمت بدراسة محتوى المواقع الاخبارية العربية، المواقع الالكترونية، محتوى المدونات الجزائرية والعربية، كما اهتمت هذه البحوث بدراسة المحتوى وفق التحليل السيميولوجي وركزت على الالعاب الالكترونية، دلالات الخطاب الديني، الخطاب اللغوي والبصري في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك بشكل خاص)، أما البحوث التي اهتمت بدراسة الوسيلة وتطبيقاتها فجاءت بنسبة 10.9% وركزت على دراسة الانترنت بشكل عام، الصحافة الالكترونية، الهاتف النقال، الشبكات الاجتماعية...، تلتها بحوث السياق بنسبة 8.7% واخيرا جاءت بحوث القائم بالاتصال بنسبة 5.8% التي ركزت على دراسة المدونين الجزائريين، الصحفيين الجزائريين العاملين في مختلف وسائل الاعلام المكتوبة والسمعية والسمعية البصرية.

- المقارنة بين الفترات الثلاث:

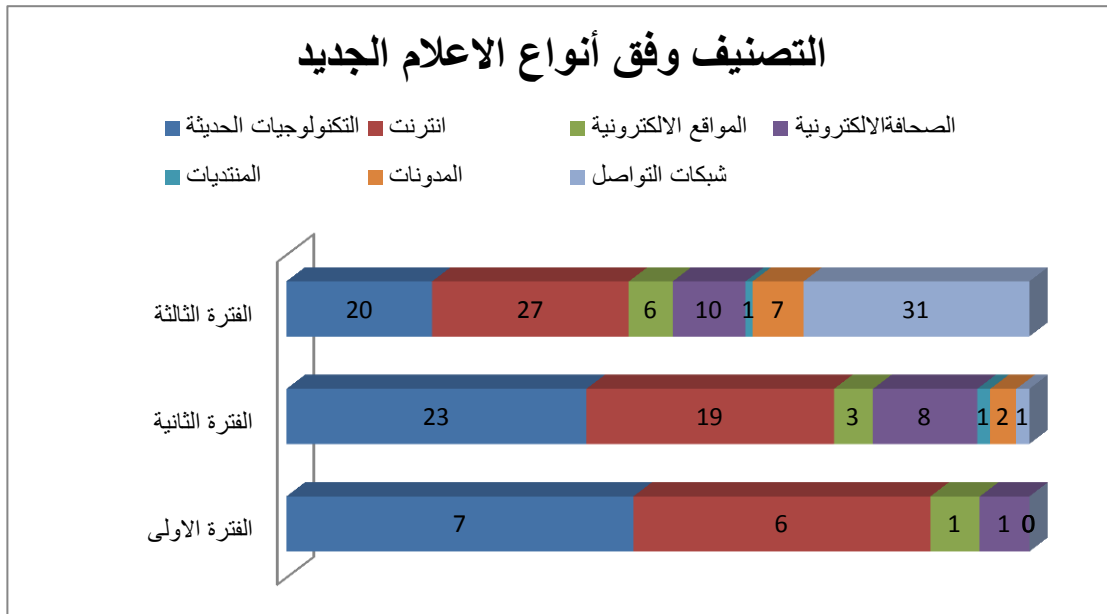
الملاحظ من خلال العرض السابق للاهتمامات البحثية لكل مرحلة هو تباين هذه الاهتمامات ففي البدايات الاولى اهتمت البحوث بالوسيلة والسياق ثم بالاستخدام والتأثير بدرجة اقل وهذا راجع بالأساس الى ان تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بصفة عامة والانترنت بشكل خاص مستحدثات ووسائل جديدة ينبغي التعرف عليها وعلى مميزاتها وما توفره او تمتاز به بالمقارنة بما كان متواجدا قبلها، والاهتمام بالسياق العام الذي تتم فيه العملية الاتصالية بالوسيلة الجديدة، ثم في فترة لاحقة ظهر الاهتمام بشكل أكبر باستخدامات ومستخدمي هذه الوسائل وما للتأثيرات التي قد تحدثها بشكل عام، وهو ما نلاحظه جليا في بحوث الاعلام الجديد في الجزائر في الفترتين الثانية والثالثة، وهو توجه منطقي للبحوث فبعد التعرف على الوسيلة ومميزاتها يأتي الدور على من يستخدمها وكيف يستخدمها وماهي تأثيراتها...، الا ان بحوث الوسيلة لم تختفي في

هذه الفترات ويعزى ذلك الى التطور الدائم والمستمر في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال فبعدها كان الاهتمام في الفترة الاولى بالانترنت، البريد الالكتروني، المواقع الالكترونية، انتقل الاهتمام بالإضافة الى ما تم ذكره الى الصحافة الالكترونية، المدونات، المنتديات، وبظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في الفترة الثالثة اتجهت انظار الباحثين نحو هذه الشبكات وبالتالي انتقل الاهتمام بما يعرف بالواب 1.0 إلى الواب 2.0. وهذا ما تم توضيحه سابقا بالاعتماد على النموذج التطوري لدومينيك وويمر الذي يشرح تطور بحوث الانترنت وما يتعلق بها من وسائل حديثة، كما انتقل الاهتمام من الوسيلة في المرحلتين الأولى والثانية إلى الاهتمام بالمحتوى في المرحلة الثالثة فزوجت البحوث بين تحليل المحتوى التقليدي والتحليل السيميولوجي.

2-3- التصنيف وفق أنواع الإعلام الجديد:

ركزت بحوث الإعلام الجديد في الجزائر في مجملها على دراسة الانترنت بنسبة 27.08% ثم تليها البحوث المهمة بدراسة تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بنسبة 26.04% ، بعدها جاءت البحوث التي اهتمت بمختلف الشبكات الاجتماعية 16.66% خاصة الفايسبوك وجاء رابعا البحوث المهمة بالصحافة الالكترونية 9.8% واخيرا البحوث المهمة بالمدونات 4.9% والمنتديات 1.04% الا ان الملاحظ على هذا الاهتمام البحثي الاختلاف والتنوع في كل فترة وفق الشكل الآتي:

الشكل رقم 06 : تصنيف بحوث الإعلام الجديد وفق أنواع الإعلام الجديد



المصدر: إعداد الباحثة

استنادا إلى الشكل أعلاه نجد أن الفترة الأولى لبحوث الاعلام الجديد في الجزائر ركزت على دراسة كل من تكنولوجيا الاعلام والاتصال والانترنت من حيث السياق، الاستخدام والتأثير في حين اهتم بحث واحد فقط بدراسة المواقع الالكترونية وبحث اخر درس يومية الكترونية عبر الانترنت، وغاب تماما الاهتمام بكل من المدونات، المنتديات، شبكات التواصل الاجتماعي، أما الفترة الثانية (2006-2011) فاهتمت هي الاخرى بدراسة تكنولوجيا الاعلام والاتصال والانترنت بصفة اكبر يليها الاهتمام بدراسة الصحافة الالكترونية ثم المواقع الالكترونية بنسب اقل، وظهرت في هذه الفترة بوادر الاهتمام بدراسة المنتديات، المدونات، الشبكات الاجتماعية، فظهرت أول دراسة اهتمت بمنتديات المحادثة والدرشة الالكترونية سنة 2008 وركزت على دراسة دوافع الاستخدام وانعكاساتها على الفرد والمجتمع، أما المدونات الالكترونية فظهرت اولى البحوث سنة 2009 وكانت مهتمة بدراسة المدونات العربية بصفة عامة في حين ظهرت اول دراسة اهتمت بالمدونات الجزائرية سنة 2010، يشار الى ان كل البحوث السابقة هي من درجة الماجستير، أما الفترة الثالثة (2012-2017) فشهدت هي الاخرى تنوعا في البحوث والملاحظ في هذه الفترة بعض التراجع في الاهتمام بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، يقابلها اهتمام كبير خصوصا في السنوات الأخيرة من زمن هذه الفترة بالشبكات الاجتماعية بشكل عام والفايسبوك بشكل خاص

واهتم بحث واحد فقط من درجة الدكتوراه بدراسة شبكة التويتر، في حين لازلت الأنترنت تلقى اهتماما من طرف الباحثين إذ حلت ثانيا بعد الشبكات الاجتماعية تلاهم الاهتمام بالصحافة الالكترونية، المدونات، المواقع الالكترونية وأخيرا المنتديات التي لم تحظى بالاهتمام في هذه الفترة (بحث واحد فقط من درجة دكتوراه).

إن أغلب الدراسات التي اهتمت بدراستها في بداية هذه الفترة (خصوصا سنة 2012) هي رسائل ماجستير التي تنتمي الى تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال هذا ما يفسر الاهتمام الكبير بها، في مرحلة لاحقة خصوصا من 2015 تميزت اغلب البحوث المهمة بالتكنولوجيا بكونها بحثا من درجة الدكتوراه ولعل مرد ذلك هو السنوات الطويلة (قد تمتد لتصل إلى عشر سنوات أو أكثر في بعض الأحيان) التي يقضيها طالب الدكتوراه (خصوصا دكتوراه علوم) في إنجاز بحثه بعد اختياره النهائي لموضوع البحث.

رغم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة بين 2005 و 2007 إلا أن بحوث الإعلام الجديد في الجزائر لم تساير هذه التطورات وبقيت مهتمة بدراسة الواب 1.0 إلى غاية الفترة الثالثة أي مع بداية 2012 مع وجود بعض البوادر (2008-2009) بظهور أول دراسة اهتمت بالمنتديات والمدونات ولعل مرد ذلك هو التأخر النسبي في استخدام وانتشار تطبيقات الواب 2.0 وخصوصا شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري وهذا بسبب التأخر التكنولوجي بشكل عام (التأخر في دخول الانترنت والتأخر في استخدامها وإتاحتها لكل أفراد المجتمع، التأخر في التحكم في مختلف التكنولوجيات المتاحة والتطبيقات الجديدة.... وغيرها من العوامل).

والواضح من تحليل البحوث السابقة أن الإعلام الجديد بتكنولوجيا حديثة هو النوع الأكثر تداولاً في بحوث الإعلام الجديدة والذي يلقي اهتماماً كبيراً من طرف الباحثين الجدد في هذا المجال وذلك لطبيعة التكنولوجيات الحديثة وتطبيقات الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت بشكل بارز داخل المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة.

الفصل الثاني

نور حبيب محمود العينة

توصيف بحوث العينة من حيث الشكل و المضمون:

لقد تم التطرق في الفصل الأول من القسم التطبيقي لهذه الدراسة إلى بحوث الإعلام الجديد في الجزائر بصفة عامة تلك المكونة لمجتمع البحث، وحاولنا التعرف على أهم توجهاتها الموضوعاتية، وتطورها خلال الإطار الزمني للدراسة، ونحاول في هذا الفصل الثاني التعرف بقليل من التفصيل على طبيعة بحوث الإعلام الجديد في الجزائر عينة الدراسة - السابق ذكرها بالتفصيل في الإطار المنهجي لهذه الدراسة-، وهذا من خلال توصيف هذه البحوث من ناحية الشكل والمضمون، كما توضحه الجداول الآتية:

جدول رقم 04 : توصيف البحث رقم (01)

عنوان البحث		توصيف البحث	
الإعلام الاسلامي الالكتروني المعاصر-دراسة وصفية لثلاثة وأربعون موقعا اسلاميا على شبكة الانترنت-		(01)	
علوم الاعلام والاتصال	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2004/2003	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
272 صفحة منها 28 صفحة للجانب المنهجي والمداخل النظرية للدراسة و210 صفحة للجانب التوثيقي و29صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
تمحورت مشكلة الدراسة حول الاسلام وصورته التي اصبحت مقرونة بكل ما هو ارهابي وهمجي خصوصا بعد احداث 11 سبتمبر 2001 التي صنعتها وسائل الاعلام الغربية، وعليه فقد توجب على الدعاة المسلمين والاعلاميين أن يستخدموا وسائل الاعلام و خصوصا الانترنت لتبيان حقيقة هذا الدين من خلال مختلف المواقع الالكترونية، وسعت هذه الدراسة الى الاطلاع على واقع المواقع الاسلامية الالكترونية باللغتين العربية والفرنسية في خضم الازمات الراهنة بغية التعرف على المضامين التي تقدمها وواجه التشابه والاختلاف بينها		مشكلة الدراسة وأهدافها	
		من حيث الشكل	
		من حيث المضمون (المحتوى)	

<p>لم تستند الدراسة على أي نظرية</p>	<p>المداخل النظرية</p>
<p>نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون.</p>	<p>نوع الدراسة المنهج / الأدوات</p>
<p>مجتمع البحث كان مواقع الواب الاسلامية باللغتين العربية والفرنسية البالغ عددها 856موقعا (760 باللغة العربية و96 باللغة الفرنسية)، أما عينة البحث فكانت عينة عشوائية طبقية منتظمة ضمت 43موقعا ما نسبته 5% من مجتمع البحث (38باللغة العربية و5 باللغة الفرنسية)</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-تبرز المواقع الالكترونية الاسلامية وعيا بالتحديات التي تواجه الاسلام والمسلمين لذا تقدم مضامين خاصة بوجهة نظر الاسلام وعلمائه ومفكره حول مختلف القضايا التي يشكل الاسلام محورا فيها. -تهتم المواقع باللغة العربية بالدرجة الاولى بالجانب العلمي والتعليمي وذلك للتعريف بالإسلام ولمواجهة التحريف والتشويه، ثم تهتم بالاتصال والخدمات العامة، أما المواقع باللغة الفرنسية فتهتم بجانب الاتصال والخدمات العامة أولا باعتبارها تسعى الى جمع المسلمين الناطقين باللغة الفرنسية في فضاءات قد لا تتسنى لهم في واقعهم الطبيعي. وجاء الاهتمام بالجانب الاخباري، التثقيفي، الترفيهي والاعلاني والتنشئة الاجتماعية أخيرا في كل المواقع الاسلامية وبنسب قليلة رغم أهمية هذه الوظائف في اي وسيلة اعلامية.</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 05 : توصيف البحث رقم (02)

عنوان البحث			توصيف البحث	
الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال			(02)	
دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيارت (صيف 2004)				
علوم الاعلام والاتصال	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2005/2004	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة	
250 صفحة منها 53 صفحة للجانب المنهجي و 96 صفحة للجانب التوثيقي و 83 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة			حجم البحث	من حيث المضمون (المحتوى)
تمحورت مشكلة الدراسة حول الاتصال في أوساط الشباب في ظل ظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي فتحت فضاءات عدة وجديدة أمام هذه الشريحة المولعة بكل ما هو جديد وسعت هذه الدراسة الى التعرف على ماهية الاتصال في أوساط الشباب وعلى أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على هذا الاتصال و معرفة توجهات الشباب وتفاعلهم مع الوسيلة الاتصالية المعتمدة لديهم و مدى استخدام الشباب للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال خاصة الإنترنت			مشكلة الدراسة وأهدافها	
لم تستند الدراسة الى أي نظرية			المداخل النظرية	
نوع الدراسة: ميدانية استطلاعية وتحليلية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فهي: الملاحظة، المقابلة، استمارة الاستبيان.			نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث كان شباب ولاية تيارت، أما عينة البحث فكانت عينة قصدية شملت 160 شابا (ما بين 15-25 سنة)			مجتمع / عينة البحث	
الاتصال في أوساط الشباب لا ينحصر فقط في التعريف الذي منحه إياه قطاع الشباب، بل إنه يتعدى ذلك، وهو لا ينحصر في الشبكة الوطنية للإعلام والاتصال ولا في تحديده على أنه اتصال اجتماعي يقوم على تحسيس وتوعية الشباب بالآفات الاجتماعية، وما ينجر عن ذلك من			أهم النتائج	

<p>مخاطر اجتماعية، وغيرها، أو في جانب تقديم المعلومة فقط، وفتح مجال للتحاور بين الشباب بل يدخل في إطار الاتصال الشخصي القائم على التبادل الشخصي للمعلومات، وكذا تبادل الأفكار والخبرات التي تتم بين الأشخاص يربط علاقة أولية بسيطة بين المرسل والمستقبل، كما يمكن اعتبار أيضا الاتصال في أوساط الشباب، الاتصال الذي يحدد ضمن الجماعات الصغيرة مثل جماعة الأصدقاء التي يشكلها الشباب ويتميز بكونه تفاعلي</p> <p>- يعتبر الشباب الاتصال في أوساط الشباب بأنه وسيلة لتبادل الآراء والمعلومات، مع ضمان التفاعل بين هذه الفئة الشبانية، كما يربط هذا النوع من الاتصال باعتماد وسيلة الإنترنت في ضمان الاتصال الدائم</p> <p>- ان معظم الشباب يعتمد على الإنترنت للحصول على المعلومات التي تهتمه باعتبار أن هذه الوسيلة توفر المعلومات في مختلف المجالات وعلى مختلف الأشكال، وهي تعتبر لدى الشباب الوسيلة الأساسية لإشباع حاجتهم الإعلامية، واتضح أيضا أن أكثر الخدمات اعتمادا لدى الشباب هي البريد الإلكتروني لأنه يسهل الحصول على أخبار الأصدقاء دون بذل جهد</p>		
---	--	--

جدول رقم 06: توصيف البحث رقم (03)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(03)		الاعلان عبر الانترنت	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	اعلام واتصال
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	346 صفحة منها 30 صفحة للجانب المنهجي و285 صفحة للجانب التوثيقي و14 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	تعتبر الأنترنت أهم سمات المجتمع الجديد، التي سمحت بإتاحة البيانات وتقديم تشكيلة فريدة من الخدمات، واختصرت كل وسائل الاتصال السابقة من تلفزيون، وصحف، ورايو، وهاتف، و بريد في أداة واحدة، مما جعلها مستقطبة من قبل العديد من المختصين في مجالات مختلفة من العلوم بالإضافة إلى المتعاملين السياسيين و الاقتصاديين ، والأشخاص الطبيعيين ، والمعنويين كما لفتت انتباه رجالات التسويق أيضا، لتشكل لهم أداة ترويجية جديدة لا يمكن إغفالها فظهر نمط جديد من الاعلان وهو الاعلان عبر الانترنت من هنا هدفت الدراسة إلى محاولة الكشف عن خصائص الأنترنت، باعتبارها وسيلة اتصالية حديثة ، هي الآن واقعا يتعامل معه الجميع ، لإبراز مكانتها مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى ، التي ما فتئت تبدو تقليدية أمام ميزاتها .مع محاولة التعرف على كيفية ممارسة النشاط الإعلاني من خلالها	
	المداخل النظرية	/	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: مكتبية وصفية تحليلية، المنهج المتبع كان منهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على أدوات مكتبية تتمثل في المراجع والمصادر ...وأدوات تطبيقية تتمثل في المقابلة	
	مجتمع وعينة البحث	/	

- تطور الإعلان بتطور الوسائل الإعلانية التي احتضنته ؛ فأخذ أشكالاً مختلفة من المناداة ، إلى الكتابة ، إلى البث السمعي و المرئي ، إلى الملصقات و النشرات ، إلى الإذاعة و التلفزيون ، ثم إلى الوسائل الرقمية بما فيها الأنترنت .مكتسبا كل مرة تقنيات جديدة تزيد من فعالية الرسالة التي يحملها ، عاكسا إمكانات كل وسيلة التي تتسم بمجموعة من الأساليب و الخصائص الإعلانية

-تتصف الوسائل الإعلانية التقليدية بأحادية اتجاه الرسالة، وجماهيرية التلقي ومحدودية نطاق الاتصال و تخاطب حواس المتلقي بصفة متفرقة مما يتطلب منه بذل مجهود استكمال عناصر الأشكال، والأفكار المختلفة، وإدراكها وهذا بتنشيط خياله و صياغة تفسيراته، والمشاركة أحيانا، لكن بشكل سلبي في حين تتميز الأنترنت بالازدواجية الوسائطية و التفاعلية فهي وسيط إعلاني مستقل من جهة ، و تحتضن الوسائل التقليدية برسائلها الإعلانية من جهة أخرى -كلما تطورت الوسائل الإعلانية ؛ أصبحت تتمتع بمرونة واسعة في تغطية المناطق الجغرافية ، و المجالات الزمنية ، حتى وصلت إلى الأنترنت التي أصبحت لا تعترف بهذين المجالين بتاتا، لتتعدى الحدود الزمكانية، وتفقد قيمتها الفعلية ، متحلية بالصفة الكوكبية.

- تعاني الأنترنت ، مثل الوسائل الأخرى ، من انحرافات الممارسة الإعلانية و سلبيات هذا النشاط ، مثل :التضليل ، والكذب ، وتجاوز الأخلاقيات إلا أنها تتفرد ببعض النقائص ، مثل :الإغراق بالرسائل ، والتهديد بالفيروسات واختراق أمن المعلومات....، كما يخضع إعلان الأنترنت لأكثر من قانون، لأنه يفتقد لإطار تشريعي محدد فإن حاولت الوسائل الإعلانية التقليدية تسخير بعض القوانين الخاصة لصالحها وهذا لعراقة تجربتها فإن النشاط الإعلاني الافتراضي لم يصل بعد إلى إطار تنظيمي شامل و محدد، بسبب حداثة الوسيلة في حد ذاتها، وعدم استقرار مختلف الممارسات و النشاطات بها

أهم النتائج

جدول رقم 07: توصيف البحث رقم (04)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(04)		الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية 1 سبتمبر 2004-31 اوت 2005	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	سنة المناقشة
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	331 صفحة منها 24 صفحة للجانب المنهجي و 191 صفحة للجانب التوثيقي و 113 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	ركزت الدراسة على استجلاء واقع الصحافة الإلكترونية العربية باعتبارها انعكاس شامل لواقع الاعلام العربي وما يفترض بها القيام به للحفاظ على مقومات الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة وما تفرضه من تحديات خاصة وان تكنولوجيات الاعلام والاتصال في تطور مستمر جعل العالم بأسره قرية صغيرة .وسعت الدراسة الى تشخيص تجربة الصحافة الإلكترونية العربية ومعرفة مدى اضطلاعها بدور الحفاظ على الهوية الثقافية العربية للوقوف على مدى استجابتها للتحديات الثقافية التي نجمت على انتشار المظاهر الثقافية للعولمة وكذا مقارنة المحتوى الثقافي للصحف الإلكترونية العربية المختلفة فيما بينها ومعرفة توجهها الثقافي بشكل عام .	
	المداخل النظرية	لم تستند الدراسة على اي مدخل	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى	
	مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: مواقع الصحف الإلكترونية العربية على الانترنت البالغ عددها 76 صحيفة، أما عينة الدراسة فكانت عينة طبقية قصدية ضمت 22 صحيفة	

<p>- تهتم الصحف الالكترونية بالمجال السياسي (اكثر من نصف المحتوى) على حساب المجالات الثقافية التي جاءت بنسبة قليلة.</p> <p>-تشكل مواضيع الإبداع الثقافي أكثر المواضيع الثقافية استقطابا لأفلام صحفيي الجرائد الالكترونية العربية.</p> <p>-لا تحظى العناصر الأساسية المكونة للهوية الثقافية العربية باهتمام كبير في الصحف الالكترونية العربية</p> <p>- لم تهتم الصحف العربية بالإسلام رغم اهميته كجزء من الهوية إلا استجابة لواقع الأحداث اليومية، كما انها لم تهتم بقضايا اللغة العربية الا بنسب ضئيلة جدا، في حين حظي التراث العربي بالاهتمام الأوفر مقارنة بعنصري الإسلام و اللغة العربية.</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 08: توصيف البحث رقم (05)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(05)		المدرسة، التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الاعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	دكتوراه	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	اعلام واتصال
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	350 صفحة منها 97 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 83 صفحة للجانب التوثيقي و 137 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	<p>طرحت الدراسة الجدل النظري حول انعكاس تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال على المنظومة التربوية لتتساءل عن موقع المدرسة الجزائرية من هذا الجدل الدائر في المجتمعات الحديثة خصوصا وان المدرسة الجزائرية تتعرض باستمرار الى الانتقاد يصل الى تحميلها مسؤولية الازمة التي يعيشها المجتمع هذا من جهة ومن جهة اخرى فان الجزائر شأنها شأن بقية الدول تواجه التحديات التي تفرضها الثورة المعلوماتية على كل القطاعات بما في ذلك قطاع التربية والتعليم الذي حاولت ادماج التكنولوجيات الحديثة فيه من خلال وضع برامج وخطط لذلك غير انها لم تهتم بدراسة وتحليل اهتمامات واتجاهات الفاعلين في العملية التعليمية من معلمين وتلاميذ لفهم تمثلاتهم لهذه الوسائل من هنا سعت الدراسة الى التعرف على تمثلات التلاميذ والمعلمين في الجزائر لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وكيفية تأثير هذا التمثل في تملكهم واستخدامهم لهذه التكنولوجيا</p>	
	المدخل النظرية	مقاربة الحتمية التكنولوجية، تيار سوسيولوجيا الاستخدام (مقاربة الانتشار، مقاربة الاستخدام)، مقاربة التمثلات الاجتماعية	
	نوع الدراسة المنهج /	نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج المسحي ، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على الطريقة الوثائقية، المقابلات الاستكشافية الحرة،	

الملاحظة بالمشاركة، الاستمارة	الأدوات	
مجتمع البحث: تلاميذ ومعلمي مختلف المراحل التعليمية في الجزائر، أما عينة الدراسة فكانت عينة حصرية طبقية غير احتمالية موزعة على 32 مؤسسة تعليمية (ابتدائي، متوسط، ثانوي) بولاية تيبازة ضمت 300 مفردة	مجتمع / عينة البحث	
<p>-ضعف ولوج تكنولوجيا الاعلام والاتصال حياة التلاميذ والمعلمين على حد سواء، ونسبة امتلاكهم لأجهزة الكمبيوتر ضعيفة بالمقارنة مع دول اخرى، كما ان ثقافتهم المعلوماتية بسيطة جدا، اما الاستخدام فيتم عادة في مقاهي الانترنت وهو ظرفي وليس اعتيادي،</p> <p>-النفاز الى شبكة الانترنت من المدرسة شبه منعدم لعدم توفر التجهيزات على مستوى المدارس لذا يصبح من العبث الحديث عن توظيف التكنولوجيا في العملية التعليمية.</p> <p>-وجود تمثلات ايجابية للحاسوب والانترنت لدى المعلمين والتلاميذ، حيث يرون انهما يساعدان في العملية التعليمية، مع وجود ادراك لسلبات الانترنت كالإدمان عليها، الولوج الى مواقع اباحية...</p> <p>-للخطاب الاجتماعي والاعلامي دور في تشكيل تمثلات المعلمين والتلاميذ لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وهذه التمثلات تؤثر على استخداماتهم لها</p>	أهم النتائج	

جدول رقم 09: توصيف البحث رقم (06)

عنوان البحث		توصيف البحث	
اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية دراسة ميدانية		(06)	
اتصال وعلاقات عامة	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2008/2007	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
283 صفحة منها 83 صفحة للجانب المنهجي والنظري، 87 صفحة للجانب التوثيقي و 55 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
<p>ظهرت الصحف الإلكترونية لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية، ولا يقتصر التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على كل الأطراف، بل وستخلق مناخا اتصاليا يختلف في جوانبه عن المناخ الذي خلقته ثقافة الصحيفة المطبوعة، ولعل من أهم هذه الأطراف القائم بالاتصال ونظرتهم لطبيعة التعامل مع الصحف الإلكترونية وكيفية استخدامها في هذا السياق حاولت الدراسة الالتفاتة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو هذا النوع الجديد من الصحف ومعرفة مستويات تفضيلاتهم بين المحلية من والعربية وكذا الأجنبية وكثافة استخدامها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام، وجل الدوافع المخفية وراء التعرض للصحف الإلكترونية على اعتبار أن معرفة الاتجاه الذهني للفرد هو الطريقة الأمثل للوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل، والقضايا والظواهر التي تطرح إشكالات عديدة، كظاهرة استخدام الصحافة الإلكترونية وانتشارها في أوساط الصحفيين، فالاتجاهات تعتبر تنظيم</p>		مشكلة الدراسة وأهدافها	
البراديغم الوظيفي (الاستخدامات والاشباع، نشر الافكار المستحدثة)		المدخل النظرية	
نوع الدراسة: دراسة وصفية، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان، المقابلة		نوع الدراسة المنهج/الأدوات	

<p>مجتمع البحث: 902 صحفي من صحفي 8 جرائد التي لها مواقع الكترونية، أما عينة الدراسة فهي عينة حصصية مكونة من 8 جرائد (4 باللغة العربية، 4 باللغة الفرنسية) وهي: le soir d'algerie ,le quotidien d'oran , el watan , l'expression جريدة الخبر، جريدة الفجر، اما عدد الصحفيين عينة الدراسة بلغ 104 مفردة (52 لكل مجموعة) اختيرت بطريقة الصدفة (من قسنطينة والعاصمة)</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>- أن الصحفيون الجزائريون اتجاهاتهم ليست سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل ولديهم اتجاهات مؤيدة لقراءة الصحف الإلكترونية، ذلك أنهم على دراية تامة بمواقع هاته الصحف، - قلة استخدام الصحفيين الجزائريين للإنترنت في العمل الصحفي إيماناً منهم بضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز حاسب آلي موصول بالإنترنت لتسهيل استخدام هذه الأخيرة حيث يتحررون من عاملي الوقت والجهد الكبير المبذول لدى استخدام الإنترنت خارج المنزل - لا يريد الصحفي التوقع في دائرة الإعلام التقليدي بل يجب التطلع واستكشاف آخر مستجدات عالم الإتصال ويجب دخول هذا العالم بالرغم من الإمكانيات غير المتاحة و الظروف الصعبة التي يعيشها - نسبة قليلة تستخدم مواقع الصحف الأجنبية على شبكة الإنترنت عند الضرورة، بالموازاة مع قوة في استخدامهم للصحف الجزائرية والعربية على الويب - مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، بروز علاقة تكاملية بين الصحافتين تشير إلى سيرهما بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من الإنترنت - غالبية المبحوثين يفضلون الصحافة الورقية على الإلكترونية ويعتبرونها أكثر جاذبية للقراء وبالتالي احتمال كبير لتفوقها مستقبلاً عليها.</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 10: توصيف البحث رقم (07)

توصيف البحث		عنوان البحث	
من حيث الشكل		الدرجة العلمية	ماجستير
		اللغة	اللغة العربية
من حيث المضمون (المحتوى)		الدرجة العلمية	التخصص العلمي
		اللغة	سنة المناقشة
حجم البحث		216 صفحة منها 36 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 65 صفحة للجانب التوثيقي و 103 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
مشكلة الدراسة وأهدافها		<p>تمحورت مشكلة الدراسة حول استخدامات الانترنت لدى فئة الطلبة باعتبار الانترنت وسيلة ومظهر من مظاهر انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة، تقدم من الخصائص ما يمنح المتلقي حيزا كبيرا للتفاعل مع محتواها، بل والمشاركة في صنع هذا المحتوى، فضلا عن الاستخدامات العديدة والمتنوعة التي تجعل عملية الاختيار عند المتلقي أكثر حيوية وصعوبة في آن واحد، وباعتبار أن فئة الطلبة فئة نوعية من فئات هذا المجتمع المعاصر، على افتراض أنه الأكثر تعلما ووعيا، وهو بالتأكيد ليس بمعزل عن استخدام وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الانترنت، التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته المختلفة والمتنوعة ومن هذا المنطلق حاولت الدراسة معرفة عادات وأنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت بالإضافة إلى معرفة الإشباع التي تحققها لهم هذه الوسيلة وما إذا كانت هناك فروق في الاستخدامات والإشباع بين الطلبة.</p>	
المدخل النظرية		البنائية الوظيفية كبراديجم، الاستخدامات والإشباع كنظرية	
نوع الدراسة المنهج / الأدوات		نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان المنهج المسح الميداني بالعينة، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان.	

<p>مجتمع البحث: طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال وطلبة قسم بيولوجيا الحيوان بجامعة منتوري للموسم الجامعي 2008/2007 البالغ عددهم 543، أما عينة الدراسة فكانت العينة الطبقية متعددة المراحل ضمت 82 مفردة.</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-تحتل الانترنت المرتبة الرابعة من بين وسائل الإعلام الأخرى في سلم اهتمامات الطلبة، وذلك وراء التلفزيون والإذاعة، والجريدة. وأغلب الطلبة لم يغيروا استخدامهم لباقي الوسائل بسبب الانترنت.</p> <p>-أغلب الطلبة بدأوا استخدام الانترنت منذ سنة الى 4 سنوات ويستخدمونها عن طريق الحاسوب المحمول وبشكل غير منتظم بمتوسط حسابي 1.24 ساعة يوميا.</p> <p>-خدمات الانترنت الأكثر تفضيلا هي: خدمة الواب، خدمة البريد الالكتروني، الدردشة ونقل الملفات ، اما عن المحركات البحث الأكثر استخداما فكانت مرتبة كالآتي: قوقل، ياهو، هوتمايل، وليس هناك علاقة بين هذه التفضيلات وبين جنس وتخصص الطلبة.</p> <p>-أغلب الطلبة لم يقوموا باستخدام الانترنت بشكل سلبي، وكانت الاشباكات المحققة من هذا الاستخدام مرتبة كما يلي: اشباكات معرفية، اعلامية، دينية، اجتماعية، نفسية واخيرا اقتصادية.</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 11: توصيف البحث رقم (08)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(08)		منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية	
دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع			
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	اعلام واتصال
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	254 صفحة منها 14 صفحة للجانب المنهجي و 93 صفحة للجانب التوثيقي و 132 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	<p>بدخول الإنترنت إلى الجزائر، و شيوع استخدامها لدى معظم شرائح المجتمع أصبح معظم المستخدمين يداومون باستمرار على استعمال منتديات المحادثة الإلكترونية، إلى درجة غدا الكثير ممن لهم ثقافة محدودة في المجال المعلوماتي يظنون أن الإنترنت تقتصر فقط على هذه الخدمة التي حازت اهتماما من طرف مختلف الفئات و المستويات، الشيء الذي جعلنا نتساءل عن أسباب و دوافع هذا الإقبال الكبير على خدمة المحادثة الإلكترونية دون غيرها من الخدمات الأخرى، فلا يمكن أن يخفى على أي شخص تردد على مقاهي الإنترنت، أن جل المستعملين يستخدمون منتديات المحادثة الإلكترونية دون انقطاع، وهذا ما أثر على عدة جوانب من حياتهم، فالأثر هو نتيجة للاستخدام، فلا بد من التعرف على طبيعة الاستعمالات المختلفة لهذه المنتديات، لكي يتم التعرف على الآثار و الانعكاسات المترتبة عنها على الفرد والمجتمع</p>	
	المداخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباع	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على الملاحظة، الاستمارة	
	مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: مستعملي خدمة المحادثة الإلكترونية في الجزائر العاصمة، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية ضمت 200 مفردة	

<p>- تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل و الاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا و منها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة و تجسدت في الواقع</p> <p>- هناك علاقة ارتباطية وطيدة بين الدخل واستعمال منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال بصفة عامة، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال و العكس صحيح</p> <p>- هناك علاقة بين نسبة استعمال منتديات الدردشة و طبيعة الشعور الذي يحس به الأفراد كالشعور بالوحدة، الانبساط، الفلق، و الراحة ...</p> <p>- هناك علاقة وطيدة بين المستوى التعليمي و نسبة استخدام منتديات الدردشة وغيرها من تكنولوجيايات الاتصال، فكلما زاد المستوى زاد الاستعمال.</p> <p>- تبين أن هناك فجوة بين الإناث و الذكور في استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة، و هذا يرجع لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية....، كما ان صغار السن اكثر استخداما وادمانا عليها</p> <p>- اما عن اهم الانعكاسات الايجابية فكانت: إجراء نقاشات و حوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم ومعرفة ما يدور في الخارج، امكانية التنقيف و التعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، تشكيل الروابط و العلاقات الاجتماعية بين الأفراد....</p> <p>- اما عن اهم الانعكاسات السلبية: انحراف السلوكيات، و فساد أخلاق الشباب، خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية، كما يؤدي الاستعمال المستمر إلى الإصابة بالإدمان، ومع مرور الوقت يشعر المدرش بانعزاله التام عن المجتمع، ويشعر بالوحدة والاحباط النفسي، انعكاسات على الصحة و التي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة....</p>	<p>أهم النتائج</p>
---	--------------------

جدول رقم 12: توصيف البحث رقم (09)

عنوان البحث		توصيف البحث	
التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والإشباعات دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية		(09)	
الاعلام والاتصال	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2008/2007	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
223 صفحة منها 52 صفحة للجانب المنهجي والنظري و145 صفحة للجانب التوثيقي و62 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
لقد اقلت التطورات المتلاحقة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال بظلالها وبصفة الية على وسائل الاتصال الجماهيري اذ تحولت العلاقة بينها الى علاقة تفاعلية بفضل الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا على صعيد الصوت والصور ، البث والنشر هذا من جهة ومن جهة اخرى استخدام الصحفيون لها للوصول الى المعلومة بدل الفاكس والتلكس ...، بناء على هذه التغيرات وعلى ان وسائل الاعلام الجزائرية اصبحت هي الاخرى معنية بهذه التغيرات فان الصحفي الجزائري مطالب بولوج عالم التكنولوجيا على اعتبار انه الفاعل الاساسي في اي وسيلة خاصة على مستوى استخدام مصادر المعلومات الالكترونية المختلفة لذا هدفت الدراسة الى الكشف عن هذا الاستخدام وهل يختلف باختلاف الوسيلة الاعلامية وما الاشباعات المحققة من ذلك.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية الاستخدامات والإشباعات، نموذج الافكار المستحدثة		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: استكشافية، المنهج المتبع كان المنهج التاريخي والمنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان، الملاحظة، المقابلة		نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: /، أما عينة الدراسة فكانت عينة عمدية ضمت 3 وسائل اعلامية (التلفزيون الجزائري، الاذاعة الوطنية، الصحافة المكتوبة بشقيها		مجتمع / عينة البحث	

<p>الخاصة والعمومية)، كما بلغ عدد الصحفيين عينة الدراسة 184.</p>	
<p>-يعتبر دخول وسائل الاعلام الجزائرية على النت متأخرا مقارنة بدخول الوسائل الاجنبية على هذه الخدمة، كما ان استخدامها لمصادر المعلومات الالكترونية لم يرق الى المستوى الذي وصلت اليه هذه التقنيات.</p> <p>-لم تصل بعد الوسائل الاعلامية الجزائرية الى مستويات متقدمة في تحديث صفحاتها على شبكة الانترنت كما انه لاتزال هناك صحف جزائرية بعيدة تماما عن المجتمع الرقمي ولم تستحدث لها اي موقع الكتروني.</p> <p>-لم يرق استخدام الصحفيون لمصادر المعلومات الالكترونية الى مستوى الامكانيات التي تتيحها فلا زالوا يعتمدون بصفة كبيرة على الوسائل التقليدية كالعمل الميداني، بريقيات وكالات الانباء نظرا لارتباط الوسائل الوطنية بالأحداث الوطنية اكثر وكذا بسبب طابعها الحكومي</p> <p>-استخدام مصادر المعلومات الالكترونية من طرف الصحفيين الجزائريين يرتفع لدى الفئة العمرية الشابة وتعبر خدمة البريد الالكتروني هي مصدر المعلومات الاكثر استخداما من طرفهم لسهولة، وتأتي المعلومات الاخبارية على رأس انواع المعلومات التي يتحصل عليها الصحفي من المصادر الالكترونية</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 13: توصيف البحث رقم (10)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(10)		منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	سنة المناقشة
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	254 صفحة منها 14 صفحة للجانب المنهجي و 93 صفحة للجانب التوثيقي و 132 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	<p>بدخول الإنترنت إلى الجزائر، و شيوع استخدامها لدى معظم شرائح المجتمع أصبح معظم المستخدمين يداومون باستمرار على استعمال منتديات المحادثة الإلكترونية، إلى درجة غدا الكثير ممن لهم ثقافة محدودة في المجال المعلوماتي يظنون أن الإنترنت تقتصر فقط على هذه الخدمة التي حازت اهتماما من طرف مختلف الفئات و المستويات، الشيء الذي جعلنا نتساءل عن أسباب و دوافع هذا الإقبال الكبير على خدمة المحادثة الإلكترونية دون غيرها من الخدمات الأخرى، فلا يمكن أن يخفى على أي شخص تردد على مقاهي الإنترنت، أن جل المستعملين يستخدمون منتديات المحادثة الإلكترونية دون انقطاع، وهذا ما أثر على عدة جوانب من حياتهم، فالأثر هو نتيجة للاستخدام، فلا بد من التعرف على طبيعة الاستعمالات المختلفة لهذه المنتديات، لكي يتم التعرف على الآثار و الانعكاسات المترتبة عنها على الفرد والمجتمع</p>	
	المداخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباع	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على الملاحظة، الاستمارة	
	مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: مستعملي خدمة المحادثة الالكترونية في الجزائر العاصمة، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية ضمت 200 مفردة	

<p>- تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل و الاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا و منها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة و تجسدت في الواقع</p> <p>- هناك علاقة ارتباطية وطيدة بين الدخل واستعمال منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال بصفة عامة، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال و العكس صحيح</p> <p>- هناك علاقة بين نسبة استعمال منتديات الدردشة و طبيعة الشعور الذي يحس به الأفراد كالشعور بالوحدة، الانبساط، الفلق، و الراحة ...</p> <p>- هناك علاقة وطيدة بين المستوى التعليمي و نسبة استخدام منتديات الدردشة وغيرها من تكنولوجيايات الاتصال، فكلما زاد المستوى زاد الاستعمال.</p> <p>- تبين أن هناك فجوة بين الإناث و الذكور في استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة، و هذا يرجع لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية....، كما ان صغار السن اكثر استخداما وادمانا عليها</p> <p>- اما عن اهم الانعكاسات الايجابية فكانت: إجراء نقاشات و حوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم ومعرفة ما يدور في الخارج، امكانية التنقيف و التعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، تشكيل الروابط و العلاقات الاجتماعية بين الأفراد....</p> <p>- اما عن اهم الانعكاسات السلبية: انحراف السلوكيات، و فساد أخلاق الشباب، خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية، كما يؤدي الاستعمال المستمر إلى الإصابة بالإدمان، ومع مرور الوقت يشعر المدرش بانعزاله التام عن المجتمع، ويشعر بالوحدة والاحباط النفسي، انعكاسات على الصحة و التي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة...</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 14: توصيف البحث رقم (11)

توصيف البحث		عنوان البحث		
(11)		استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية-أساتذة باتنة أنموذجاً-		
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي	
	اللغة	اللغة العربية	اتصال وعلاقات عامة	
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	تتكون الرسالة من 382 صفحة منها 89 ص للجانب المنهجي و90ص للجانب التوثيقي و149 ص خصصت لإجراءات للدراسة الميدانية وتحليل بيانات الاستمارة		
	مشكلة الدراسة وأهدافها	بازدياد مواقع الصحف الإلكترونية والتي يقابلها زيادة في مستخدمي الانترنت وعلى رأسهم النخبة باعتبارهم أفراد يتميزون بمستوى رفيع يؤهلهم على النشر وتبني الأفكار المستحدثة التي قد تصرف نظرهم عن النسخة الورقية اقتضى الأمر البحث في استخدامات هذه الفئة وتأثير ذلك على مستقبل الصحافة الورقية		
	المداخل النظرية	الدراسة كانت في ضوء مدخلي: نشر وتبني الأفكار المستحدثة والاستخدامات والاشباكات		
	نوع الدراسة/ المنهج / الأدوات	الدراسة وصفية، واعتمدت على منهج المسح الوصفي بالعينة واستخدمت الاستبيان والملاحظة كأداتين للدراسة		
	مجتمع / عينة البحث	جامعة الحاج لخضر- باتنة- كمجتمع للبحث اختيرت منه 241 مفردة وفقاً للأسلوب العشوائي والقصدي معا		

<p>أعضاء النخبة يقبلون بحجم كبير على مواقع الصحف الالكترونية وتعد الموضوعات السياسية والاذخارية الأكثر تفضيلا لديهم ،كما أنهم يتفاعلون معها عبر المشاركات في الاستفتاءات أو الاستطلاعات وغيرها في حين لم يؤثر هذا الاقبال على تصفحهم للنسخ الورقية اذ يرون ان تأثير الصحف الالكترونية مازال محدودا لا يمكن ان يلغي الصحف الورقية</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 15: يبين توصيف البحث رقم (12)

عنوان البحث		توصيف البحث	
المدونات الالكترونية في الجزائر -دراسة في الاستخدامات والاشباكات-		(12)	
اتصال وعلاقات عامة	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2010/2009	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة المستخدمة
تتكون الرسالة من 382 صفحة منها 39 صفحة للجانب المنهجي و75 صفحة للجانب التوثيقي و193 صفحة خصصت لتحليل بيانات الاستمارة		حجم البحث	
تمحورت مشكلة الدراسة حول كثرة المدونات الالكترونية في الجزائر واختلاف مضامينها واهتماماتها اذ حاولت الباحثة تسليط الضوء على استخدامات كل من المدونين وقارئ المدونات لها والاشباكات المتحققة لهم من هذا الاستخدام.		الموضوع/ المشكلة المطروحة	
الدراسة كانت في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباكات		المداخل النظرية	
الدراسة وصفية / المنهج : المسح الوصفي، أدوات البحث : الملاحظة والاستبيان		نوع الدراسة المنهج / الأداة	
مجتمع البحث كان المدونين وقراء المدونات ممثلين ب3ولايات جزائرية (باتنة عن الشرق / الجزائر العاصمة عن الوسط / ورقلة عن الجنوب) أما عينة البحث فكانت 182 مدونا و196 قارئاً للمدونات اختيرت وفق عينة كرة الثلج		مجتمع / عينة البحث	

	أهم النتائج	
<p>-فيما يتعلق بالمدونين:-أغلب افراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة الى ثلاث سنوات، ويملكون مدونة واحدة، ويقضون من ساعة الى ساعتين في التدوين خصوصا في فترة الليل، وجاء دافع الترفيه كدافع أول للتدوين لدى الذكور، أما الاناث فدافع التدوين الأول عندهم هو الدافع الاجتماعي.</p> <p>-فيما يتعلق بقراء المدونات:-أكبر نسبة من أفراد العينة بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة و يقرؤونها أقل من ساعة في فترة الليل، و يهتمون بتلك المكتوبة باللغة العربية و خاصة العلمية منها وجاء الدافع المعرفي كأهم الدوافع لقراءة المدونات لدى الذكور و الاناث في جميع المستويات.</p>		

جدول رقم 16: توصيف البحث رقم (13)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(13)		جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية -دراسة في العادات والأنماط-	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة المستخدمة	اللغة العربية	اتصال وعلاقات عامة
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	تتكون الرسالة من 223 صفحة منها 24 صفحة للجانب المنهجي و62 صفحة للجانب التوثيقي و94 صفحة خصصت لتحليل بيانات الاستمارة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	تمحورت مشكلة الدراسة في استقطاب الفضائيات الاخبارية لأعداد كبيرة من متابعي الأخبار وحاجتها في الوصول الى أعداد أكبر في جميع أنحاء العالم هذه الحاجة ادت الى حتمية انشاء مواقع الكترونية خاصة بها تفرضها عادات وأنماط مستخدمي الانترنت وجاءت الدراسة للبحث في هذه العادات والأنماط	
	المداخل النظرية	لم تعتمد الدراسة على أي مدخل نظري	
	نوع الدراسة، المنهج، الأداة	الدراسة وصفية، واعتمدت على المنهج الوصفي أما أدوات البحث فكانت الملاحظة والاستبيان	
	مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث هو جمهور المواقع الالكترونية -باتنة- اختيرت منه 220 مفردة وفق عينة كرة الثلج	
	أهم النتائج	-أغلب أفراد العينة لا يتغير استخدامهم لباقي الوسائل بسبب المواقع الالكترونية مع أنهم يرون أنها تقدم اضافات مقارنة بفضائياتها، كما يرون أن المواقع الأجنبية الاكثر صدقا، وستحظى بتطور مستقبلا	

جدول رقم 17: توصيف البحث رقم (14)

عنوان البحث		توصيف البحث	
الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات		(14)	
-دراسة نظرية ميدانية في قسم الاخبار بالقناة الارضية للتلفزيون الجزائري-			
صحافة مكتوبة وسمعية بصرية	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2010/2009	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
245صفحة منها 45صفحة للجانب المنهجي والنظري،96صفحة للجانب التوثيقي و73 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
<p>بظهور وانتشار الانترنت حاولت الوسائل التقليدية للإعلام الاستفادة منها، بسبب توفرها على عدد من السمات الاتصالية المتميزة التي من أبرزها سهولة التصفح، وسهولة الوصول إلى المعلومات والأخبار والصور، وذلك عبر الروابط وبسرعة فائقة، كما تحقق سهولة التعرض من خلال دعم المضامين المقدمة عليها بعدد من الوسائط المتعددة (أصوات، صور، فيديو).....، جعل منها بيئة ملائمة للحصول على العديد من أخبار الساعة، وخلفيات الأحداث، والمعلومات المتنوعة، وجاءت هذه الدراسة لتحاول تحديد كيفية استفادة التلفزيون الجزائري من شبكة الانترنت ومعرفة مختلف الخدمات التي توفرها له هذه التقنية، وكذا رصد واقع الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت بالكشف عن العوائق والمشكلات التي تواجه الإعلاميين في التلفزيون الجزائري، ومن ثم إيجاد الحلول المناسبة لها لكي تستخدم الشبكة بفعالية</p>		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية البنائية الوظيفية، الاستخدامات والاشباكات		المدخل النظرية	
نوع الدراسة: دراسة وصفية تحليلية، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي القائم على المسح، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان، الملاحظة		نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: كل العاملين بقسم الاخبار بالتلفزيون الجزائري، أما عينة الدراسة فاعتمدت على طريقة المسح الشامل للعاملين في مجال الأخبار بالقناة الأرضية		مجتمع / عينة البحث	

للتلفزيون الجزائري المقدر عددهم 96صحفي	
<p>- تمثل خدمة الحصول على المعلومات والأخبار والصور أول خدمة استفاد منها</p> <p>التلفزيون الجزائري من شبكة الانترنت، وذلك لتعدد المصادر بها، وسهولة الحصول على المعلومات بواسطتها، وسرعة نقل الأخبار ونشرها.</p> <p>-حققت شبكة الانترنت انتشارا كبيرا للتلفزيون الجزائري من خلال موقعه على الشبكة، فرغم انه لا يزال يستحق الكثير من التطوير، إلا أنها حققت له شهرة كبيرة وأخرجته من حدود البث التقليدية.</p> <p>-إن شبكة الانترنت طورت من مستوى العمل الإعلامي بالتلفزيون الجزائري لكنها لم ترق به إلى المستوى الإعلامي الاحترافي العالمي، فامتلاك التقنية لوحدها أمر لا يكفي ما لم تسر جنبا بجنب مع اليد العاملة المؤهلة والمدربة على الاستعمال والاستغلال الصائب.</p> <p>-إن السبب الذي يحد من استفادة التلفزيون الجزائري من شبكة الانترنت هو نقص التدريب والتكوين المستمرين للصحفيين، حيث يطغى على عملية التدريب المحسوبة، ومبدأ التوزيع غير العادل لفرص التكوين، كما يعاني الصحفيون من نقص الإمكانيات المالية والمادية المخصصة لهذا الغرض، ناهيك عن ضيق مساحة الحرية الإعلامية</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 18: توصيف البحث رقم (15)

عنوان البحث		توصيف البحث	
أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر الإعلاميون الجزائريون نموذجا دراسة وصفية تحليلية		(15)	
اتصال الازمات	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2010/2009	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
224 صفحة منها 14 صفحة للجانب المنهجي و87 صفحة للجانب التوثيقي و112 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
تدور مشكلة الدراسة حول تأثير الوسائل الحديثة على الاتصال الشخصي بين الافراد وتحديد الاعلاميين الجزائريين خصوصا وان الاتصال الشخصي من اقدم انواع الاتصال هذا الاتصال الذي تأثرا بطهور التكنولوجيات الحديثة للاتصال والاعلام التي فتحت فضاءات اتصالية عديدة وبميزات جديدة جعلت منكل افراد المجتمع يتسابقون عليها، وبما ان هذه التكنولوجيات قد ساهمت في التأثير سلبا على مستوى الاتصال الشخصي بين الافراد حاولت الدراسة تسليط الضوء على مدى تأثيرها على المجتمع الجزائري ممثلا في الاعلاميين وهل يمكن ان يصل هذا التأثير حد القول انه سبب ازمة اتصال شخصي.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
		المداخل النظرية /	
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي التحليلي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: الملاحظة والمقابلة		نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: اسر الاعلاميين الجزائريين، أما عينة الدراسة فهي عينة قصدية ضمنت مفردة 100 مفردة (20 رئيس تحرير، 30 رئيس قسم، 50 صحفي)		مجتمع / عينة البحث	

<p>- معظم الإعلاميون الجزائريون، وهم يمثلون فئة من المجتمع الجزائري ككل يعتمدون على وسائل الاتصال أكثر من اعتمادهم على الاتصال الشخصي فيما بينهم، إلا أنهم يقرون بأهميته و لكن إقرارهم هذا لا يعني بالضرورة وعيهم بذلك الأخير إذ تكشف نتائج الدراسة عن غياب الوعي بأهمية الاتصال الشخصي</p> <p>-تربط أغلب مفردات بحثنا مفهوم أزمة الاتصال الشخصي بالتكنولوجيا، وانتشارها المكثف في الآونة الأخيرة، وقلّة من المفردات نفت وجود أزمة اتصال شخصي في المجتمع الجزائري</p> <p>-إن وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة، تحتل مكانة قوية جدا في الأسرة الجزائرية بصفة عامة، و التي مثلتها أسر الإعلاميين الجزائريين حيث تحتل الانترنت الصدارة في استهلاك الاهتمام و الوقت</p> <p>- أن مجموع المفردات التي أجمعت على أن التكنولوجيا الحديثة سلبية، أكبر من مجموع المفردات التي قالت انها ايجابية</p> <p>-يميل أغلب المبحوثين إلى الانعزال عن الآخرين، و بالتالي فإن معظم الجزائريين يحبذون الانعزال، مما ساهم بشكل أو بآخر في التقليل من الاتصال الشخصي</p> <p>-عموما أغلب الجزائريون يعانون من أزمة اتصال شخصي، و لكن في صمت، وهناك من لم يشعر بعد بهذه الأزمة</p>	<p>أهم النتائج</p>
---	--------------------

جدول رقم 19: توصيف البحث رقم (16)

عنوان البحث		توصيف البحث	
اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة		(16)	
اتصال وعلاقات عامة	التخصص العلمي	دكتوراه	الدرجة العلمية
2010/2009	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
255 صفحة منها 51 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 139 صفحة للجانب التوثيقي و 53 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
في ظل التطور المتسارع للانترنت والانتشار الواسع لها وتزايد استخدامها في كل جوانب الحياة ومنها الجانب الاقتصادي ظهرت مفاهيم جديدة كالتجارة الالكترونية، التسويق الالكتروني، الاعلان الالكتروني...، هذا الاخير الذي يتيح للجمهور الاطلاع على اكبر كم من العروض كما يمكنه من عقد مقارنات بين المنتجات والخدمات براحة وسرعة ولعل ابرز سمة تميز الاعلان الالكتروني عن الاعلان التقليدي هي سمة التفاعلية فيجد المستخدم نفسه في حوار مباشر مع المعلن، ولان عملية استخدام الاعلانات الالكترونية من طرف مختلف المؤسسات في نمو مستمر وفي ظل حجم ادراك الجمهور واعتماده وقبوله للانترنت كمصدر لاستقاء المعلومات، تأتي هذه الدراسة لمحاولة الكشف عن اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية المختلفة بما في ذلك تلك التي تتعارض مع ثقافة المجتمع الجزائري وكذا التعرف على مدى ارتباط تعرضه لها بسماته الديمغرافية.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية الاستخدامات والاشباكات		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان النهج الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان		نوع الدراسة المنهج والأدوات	
مجتمع البحث: /، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية شملت 100 مبحوث (من 13 الى فوق الاربعين سنة).		مجتمع / عينة البحث	

أهم النتائج

-أغلب مستخدمي الانترنت الجزائريين يستخدمون الاعلانات الالكترونية عن طريق الصدفة وليس بصفة عمدية، وذلك بسبب ضعف مهارات الاستخدام والتفاعل لديهم، فئة قليلة منهم يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بالتوظيف وبعض المنتجات ذات الاستهلاك المحدود فقط.

-مستخدمو الانترنت الجزائريون لديهم اتجاه سلبي نحو مصداقية الاعلانات الالكترونية لان الانترنت لا تحكمها جهة معينة والقوانين التي تنظمها قاصرة

-المستخدمون الجزائريون لديهم اتجاهات سلبية نحو الاعلانات الالكترونية التي توظف اللغات الاجنبية ويفضلون تلك التي تستخدم اللغة العربية بسبب مستواهم المتدني في اللغات.

-يعتقد غالبية المستخدمين بأن الاعلانات الالكترونية الغربية تتنافى وتتعارض مع القيم الاخلاقية، العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الجزائري، في حين يرون ان الاعلانات الجزائرية تستمد افكارها من واقع المجتمع وتدعمه عاداته.

جدول رقم 20: توصيف البحث رقم (17)

توصيف البحث		عنوان البحث	
من حيث الشكل		الدرجة العلمية	
		ماجستير	التخصص العلمي
من حيث المضمون (المحتوى)		اللغة	
		اللغة العربية	سنة المناقشة
حجم البحث		الاتصال والتنمية المستدامة للمؤسسات	
248 صفحة منها 26 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 121 صفحة للجانب التوثيقي و 70 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		2011/2010	
مشكلة الدراسة وأهدافها		<p>نظرا لعمق التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فقد زادت الحاجة إليها من قبل المجتمعات الإنسانية التي أصبحت تتسابق في توظيف التكنولوجيا الحديثة في منظوماتها المختلفة سعيا منها إلى تسريع وتيرتها التنموية، وبما أن المؤسسات وأحد أهم القطاعات المجتمعية التي توظف عوامل الإنتاج المتوفرة لبلوغ جملة الأهداف المسطرة لديها وتلبية لحاجات المجتمع ونظر للانتشار الكبير لها واشتداد المنافسة فقد أصبح بقاءها مرهونا بمدى قدرتها على مواجهتها في إطار محيط تنافسي عالمي مفتوح، وبمسايرة التجديدات التكنولوجية التي يوظفونها في إدارة الأعمال المؤسساتية لاسيما وان التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال لم تبق مجرد دعامة اتصالية، ولكنها أضحت عاملا إنتاجيا مهما في الإدارة الجيدة للمؤسسات، ما جعلها تتسابق من أجل الحصول على آخر الإبداعات التكنولوجية التي تقودها إلى تحقيق أهدافها. لذا فان تبني المؤسسة اليوم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة هو أكثر من ضرورة، وحاولت هذه الدراسة الكشف عن اسهام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في دعم المشاركة التنظيمية في مؤسسة أرسيلور ميتال من خلال التعرف على طبيعة المنافع التي توفرها، ومدى استعمالها من طرف المستخدمين الإداريين لممارسة أنشطتهم.</p>	

نموذج انتشار المبتكرات	المداخل النظرية
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج المسحي وعلى الاستقراء والاستدلال، أما أدوات البحث فاعتمدت على: الملاحظة، المقابلة، استمارة الاستبيان	نوع الدراسة المنهج / الأدوات
مجتمع البحث: يتمثل مؤسسة أرسيلور ميتال ArcelorMittal "تبسة"، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية تتمثل في المستخدمين الإداريين لمؤسسة أرسيلور ميتال ArcelorMittal "تبسة" الذين بلغ عددهم 60 فردا	مجتمع / عينة البحث
<p>-ان أجهزة الإعلام الآلي تتوفر بالمؤسسة في عدد كبير من المكاتب تقريبا حيث وصلت إلى نسبة 70 بالمئة، إلا أننا لاحظنا كثرة استخدامها في التطبيقات القاعدية للمعلوماتية فقط، كما ان عدد كبير من المستخدمين الإداريين غير موصولون بالإنترنت في مكاتبهم حيث وصلت النسبة إلى أكثر من 64,28 بالمئة والذين تتوفر مكاتبهم على شبكة الانترنت هم غالبا من الإطارات السامين والإطارات، ومن ذوي المستوى التعليمي الجامعي. أما فيما يخص الاستخدام، فإن الأفراد الأصغر سنا بالمؤسسة أكثر اتجاها إلى اعتبار NTIC سهلة الاستخدام، كما أن أغلبهم من ذوي المستوى الجامعي، حيث أتاح لهم مستواهم التعليمي المرتفع فرص استخدام هذه الوسائل الحديثة دون مواجهة صعوبات كبيرة للتحكم فيها</p> <p>-إن ما يزيد عن ثلثي المستخدمين لم يتلقوا أبدا تكوينا حول التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث وصلت النسبة إلى 68,33 بالمئة، فالمؤسسة لا تعتبر أن التكوين في هذا المجال ذو أولوية، رغم توجه المؤسسة إلى إدماج هذه التكنولوجيات في نشاطاتها، فيما تنظم برامج سنوية للتكوين في مجالات أخرى</p> <p>- غالبية المستخدمين الإداريين يعتقدون أن استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ضروري، حيث وصلت نسبتهم إلى 83,33 بالمئة وهو مؤشر على تقبلهم للتغيير الذي حدث على مستوى المؤسسة.</p>	أهم النتائج

<p>-لم يحصل استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بدرجة كافية في المؤسسة، أي أن هذه التكنولوجيات لا تدعم بشكل كاف مشاركة الأفراد في تسيير مؤسستهم. فهي غير متوفرة لدى أغلب المستخدمين، كما أن معظمهم يعاني نقص التكوين وقلة التحكم فيها. أما من تتوفر لديهم فهم يستخدمونها بدرجة أقل مقارنة بالاتصال الشخصي والمكتوب</p>		
--	--	--

جدول رقم 21: توصيف البحث رقم (18)

عنوان البحث		توصيف البحث	
اسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري		(18)	
دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للاتصال النشر والاشهار الجزائرية			
وسائل الاعلام والمجتمع	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2012/2011	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
253صفحة منها 26صفحة للجانب المنهجي والنظري،134صفحة للجانب التوثيقي و71صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
نتيجة للتطور الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال الحديثة والذي ما فتئ يتعزز من يوم لآخر ونتيجة التقدم في البلاد العربية فان مجارة هذه التقنيات ومسايرتها شكل اولوية عند الدول السائدة في طريق النمو والتي منها الجزائر سعيا منها الى التحكم فيما افرزته التكنولوجيا الحديثة ومواكبة ما تدفع به في هذا المجال، ونظرا لما يكتسبه هذا التحدي من اهمية خاصة في مجال العمل الاشهاري حاولت هذه الدراسة ان تتعرف على مدى استفادة الوكالة الوطنية للنشر والاشهار الجزائرية ANEP من هذه التقنيات الحديثة ومدى مجارة وتحكم القائمين على الاشهار لها.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية الاستخدامات والاشباع، انتشار المبتكرات		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: دراسة وصفية، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان، الملاحظة والمقابلة		نوع الدراسة / المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: /، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية شملت 80 مفردة من العاملين في الوكالة		مجتمع / عينة البحث	

<p>-تملك المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار اهم الوسائل التكنولوجية الحديثة وعلى رأسها اجهزة الاعلام الالي وتقنية الانترنت، التي تقي بالغرض المهني في مجال الاشهار في ظل وضعية الجزائر مقارنة بجيرانها واحتكارها لقطاع الاشهار وغياب المنافسة الداخلية</p> <p>- معظم مهني المؤسسة يحسنون استخدام الانترنت وخدماتها ويوظفونها في مجال العمل الاشهاري في جل مراحل العملية الإشهارية</p> <p>-استغلال ضعيف لخدمات البريد الالكتروني خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين واستعمال العمليات التقليدية (الكتابية والشفوية)</p> <p>-وجود بعض العراقيل التقنية والبشرية من شأنها تعطيل و تشويه العمل الإشهاري بالمؤسسة الوطنية ANEP اضافة الى عدم رضا المبحوثين بما هو موجود داخل المؤسسة من وسائل تكنولوجية وان طموحهم ومستواهم يفوق هذه الامكانيات</p> <p>-تطور ملحوظ في المخرجات الإشهارية شكلا ومضمونا في ظل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستغلالها بعقلانية</p> <p>-وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الوقت والجهد والمال</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 22: توصيف البحث رقم (19)

عنوان البحث		توصيف البحث	
الشباب و الانترنت : دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للأنترنت من منظور نظرية الاستخدامات والاشباع		(19)	
الدراسة العلمية	دكتوراه	التخصص العلمي	اعلام واتصال
اللغة	اللغة العربية	سنة المناقشة	2012/2011
حجم البحث	410صفحة منها 100صفحة للجانب المنهجي والنظري،170صفحة للجانب التوثيقي و210صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		
من حيث المضمون (المحتوى)	مشكلة الدراسة وأهدافها	اصبحت الانترنت جزءا من حياتنا الشخصية والمهنية لما توفره من خدمات فريدة، وبظهورها وانتشارها طرحت العديد من التساؤلات حول ماهية هذه الوسيلة التي اكتسحت كل العالم ومست فئات عدة، خصوصا فئة الشباب التي تهوم وراء كل ما هو جديد ومثير يجدون أنفسهم يتسابقون نحو هذه الوسيلة دون المعرفة الحقيقية بها، لذا سعت هذه الدراسة الى معرفة دوافع استخدامات الشباب للأنترنت ومدى تحقق الاشباع منها ، والاثر الذي تحدثه .	
	المدخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباع +المقاربة السيبرنطيقية	
نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان، الملاحظة		
مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: فئة الشباب الجزائري التي تتراوح اعمارهم بين 15-34 سن الساكنين في احدى الولايات الخمس: المدية، الشلف، تيبازة، قالمة، الجزائر البالغ عددهم 2963947 نسمة ، أما عينة الدراسة فكانت عينة عشوائية ضمت 500 مفردة اختيرت بأسلوب المعاينة العرضية		
أهم النتائج	- تستخدم عينة الدراسة الانترنت بصفة كبيرة جدا، الا ان غالبيتها لا تملك الانترنت في البيت فيلجؤون الى مقاهي الانترنت ما يعني ارتباط استخدامها بتوفر الخدمة، الوقت والمال، ويعد موقع قوقل اكثر المواقع استخداما.		

<p>-يتجه الشباب الى استخدام خدمة البريد الالكتروني، خدمة التحوار على الخط (لدى الثانويين والبطالين بصفة اكبر)، اما خدمة جماعات الحوار فهي قليلة الاستخدام كونها تفرض البقاء لوقت اكبر</p> <p>-يتجه الشباب الى استخدام المواقع الاخبارية بشكل اكبر من المواقع الرياضية والاقتصادية ومواقع الافلام (التوجه نحو مواقع عالمية بدل المحلية)</p>		
--	--	--

جدول رقم 23: توصيف البحث رقم (20)

عنوان البحث			توصيف البحث	
دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام -الثورة التونسية أنموذجا-			(20)	
الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2012/2011	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة المستخدمة	
تتكون الرسالة من 288 صفحة منها 39 صفحة للجانب المنهجي و 141 صفحة للجانب التوثيقي و 69 صفحة خصصت لتحليل بيانات الاستمارة			حجم البحث	
بعد أن امتد استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي الى تبادل وجهات النظر الثقافية والسياسية ظهرت حركات شبانية عبر هذه الوسائل لتعبر عن رفضها للواقع المعاش خصوصا في المنطقة العربية بدءا بتونس التي كانت نموذج البحث اذ حاولت الدراسة أن ترصد دور هذه الوسائل في صناعة الرأي العام التونسي ابان الثورة			مشكلة الدراسة وأهدافها	
اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع			المدخل النظرية	
لم يذكر الباحث نوع الدراسة، واعتمدت على منهج المسح بالعينة أما أدوات البحث فكانت الملاحظة والاستبيان			نوع الدراسة/ المنهج / الأدوات	

<p>مجتمع البحث هو سكان تونس العاصمة ، عينة الدراسة الطلبة الجامعيين بها اختيرت وفق عينة كرة الثلج والعينة المتعددة المراحل (العنقودية) وتضمنت 320 مفردة</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>	
<p>أهم المواقع المستخدمة من طرف التونسيين هي: الفايسبوك، اليوتيوب، ووردبرس، تويتر كما أن غالبية المبحوثين كانوا على تواصل دائم في المجموعة الافتراضية tunisie الرافضة للنظام، كما خلصت الدراسة الى أن مواقع الاعلام الاجتماعي قد ساهمت في توجيه الرأي العام التونسي نحو خدمة مصالح الثورة لكنها لم تصنعها.</p>	<p>أهم النتائج</p>	

جدول رقم 24: توصيف البحث رقم (21)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(21)		استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الانتاج الاذاعي -دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة-	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة
	اللغة	اللغة العربية	2012/2011
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	تتكون الرسالة من 384 صفحة منها 55 صفحة للجانب المنهجي للدراسة و188 صفحة للجانب التوثيقي و120 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	الموضوع/ المشكلة المطروحة	تمحورت مشكلة الدراسة حول مدى تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القائم بالاتصال أثناء عمليات الانتاج الاذاعي خصوصا واننا في زمن الانفجار التكنولوجي الذي مس كل القطاعات ولعل الاعلام الأكثر تأثرا بمخرجات هذا الانفجار	
من حيث المضمون (المحتوى)	المدخل النظرية	لم تعتمد الدراسة على أي مدخل نظري	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	لم تذكر نوع الدراسة، المنهج المتبع هو المسح الاعلامي ومنهج دراسة الحالة ، واستخدمت الدراسة الملاحظة ، المقابلة الحرة والاستبيان كأدوات للدراسة	
	مجتمع / عينة البحث	كل القائمين على الاتصال ضمن اذاعة -تبسة- كمجتمع للبحث والعاملين في مجال الانتاج الاعلامي (مخرجو وفتيو المونتاج، معدو ومحرورو ومقدمو الاخبار والبرامج) يمثلون عينة البحث وعددهم "40"	
	أهم النتائج	-عدم قدرة القائم بالاتصال بإذاعة تبسة على التعامل الجيد مع جديد الوسائل والتقنيات الاتصالية ما انعكس سلبا على طبيعة المنتج الاذاعي الذي يوسم بالضعف من طرف المستمعين -الانتاج الاذاعي المبني على التكنولوجيا الاتصالية الحديثة هو نتاج منطقي للبرامج والاستراتيجيات الواضحة المعالم والتي يسهر القائم بالاتصال على صياغة ابرز معالمها.	

جدول رقم 25: توصيف البحث رقم (22)

عنوان البحث				توصيف البحث
انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين والأبناء في المجتمع الجزائري -دراسة ميدانية لبعض أسر مدينة تبسة-				(22)
تكنولوجيا الاتصال الحديثة	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2012/2011	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة المستخدمة	
تتكون الرسالة من 232 صفحة منها 35 صفحة للجانب المنهجي للدراسة و111 صفحة للجانب التوثيقي 56 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة				حجم البحث
تمحورت مشكلة الدراسة حول ما تحدته تكنولوجيا الاتصال الحديثة من اثر في اعادة بناء العلاقات الأسرية خاصة بين الاباء والابناء				الموضوع/ المشكلة المطروحة
نظرية الاستخدامات والاشباع				المدخل النظرية
نوع الدراسة: كيفية، المنهج المتبع هو المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة رئيسية والملاحظة كأداة مساعدة				نوع الدراسة المنهج / الأدوات
مجتمع البحث هو مجموعة من العائلات الجزائرية، أما العينة فكانت أسر مدينة تبسة واختار وفق العينة القصدية والمتعددة المراحل 184 تلميذ على مستوى 3 ثانويات				مجتمع عينة
-استخدام الانترنت أصبح جزءا من يوميات الطفل التبسي وهذا الاستخدام يكون كثيفا كلما غابت رقابة الوالدين -استخدام المواقع التواصلية لم يؤدي الى عزلة اجتماعية للطفل				أهم النتائج

جدول رقم 26: توصيف البحث رقم (23)

عنوان البحث		توصيف البحث
الالعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة وتأثيرها في الطفل الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من أطفال ابتدائيات مدينة باتنة-		(23)
الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة	التخصص العلمي	ماجستير
2012/2011	سنة المناقشة	اللغة العربية
تتكون الرسالة من 349 صفحة منها 58 صفحة للجانب المنهجي والمفاهيمي و85 صفحة للجانب التوثيقي و140 صفحة خصصت للجانب الميداني من الدراسة		الدرجة العلمية
تمحورت مشكلة الدراسة حول تأثير الألعاب الالكترونية في الطفل الجزائري خصوصا بعدما أصبحت وسائل الاعلام بدءا من التليفزيون وصولا الى الانترنت تزاخم الأسرة والمسجد والمدرسة في تنشئة الطفل الذي أصبح مهووسا بالألعاب الالكترونية عبر هذه الوسائل التي قد تحدث تأثيرات عدة عليه هذه الاخيرة تحاول الدراسة رصدها		اللغة المستخدمة
لم تعتمد الدراسة على أي مدخل نظري		حجم البحث
لم تذكر نوع الدراسة والمنهج المتبع كان المسح الوصفي أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على المقابلة		الموضوع/ المشكلة المطروحة
مجتمع البحث هو أطفال ابتدائيات مدينة باتنة ممثلين في 3 ابتدائيات اختيرت منهم عينة قدرها 200 مفردة وفق العينة العنقودية		المدخل النظرية
-يمتلك الطفل الجزائري مهارة عالية في التعامل مع الوسائط الجديدة خاصة الحاسوب والانترنت، ورغم تعدد استخدامات كل وسيط إعلامي جديد، إلا أن في مقدمة استخدامات الطفل إهمال الجوانب العقلية التعليمية، والتركيز على لعب الألعاب الإلكترونية، والتسلية والمتعة فقط		نوع الدراسة المنهج / الأدوات
		مجتمع / عينة البحث
		أهم النتائج

<p>وهذا ما رفع من ارتيادهم لصالات اللعب ومقاهي الانترنت، خاصة الذكور، وبالتالي تشكل الوسائط الإعلامية الجديدة البيئة الأساسية لزيادة تعلق الطفل الجزائري بالألعاب الإلكترونية من خلال تعلقه بها، وتبنيه لاستخدامها للعب، وكانت أكثر أنواع الألعاب تفضيلا، ألعاب القتال، الحروب والمغامرات</p> <p>- هناك فروق وفق متغيري الجنس والسن في اختيار نوع اللعبة ووسيلة اللعب وجاء ترتيب العينة للوسائط الإعلامية الجديدة، تبعا لتفضيل اللعب من خلالها التالي: الهاتف الخليوي، الانترنت، التلفزيون، الحاسوب، وذلك وفقا لعامل الانجذاب .وسهولة الاستخدام، وكم ونوع الألعاب الإلكترونية المتوفرة من خلاله</p> <p>- تؤثر الألعاب على التكوين العقلي والنفسي والجسدي للطفل بحيث تؤثر في أخلاقه وثقافته من خلال مضامين العنف والقتال التي يفضلها كما تشوه عرويته وإسلامه</p>		
---	--	--

جدول رقم 27: توصيف البحث رقم (24)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(24)		التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات -دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين-	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	صحافة مكتوبة وسمعية بصرية
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	200صفحة منها 37صفحة للجانب المنهجي والنظري، 61صفحة للجانب التوثيقي و183صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	يعتبر التدوين الالكتروني من أحدث أشكال التواصل الإنساني عبر الانترنت وهو الظاهرة الأقرب تجسيدا لما يعرف بالإعلام الجديد فهو يتيح لمستخدميه من المدونين العديد من المميزات والإمكانيات ذلك أن أساسه هو فكرة النشر الذاتي التي تعتمد على مبدأ المشاركة وتبسيط التقنية، وهو ما سمح له بالانتشار بشكل سريع وفطري في العالم، غير أن تطوره يختلف من بلد إلى بلد ومن مجتمع إلى آخر حيث تؤثر في تطوره العديد من العوامل والظروف. وفي الجزائر، هناك مدونات الكترونية جزائرية تنشط منذ فترة غير أن الاهتمام الإعلامي والعلمي بها لا يكاد يرتقي لمستوى الظاهرة وحجمها حيث أنها غير معروفة الخصائص ولا التوجهات، كما لا توجد أرقام واضحة ولو تقريبية عن حجم المجتمع التدويني الجزائري، واستهدفت هذه الدراسة معرفة دوافع التدوين لدى المدونين الجزائريين واكتشاف خصائصهم الديموغرافية والعامة مع التعرف على وجهات نظرهم فيما يتعلق بتطوير الظاهرة في الجزائر.	
المداخل النظرية		نظرية الاستخدامات والاشباع، نموذج انتشار وتبني الافكار المستحدثة	
نوع الدراسة المنهج / الأدوات		نوع الدراسة: دراسة وصفية، المنهج المتبع كان منهج المسح الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان الالكترونية، الملاحظة	

مجتمع البحث / عينة البحث	مجتمع / عينة البحث
<p>مجتمع البحث: المدونين الجزائريين، أما عينة الدراسة فكانت العينة الملائمة او عينة الصدفة ضمت 100 مدون</p> <p>-يتميز المدونون الجزائريون بالخصائص الديموغرافية التالية: معظمهم شباب، ذكور، ذوو مستوى تعليمي عال , يمتلكون مهارات تتراوح بين المتوسطة والعالية في التعامل مع الانترنت ويقطن عدد كبير منهم في العاصمة.</p> <p>-يعتبر دافعي "التفاعل الاجتماعي" و التعبير عن الذات" أهم دافعين للتدوين لدى المدونين الجزائريين</p> <p>-يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: فالمدونون الجزائريون لا يدونون بانتظام و بدؤوا نشاطهم التدويني متأخرا نوعا ما عن غيرهم وهم يدونون في مواضيع متنوعة أهمها القضايا الاجتماعية والتجارب الشخصية</p> <p>-جل المدونين الجزائريين يفضلون الكتابة باسمهم الحقيقي والكامل ويستعملون اللغة العربية بشكل أكبر من اللغات الأخرى كما أنهم لم يتلقوا أي تدريب عن التدوين الالكتروني</p> <p>-المدونين الجزائريين يفضلون التواصل مع زوارهم بأكثر من وسيلة ويأتي السماح بالتعليقات والردود عليها على رأس هذه الوسائل فضلا عن أنهم قراء للمدونات ولا يكتمل نشاطهم التدويني إلا بالتفاعل مع مجتمع المدونين أمثالهم بالقراءة والتعليق والاقتباس ..الخ</p> <p>-يقترح المدونون الجزائريون تحسين خدمات الانترنت في الجزائر، رفع مستوى المدونات الجزائرية و تطوير المدون لأدائه، وتوعية المجتمع بأهمية هذه الظاهرة بشتى الوسائل كخطوات تسمح بتطور هذه الظاهرة في الجزائري</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 28: توصيف البحث رقم (25)

عنوان البحث		توصيف البحث	
العالم الافتراضي ضمن ألعاب الفيديو الالكترونية : دلالات تفاعل إنسان - آلة - دراسة تحليلية سيمولوجية لبنية الفضاءات الافتراضية التي تخلفها ألعاب الكومبيوتر التعليمية-		(25)	
سيميولوجيا الاتصال	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2013/2012	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
471 صفحة منها 98 صفحة للجانب المنهجي والنظري و148 صفحة للجانب التوثيقي و117 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
يمثل العالم الافتراضي بيئة كاملة في حد ذاته يحاكي الواقع الحقيقي في ابعاده ويسمى بالحياة الثانية، وبانت الحياة الافتراضية ترسم حضورا بديلا وثقافة بديلة وميادين عمل بديلة، وتعتبر الالعاب الالكترونية الاكثر مثالية في تجسيد هذه الحياة الافتراضية التي تتجسد في عدة اشكال لا يمكن عيشها بكل حرية في العالم الحقيقي، لذا فقد اصبحت صناعة هذه الالعاب عملاق الصناعات الثقافية لما لها من خلفيات ثقافية وتعليمية وفنية وايدولوجية، وجاءت هذه الدراسة لتحاول الكشف عن الابعاد الدلالية الضمنية والجمالية والفنية لألعاب الفيديو الالكترونية وبنيتها الدلالية ومضامينها وما تحيل اليه من رسائل ، كما تحاول تغيير النظرة وتجاوز المفهوم التقليدي لألعاب الفيديو المتمثل في رصد التأثير السلبي لها، بالكشف عن دور اللعب كفعل وعملية هادفة وممارسة سوسيوثقافية وسيكولوجية لها ابعاد دلالية ورمزية وأيقونية تتضمن تفاعلا بين الانسان والالة.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
مقاربات تحليل محتوى العاب الفيديو (مقاربة لارس كونزاك، مقاربة رومان جاكوبسون)		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان منهج التحليل السيميولوجي أدوات البحث: /		نوع الدراسة المنهج، الأدوات	

<p>مجتمع البحث: يتمثل في العاب الحاسوب التعليمية ، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية ضمت لعبتين تعليميتين (لعبة محاكاة: لعبة السيمس 2، لعبة المغامرة: لعبة ريستيندايفل 4)</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-العالم الافتراضي للألعاب يترك وراءه اثر دلالي وهو سلاح ذو حدين يمكن ان ينمي للاعب بعض القدرات والكفاءات في الاستكشاف والابداع وتنمية الخيال او التعرض لعملية الغسل الذهني عن طريق النمط الانغماسي للعوالم الافتراضية</p> <p>-تعتبر العاب المحاكاة والمغامرة نموذجا اتصاليا وتفاعليا فعالا نظرا لطبيعة الرسائل التي تزخر بها فلعبة السيمس تجعل من اللاعب منتج ومصمم للعوالم ولعبة ريستيند تجعل منه بطلا ومنقذا الى جانب البناء الدلالي والايديولوجي الذي يتدفق من خلال نظام دلائلها، وهناك فجوة ايديولوجية ودلالية ومذهبية لمخططات الدول الصناعية للعوالم الافتراضية والدول الفاقدة لها، وهي فجوة تفصل بيننا وبينهم في مستوى الوعي السيميائي بحقائق العالم الافتراضي والمخاطر المحتملة على تطبيق مشاريعهم لإحكام سيطرتهم وتسويق مستهلكاتهم والعبث بهويتنا وثقافتنا..</p> <p>- كما ان انماط التفاعل مع هذه الالعاب يولد شبكات من التمثيلات والخرائط التصميمية والصور الافتراضية التي تهيكل نوع من نقل الحضور من عالم الفيزياء لعالم الرمز، فيصل الامر تقريبا الى ان يكون للاعب بديل افتراضي متجسد في الافاتر فيترك بقاياها الرمزية والافتراضية من استخدامات وممارسات وسلوكيات...</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 29: توصيف البحث رقم (26)

عنوان البحث			توصيف البحث	
تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري فيسبوك نموذجا.....دراسة حالة على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر 03			(26)	
إعلام والاتصال	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2013/2012	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة	
278 صفحة منها 30 صفحة للجانب المنهجي والنظري و130 صفحة للجانب التوثيقي و87 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة			حجم البحث	من حيث المضمون (المحتوى)
أصبحت الشبكات الاجتماعية مثار جدل الكثير من المختصين والباحثين لما تحدثه من تأثيرات على الفرد والمجتمع، ومن اقوى هذه التأثيرات تلك الخاصة بالعمليات الاتصالية حيث اتاحت ظهور ممارسات جديدة وطرق اتصالية جديدة تحيل الى ميلاد نمط اتصالي جديد يتميز بممارسات لغوية جديدة يكثر استخدامه لدى فئة الشباب المولع بكل ما هو جديد، لذا سعت هذه الدراسة الى تحديد اثر هذه الشبكات على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي وعلى النظام الاتصالي للمجتمع ككل ودورها في خلق ممارسات لغوية جديدة والكشف عن خصائص هذه الممارسات.			مشكلة الدراسة وأهدافها	
/			المداخل النظرية	
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج المسحي والمنهج الكيفي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على المقابلة، الملاحظة، دراسة الحالة.			نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: /، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية ضمت 70 مفردة وعينة عشوائية ضمت 100 مفردة			مجتمع / عينة البحث	

<p>-يعتبر الشباب الجامعي لغة الدردشة لغة خاصة بهم فهي رمز من رموز العصرنة ويتم استخدامها في اطار الاستعانة باللغة الاجنبية التي تعبر الاكثر ملاءمة عند الاحتكاك بالتكنولوجيات الجديدة وهذا ما يعكس مدى تأثره بالمجتمع الغربي ويدل على وجود ثقافة فرعية في المجتمع.</p> <p>العصر الجديد افرز هذه اللغة الجديدة التي تهدف الى اختصار الوقت والسرعة</p> <p>-استخدام الفايبيوك لدى الشباب يعزله اجتماعيا عن محيطه خاصة العائلي كما يؤدي الى تبنيه مقاربات لغوية مغايرة لما هو متفق عليه لدى المجتمع، وتخلق هذه اللغة فجوة بين الفئات الشابة والاكبر سنا.</p> <p>-الشبكات الاجتماعية ليست المسؤولة الوحيدة عن هذه التغييرات فمراكز التنشئة الاجتماعية الاخرى لها دور ايضا.</p>	<p>أهم النتائج</p>
---	--------------------

جدول رقم 30: توصيف البحث رقم (27)

عنوان البحث		توصيف البحث	
دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على صفحات شبكة الفايسبوك -		(27)	
ماجستير	التخصص العلمي	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2015/2014	سيميولوجيا الاتصال	اللغة	
اللغة العربية	سنة المناقشة	حجم البحث	من حيث المضمون (المحتوى)
324 صفحة منها 82 صفحة للجانب المنهجي والنظري و110 صفحة للجانب التوثيقي و132 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	سنة المناقشة	324 صفحة منها 82 صفحة للجانب المنهجي والنظري و110 صفحة للجانب التوثيقي و132 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
<p>حاز الفايسبوك على اهتمام العديد من مستخدمي الانترنت اذ يعد من اشهر مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمه الملايين من الناس عبر العالم، ولم يعد استخدامه مقتصرًا فقط على العلاقات الاجتماعية والصدقات بل تعدى ذلك فأصبح منبرا للترويج الافكار السياسية ، الثقافية، الدينية وغيرها وهذا بإنشاء صفحات متخصصة بذلك، وبما ان الاسلام رسالة واجب تبليغها وجب على العلماء والمفكرين والمتقنين مسايرة التطورات واستخدام هذه الوسائل الحديثة في هذا السياق سعت هذه الدراسة الى التعرف على اهم المواضيع التي تنشر عبر الصفحات الدينية في موقع الفايسبوك والكشف عن مختلف الدلالات الضمنية والايحائية لظاهر هذه الخطابات التي تعتبر نسق اتصالي سيميولوجي</p>		مشكلة الدراسة وأهدافها	
/		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: وصفية تحليلية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي ومنهج التحليل السيميولوجي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على الملاحظة ومقاربات التحليل السيميولوجي(مقاربة مارتن جولي، مقاربة رومان جاكوبسون)		نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: الخطابات الدينية من خلال صفحات الفايسبوك، أما عينة الدراسة فكانت عينة عمدية ضمت 4 صفحات دينية عبر الفايسبوك (2 رسمية و2 غير رسمية)		مجتمع / عينة البحث	

<p>-تدرج اغلب مضامين الخطاب الديني عبر صفحات الفايسبوك ضمن جانب الاخلاق الكريمة والصفات الحسنة والسلوك المستقيم الذي جاء به الاسلام، كما تتجه بعض الخطابات الى تفسير الخطابات القرآنية الاحاديث النبوية.</p> <p>-يتحلى الخطاب الديني بالصدق فهو يستقي معلوماته من مصادر موثوقة كما يتميز بالدقة والبساطة والفصاحة بعيد عن الغموض والتجريح</p> <p>-سعى الخطاب الديني الى احداث الاثر في الجمهور المستقبل لإعداد شخصية مسلمة واعية، واعتمد الخطاب على اساليب ثلاث وهي: الحكمة، الموعظة الحسنة، الجدل والتي هي أحسن</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 31: توصيف البحث رقم (28)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(28)		اثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري	
دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الامازيغية بالفيس بوك			
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	وسائل الاعلام والمجتمع
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	200 صفحة منها 43صفحة للجانب المنهجي والنظري و66صفحة للجانب التوثيقي و 87 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	<p>ومع تسامي إفرازات الثورة الرقمية في الاتصال ظهر الاعلام الجديد حاملا معه مفاهيم جديدة للاتصال الانساني المرتبط بالفضاء الجماعي الذي توفره شبكات التواصل الاجتماعي أين يتفاعل المبحرين الافتراضيين ضمن إطار رمزي ولا تهم المضامين المتداولة سواء كانت علامات او ايقونات او رموز او لغة..، تحكهم في ذلك مصالح مشتركة يسعون لإشباعها من خلال ذلك الاحتكاك فيما بينهم لتتنصر فيه العوالم الفردية وتنتج ذات اجتماعية، وفي ظل هذه التطورات وأمام تعثر البحوث الكمية في تفسير ما يحدث من تفاعلية اتصالية تخضع لقوانين انسانية غير قابلة للتفسير بالصيغ الرقمية ؛ ظهرت توجهات حديثة ي دراسة سلوك الجمهور ، خاصة ما تعلق بسياق التلقي الذي تزامن الاهتمام به مع ظهور المقترب الاثنوغرافي في دراسة الجمهور، في هذا السياق حاولت الدراسة تطبيق المنهج الاثنوغرافي لدراسة الجمهور الجزائري وتحديد دراسة مستخدمى الفايسبوك المشتركين في الصفحات الامازيغية للتعرف على كيفية هذا الاستخدام في الحفاظ على الهويات والثقافات المحلية ي ظل انتشار فكر العولمة وتشكيل علاقات اتصالية بين المشتركين.</p>	
	المدخل النظرية	التفاعلية الرمزية، النظرية الاثنوميتدولوجية، الاستخدامات والاشباعات	
	نوع الدراسة المنهج/ الأدوات	نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج الاثنوغرافي أما أدوات البحث فاعتمدت على: الملاحظة بالمشاركة الالكترونية، المقابلة الموجهة الافتراضية	

<p>مجتمع البحث: يتمثل المبحرين الافتراضيين المشاركين في مجموعات الفيس بوك الامازيغية والساكنين في الجزائر ، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية ضمت 109 مفردات</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-أكبر عدد من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بشكل مكثف، هذا ما يسمح لهم بإقامة علاقات مع غيرهم في إطار الصداقة وبغرض تبادل الافكار والخبرات كما يفضل معظم المبحوثين الانضمام للمجموعات المفتوحة للعامة والاعتماد في تعاملاتهم داخلها باللغة الامازيغية (الشاوية) بحروف عربية /فرنسية -عبرت أكبر شريحة من المبحوثين بأن الدافع الحقيقي وراء انضمامهم للمجموعات الامازيغية عبر الفيسبوك هي مواضيعها الهادفة والتي تشمل دائرة اهتمامهم وتعبر عن ذاتهم وهويتهم الامازيغية (دعم الهوية الافتراضية للأفراد) -هناك دور بارز للمجموعات الامازيغية الشاوية في تفعيل العلاقات الاتصالية لدى المشتركين بها كما ساهمت في المحافظة على ترسيخ قيم الهوية الامازيغية لتبين بذلك بأن الأصالة لا تعني القدم والتخلف بل تعني تراث الاجداد و إرث الاجيال اللاحقة، وهذا ما تمت ملاحظته من خلال مواضيع تلك المجموعات التي اتسمت بالجديد ومواكبة الحداثة بثوب محلي دون الانغماس في مظاهر القولية والعولمة -فإن المضامين التي تنتشرها المجموعات الامازيغية الشاوية لم تؤثر على حياتهم الواقعية سواء من ناحية العزوف أو من ناحية التفضيل كما لم تساهم ي تغيير واقعهم</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 32: توصيف البحث رقم (29)

عنوان البحث		توصيف البحث	
ظاهرة "سيبر توتيزم" cyber tautisme والحقيقة في حقل الاعلام والاتصال -دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية بالجزائر -		(29)	
علوم الاعلام والاتصال	التخصص العلمي	دكتوراه	الدرجة العلمية
2015/2014	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
475 صفحة منها 35 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 117 صفحة للجانب التوثيقي و 307 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
مع تطور شبكة الانترنت و ظهور التطبيقات الاجتماعية بدأت سلوكيات جديدة بالظهور بفضل تمكين الجميع من تملك وسائل النشر كظاهرة الانفراد امام الشاشة التي اصبحت اكثر قوة في ظل الاستخدام المكثف للانترنت وهو ما نسميه بظاهرة السيبر توتيزم هذه الظاهرة افرزتها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وحلول العلاقات الافتراضية تدريجيا محل العلاقات الحقيقية الملموسة وتفسخ النسيج الاجتماعي، وخلق نسيج علائقي افتراضي متشعب، تشكل نتيجة الانكماش الاجتماعي في حدود صفحات الواب (الفايسبوك، المدونات، المنتديات) ،وبما ان مستخدمي الانترنت في الجزائر والذين هم في تزايد مستمر ليسوا بمنأى عن هذه التحولات وتظهر اسهامات المستخدم الجزائري متفاوتة ما بين المواقع محل الدراسة ومثيرة للتساؤل حول ثنائية الانتاج والاستقبال، وهو ما يلهم الدراسة في البحث عن مختلف ابعاد ظاهرة سيبر توتيزم في المجتمع الجزائري وامكانية انتشارها في ظل التطورات التكنولوجية وتحسين النفاذ الى شبكة الانترنت.		مشكلة الدراسة وأهدافها	
الحتمية التكنولوجية، الاستخدامات والاشباكات		المدخل النظرية	

<p>نوع الدراسة: دراسة استطلاعية او ميدانية استشرافية، المنهج المتبع كان المسح الاجتماعي بالعينة، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان (التقليدي والالكتروني)، الملاحظة، تحليل المحتوى.</p>	<p>نوع الدراسة المنهج / الأدوات</p>
<p>مجتمع البحث: يتمثل في : بالنسبة للاستبيان: مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر الاكثر من 18 سنة، بالنسبة لتحليل المحتوى: صفحات الفايسبوك الفردية او صفحات المجموعات، مواقع المدونات ومواقع المنتديات، أما عينة الدراسة فكانت عينة قصدية شملت 400 مبحوث من ولايات الغرب الجزائري، 1131 مبحوث عبر الانترنت، 30 صفحة فايسبوك (14 فردية، 16 صفحة مجموعات)، 20 مدونة و 15 منتدى الكتروني.</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-ظاهرة السبير توتيزم لاتزال في بدايتها في الجزائر بسبب ضعف استخدامات الانترنت -مستخدم الانترنت في الجزائر يستقبل ويعيد النشر اكثر مما ينتج من المضامين عبر المواقع الالكترونية التفاعلية بسبب ضعف الاستخدام -طبيعة النسيج العلائقي ومشاركة المضامين بالمواقع الالكترونية التفاعلية للمستخدم الجزائري تؤثر على الحقيقة في حقل الاعلام والاتصال</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 33: توصيف البحث رقم (30)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(30)		دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد -دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجاً-	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	وسائل الاعلام والمجتمع
	اللغة	اللغة العربية	2015/2014
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	210صفحة منها 32صفحة للجانب المنهجي والنظري،52صفحة للجانب التوثيقي و100صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	في ظل التحولات التكنولوجية والانفجار المعلوماتي والثورات الإعلامية التي يعرفها هذا العصر نتج عنها ما اصبح يعرف بالإعلام الجديد بتطبيقاته المتعددة التي ابرزها شبكات التواصل الاجتماعي التي جعلت الفرد الحالي ينتقل من العيش في العالم الحقيقي وبالتحديد في المجتمع الحقيقي و الانخراط ضمن المجتمع الرقمي الذي يتم فيه التعامل على أساس افتراضي فخلق لديه هوية افتراضية توازي الهوية الحقيقية من خلال تواجده فيه، في هذا السياق سعت الدراسة إلى الكشف عن الدوافع الكامنة وراء استخدام الهوية الافتراضية بدلا من الهوية الحقيقية في التواصل مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي والكشف عن الآثار التي تتركها على الفرد.	
	المداخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباع	
	نوع الدراسة / المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: دراسة وصفية، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان	
مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: مستخدمي الهوية الافتراضية من مستخدمي الفيس بوك (16-37سنة)، أما عينة الدراسة فكانت عينة عشوائية بسيطة ضمت 200 مفردة		

-استخدام الفيسبوك يوميا بانتظام لمدة تزيد عن معدل ثلاث ساعات يوميا في أماكن متعددة منها البيت بالدرجة الأولى باستخدام الحاسوب المنزلي أو الشخصي ، ثم أماكن العمل أو الجامعة، ونجد أن الصداقات على الفيس بوك هي من أولويات مستخدميه ثم التواصل بين الطلبة والأساتذة ورفقاء العمل.

-ان مبرر المبحوثين الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة والاختراق ثم تجنب المضايقات والإحراج و بدافع الحرية في التواصل وكذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير

- فيما يتعلق بالإشباع المحققة من وراء استخدام الفيس بوك فقد جاء في الأولوية الاشباع الاجتماعية المتمثلة في التعرف على صداقات جديدة بنسبة ثم الاشباع المعرفية المتمثلة في زيادة الرصيد المعرفي للأفراد ثم الاشباع النفسية المتمثلة في الهروب من الواقع

-أما عن شعور المبحوثين في حال غيابهم عن الفيس بوك فيتبين أنه تتناهم رغبة ملحة في دخوله ، فيما يشعر البعض بالقلق والاضطراب والبعض الآخر لا يبالي به . كما نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة المختارة يتقون في رفاء الفيس بوك فيما الباقي يعبرون عدم الثقة فيهم

-أما عن اثر الهوية الافتراضية على الفر فانقسمت إلى شقين احدهما إيجابي وتمثله ثلاث أبعاد حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الغير دون التخلي عن القيم والمبادئ الاجتماعية التي يملكها ،وساعدت في تعزيز الأخلاق المحمودة له دون أن يظهر كفاعل خير بالإضافة إلى الإبقاء على بيانات هويتهم الحقيقية محفوظة في حال التعرض للاختراق أو القرصنة، أما عن جانبها السلبي فيتمثل في بعد واحد هو التفوق في الشخصية الافتراضية والتقليل من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في الأسرة الواحدة -هذا لا يعني الانسلاخ والذوبان في طيات الهوية الافتراضية - بالإضافة إلى تعلم الكذب في أمور بسيطة كالسن وبيانات العمل أو السكن ..

أهم النتائج

جدول رقم 34: توصيف البحث رقم (31)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(31)		منتديات الحوار الالكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية ميدانية-	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	دكتوراه	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	سنة المناقشة
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	441 صفحة منها 89 صفحة للجانب المنهجي والنظري و100 صفحة للجانب التوثيقي و190 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	عرفت الساحة الالكترونية الجزائرية ظهور العديد من المنتديات الحوارية على اختلاف مشاربها ومضامينها فمنها التعليمي ومنها الترفيهي كما نجد الجهوي منها والوطني والدولي، ورغم انها حديثة العهد الا انها تحظى بشعبية كبيرة كونها تقدم خدمات متعددة، وبما ان هذا الوسيط الالكتروني جديد لا يزال في بداياته في الجزائر وما زالت معالمه غير واضحة توجب تسليط الضوء عليها ومنه حاولت هذه الدراسة التطرق الى مختلف الفاعلين في العملية الاتصالية الافتراضية من جمهور وقائم بالاتصال عبر منتديات الحوار للتعرف على محتواها وخصائصهم.	
	المداخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباكات	
	نوع الدراسة المنهج والأدوات	نوع الدراسة: /، المنهج: المنهج المسحي، أما أدوات البحث: الملاحظة بالمشاركة، المقابلة المقننة الالكترونية، الاستبيان الالكتروني، تحليل المضمون	
	مجتمع وعينة البحث	مجتمع البحث: منتديات الحوار الالكترونية الجزائرية، أما عينة الدراسة التحليلية فكانت عينة قصدية لمنتدى الجلفة، اما عينة الجمهور فكانت العينة المتاحة او العرضية ضمت 689 مبحوث، وعينة القائم بالاتصال تمثلت في مدير منتدى الجلفة.	

<p>-يستخدم الجمهور منتديات الحوار بصفة غير دائمة وهو جمهور نفعي يستخدم فقط المواقع التي تهمة ويعلق على بعض المواضيع التي تهمة</p> <p>-تلبي المنتديات حاجات الجمهور اهمها: اثراء المعارف في المجال المهني والدراسي، تسهيل الاجراءات الادارية، تقديم مستجدات المسابقات الوطنية، الراحة والتسلية</p> <p>-يتميز منتدى الجلفة من الناحية الموضوعية باختوائه صوراً ذات أبعاد محلية ودولية ولها اهداف ثقافية سياحية بالدرجة الاولى خصوصا من خلال الصور لمنطقة الجلفة التي توحى بعراقة المنطقة وعاداتها المتوارثة وتحاول الحفاظ على معالم الهوية الوطنية</p> <p>-يعتمد القائم بالاتصال في منتديات الجلفة على أساليب محددة لتسيير الموقع منها محاولة خلق التفاعل بين الادارة والاعضاء وبين الاعضاء فيما بينهم ويكون غالبا عبر البريد الالكتروني والرسائل الخاصة ومن خلال الموضوعات، كما يحاول ان لا يكون هناك تفرقة بين ولاية الجلفة وباقي الولايات بل يتميز بالشمولية، فضلا عن السعي لتلبية طلبات واقتراحات الجمهور.</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

جدول رقم 35: توصيف البحث رقم (32)

عنوان البحث			توصيف البحث
اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي -دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة-			(32)
وسائل الاعلام والمجتمع	التخصص العلمي	ماجستير	الدرجة العلمية
2015/2014	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة المستخدمة
تتكون الرسالة من 224 صفحة منها 49 صفحة للجانب المنهجي للدراسة و67 صفحة للجانب التوثيقي و63 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة			من حيث الشكل
تمحورت مشكلة الدراسة حول معرفة اتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو الإعلام الجديد ودوره في تشكيل الوعي المعلوماتي خصوصا وأن التطورات الحاصلة على مستوى تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد فرضت على المجتمعات المعاصرة مواكبتها.			من حيث المضمون (المحتوى)
استندت الدراسة الى نظرية الاستخدامات والاشباع كمدخل نظري للدراسة			المداخل النظرية
دراسة وصفية، اتبعت الدراسة منهج المسح الوصفي بالعينة ، واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعطيات			نوع الدراسة المنهج / الأدوات
أساتذة جامعة باتنة كمجتمع للبحث اختير منه 96 مفردة وفق العينة المتعددة المراحل			مجتمع / عينة البحث
-استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية في المرتبة الأولى من بين تطبيقات الاعلام الجديد لدوافع علمية بحتة تحقق لهم اشباع علمية ومعرفية، كما تشير النتائج الى أن أغلب اتجاهات المبحوثين ايجابية نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي			أهم النتائج

جدول رقم 36: توصيف البحث رقم (33)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(33)		مصادقية الصحافة الالكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين -دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الاعلام العربية والجزائرية والطلبة الجامعيين الجزائريين -	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	التخصص العلمي	اعلام واتصال
	اللغة	اللغة العربية	2016/2015
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	396صفحة منها 73صفحة للجانب المنهجي والنظري و118صفحة للجانب التوثيقي و183 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	ادى اندلاع الحركات الاحتجاجية في دول عربية عدة والمعروف بالحراك السياسي العربي (الربيع العربي) الى هرولة الصحف الالكترونية لتغطيتها ونقل احداثها، فمنها من رمت بنقلها داخل الانتفاضات اما سعيا منها لمساندة الشعوب في الاعتناق من ديكتاتورية انظمة الحكم أو من اجل خدمة سيناريوهات اقليمية واجنبية معينة، وبما ان الشباب الجزائري هو امتداد للنسيج العربي فقد تعاطى مع ما يحدث داخل المنطقة العربية حيث تفاعل مع الاحداث عبر الصحف الالكترونية العربية كالجزيرة نت، والشروق اونلاين، وحتى عبر منصات التواصل الاجتماعي التي مثلت مصدرا مهما للمعلومات بالنسبة للأفراد وحتى مؤسسات الاعلام وقد خلقت ازمة مصادقية كبيرة لما تنتشره وتروج له في هذا السياق حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى مصادقية الصحف الالكترونية العربية والجزائرية لدى الطلبة الجزائريين خلال فترة الحراك السياسي العربي	
	المداخل النظرية	نظرية الاستخدامات والاشباكات، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان منهج المسح الوصفي التحليلي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة الاستبيان، تحليل المضمون، المقابلة	

<p>مجتمع البحث: طلبة جامعات الجزائر (1، 2، 3) في الدراسة الميدانية، الصحف الالكترونية (الشروق اونلاين، الجزيرة نت) في الدراسة التحليلية، أما عينة الدراسة فهي عينة حصصية ضمت 510 مفردة و 3498 مادة اعلامية</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>-هناك فروق ذات دلالة احصائية في درجة المصادقية التي يعطيها الطلبة للصحف الالكترونية المدروسة تبعاً ل: انماط وعادات استخدام هذه الصحف، الدوافع والاشباع المحققة من تصفحها، لمدى الاعتماد عليها -تتوافق نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية فيما يخص تحول وسائل الاعلام المدروسة من ممارسة الاعلام الى ممارسة الدعاية والتأثير عن طريق استخدام مصطلحات وتعابير خاصة واعتمادها على مصادر مستترة وغير واضحة في أغلب الاحيان تشير الى انها تريد تمرير افكار ورؤى معينة بعيدة عن الحياد والتحيز لطرف معين -لا يثق المبحوثون في ما تناولته وسائل الاعلام العربية خلال الحراك العربي وعلى رأسها الشروق اونلاين، الجزيرة نت، الخبر اونلاين، العربية نت</p>	<p>أهم النتائج</p>

جدول رقم 37: توصيف البحث رقم (34)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(34)		الإبعاد الاتصالية و الدلالية للكتابة الأيقونية الإلكترونية دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأيقونات في المحادثات الرقمية عبر ياهو Yahoo وصالون الدردشة jeux video.com	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	ماجستير	سيمولوجيا الاتصال
	اللغة	اللغة العربية	2016/2015
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	403 صفحة منها 50 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 140 صفحة للجانب التوثيقي و 182 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	أبرزت التطورات المتسارعة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال نمطا جديدا من الاتصال من خلال المحادثات الرقمية والدردشة عبر الانترنت عبر مختلف المواقع والشبكات، حيث أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار تستقطب مختلف الفئات العمرية نظرا للخدمات التي تتيحها والتي لا تتوقف عند حدود الاتصال الألسني الخطي بل تجاوزته الى الاستعانة بالصورة، الصوت، والكتابة الأيقونية، هذه الأخيرة التي تناولتها هذه الدراسة بالتحليل للكشف عن الدلالات الضمنية والكامنة وراء استخدامها خلال المحادثات الرقمية من خلال تحليل هذه الانساق وربطها بسياقاتها المختلفة	
	المدخل النظرية	مقاربة رومان جاكوبسون، مقاربة رولان بارث، مقاربة غريماس وفونتاني	
	نوع الدراسة المنهج / الأدوات	نوع الدراسة: كيفية، المنهج المتبع كان التحليل السيميولوجي، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على المقابلة والملاحظة الى جانب أدوات التحليل السيميولوجي: القراءة، النقد، التأويل، التحليل.	
	مجتمع / عينة البحث	مجتمع البحث: جميع الأيقونات الأهوائية التي تتخلل المحادثات الرقمية عبر البريد الإلكتروني ياهو وصالون الدردشة jeux video.com، أما عينة الدراسة فكانت عينة تحكيمية عمدية ضمن 6 محادثات رقمية (3 عبر الياهو و3 عبر صالون الدردشة)	

<p>-المحادثات الرقمية نسق اتصالي متكامل يضم اضافة الى العلامات اللسانية المكتوبة، لغة شبه لسانية (صيغ التعجب مثلا)، علامات تشابهية تتمثل في الايقونات الأهوائية.</p> <p>-الايقونات الاهوائية علامات مميزة في الاتصال فهي دائرة توجي الى الوجه البشري وتعكس في كل ايقونة انفعال مميز تعبر عن الحالة النفسية للمتكلم</p> <p>-تساهم الايقونة الاهوائية في بنية المحادثة الرقمية وذلك بإضفاء الحضور الذاتي والشخصي للمرسل فهي تعمل على تدارك الغياب الفيزيائي للمتحاورين بنقل بعض الخصائص للمتصل بالتلميح الى نبرته ومزاجه والتي يتعذر في معظم الاحيان نقلها لسانيا.</p> <p>- ان استخدام الايقونات الاهوائية لا يقتصر فقط على القيمة الجمالية للمحادثة بل لها وظائف عدة: الوظيفة الانفعالية، وظيفة مساعدة للغة، وظيفة علائقية، وظيفة هزلية..،</p> <p>-تطابق عناصر الاتصال عن طريق الايقونات الاهوائية مع عناصر العملية الاتصالية وهذا بتطبيق مقارنة رومان جاكوبسون.</p>	<p>أهم النتائج</p>
---	---------------------------

جدول رقم 38: توصيف البحث رقم (35)

عنوان البحث		توصيف البحث	
هويات مستخدمى الوسائط الجديدة -تويتر نموذجاً-		(35)	
أبحاث الجمهور	التخصص العلمي	دكتوراه	الدرجة العلمية
2017/2016	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
294 صفحة منها 17صفحة للجانب المنهجي والنظري و93صفحة للجانب التوثيقي 155 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
مع تزايد استخدام وتفاعل الافراد مع الوسائط الجديدة الناتجة عن التطور التكنولوجي والاتصالي ظهرت هويات جديدة تختلف عن المعنى المتعارف عليه للهوية الشخصية التي تستمد معناها من الوعي بالذات والتميز عن الاخر، لذا فالتواجد في الفضاء الافتراضي يجعل من هوية الفرد محل بحث واشكال ،لأنه وفي هذا الفضاء تختفي الخصائص الفيزيائية والعناصر الظاهرية للفرد التي تميزه ويصبح يعرف من البريد الالكتروني له او الاسم المستعار الذي يستخدمه او الصورة الرمزية التي يقدمها...الى غيرها من الاشياء التي قد تعكس اولاً تعكس هويته الحقيقية، لذا جاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة كيف تتجلى هويات مستخدمى هذه الوسائط وتحديد التويتر		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية الاستخدامات والاشباعات		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: وصفية، المنهج المتبع كان الوصفي التحليلي بأسلوب المسح، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان الالكترونية المنشورة مباشرة على شبكة الانترنت، الى جانب الملاحظة بالمشاركة الالكترونية		نوع الدراسة / المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: كل مستخدمى موقع التويتر بغض النظر عن جنسهم، اعمارهم، مستوياتهم...، أما عينة الدراسة فكانت عينة عشوائية ضمت 183 مفردة (من 13 الى 30 سنة فما فوق)		مجتمع / عينة البحث	
- أغلب مستخدمى التويتر من الذكور، اما الشريحة العمرية الاكثر استخدمها له		أهم النتائج	

<p>كانت من 20 الى 30 سنة وأغلبهم من الطلبة واصحاب المهن الخدماتية</p> <p>- اسباب استخدام التويتر متباينة حسب المتغيرات اهمها: قصر التغريدات، الحصول على المعلومات، اعادة التغريد بسهولة، القوة والمكانة الاجتماعية، التواصل مع الشخصيات المشهورة والهامة...</p> <p>-يستخدم مستخدمو التويتر هوياتهم الحقيقية اكثر من الافتراضية وجاء الذكور اكثر من يستخدم الهوية الحقيقية عن الاناث اللواتي يفضلن الهويات الافتراضية لتجنب الازعاج، او بسبب المنع من قبل الاهل ...</p> <p>- الفئة الاكثر استخداما للهوية الافتراضية هي 13-19 سنة بسبب عدم رضاهم عن هويتهم الحقيقية، التقليد، اسباب عائلية، اما الفئة الاكثر استخداما للهوية الحقيقية هي 20-30 ثم 30 فما فوق لانها حسبهم تمثلهم وتعبّر عن افكارهم ورائهم ولا يحبون تقمص شخصيات اخرى، وكانت فئة الجامعيين الاكثر استخداما للهوية الحقيقية من باقي المستويات.</p> <p>-تفرض طبيعة المهن على مستخدمي التويتر هوياتهم فمثلا الفنانين والمشاهير يستخدمون الهوية الحقيقية أما العسكريين فيفضلون الهوية الافتراضية</p>	
---	--

جدول رقم 39: توصيف البحث رقم (36)

عنوان البحث		توصيف البحث	
قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014		(36)	
الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة	التخصص العلمي	دكتوراه	الدرجة العلمية
2017/2016	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة
274 صفحة منها 44 صفحة للجانب المنهجي و141 صفحة للجانب التوثيقي و88 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة		حجم البحث	
تبحث هذه الدراسة في كيفية انتقال تأثير مضامين الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وتحديد الفيسبوك الى المستخدمين مرورا بقيادة الراي العام الشبكي، وحاوت الدراسة تحليل متغير قياد الرأي العام في مواقع التشبيك الاجتماعي وعلاقته بكل من خصائص المستخدمين وقوة تأثير المضامين الشبكية بالإضافة الى درجة استخدام وسائل الاعلام التقليدية والجديدة		مشكلة الدراسة وأهدافها	
نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين		المداخل النظرية	
نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: الاستبيان الالكتروني، كما اعتمدت على مقياس قيادة الراي العام الشبكي، مقاييس الخصائص السياسية، المهارة، قوة الشخصية.		نوع الدراسة المنهج / الأدوات	
مجتمع البحث: جميع مستخدمي الفيسبوك في الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 والذين لا تقل اعمارهم عن 18 سنة (الذين يمكنهم التصويت) أما عينة الدراسة فتم وضع الاستمارة عبر صفحات فايسبوكية للمرشحين وعدة صفحات سياسية اخرى فكانت العينة عشوائية بلغت 300 مفردة		مجتمع / عينة البحث	

<p>-تشكيل الرأي العام الانتخابي الشبكي لا يرتبط بالخصائص الشخصية للمستخدمين وإنما يرتبط بشكل كبير بخصائصهم السياسية والاجتماعية</p> <p>-صناعة قرارهم الانتخابي يتأثر بالمضامين الشبكية للحملة الانتخابية بشكل اكبر من المستخدمين غير القادة كما ان التأثير الشخصي الذي يسري داخل هذه الشبكات يختلف باختلاف القادة عن غيرهم</p> <p>-قادة الرأي الانتخابي الشبكي هم اكثر استخداما لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة بالمقارنة مع المستخدمين العاديين.</p>	أهم النتائج
---	--------------------

جدول رقم 40: توصيف البحث رقم (37)

توصيف البحث		عنوان البحث	
(37)		التفاعلية في الصحافة الالكترونية دراسة في استخدامات واشباعات النخبة الاكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية	
من حيث الشكل	الدرجة العلمية	دكتوراه	التخصص العلمي
	اللغة	اللغة العربية	صحافة
من حيث المضمون (المحتوى)	حجم البحث	496 صفحة منها 96 صفحة للجانب المنهجي والنظري و132 صفحة للجانب التوثيقي و198 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
	مشكلة الدراسة وأهدافها	في ظل الظهور المبكر للصحافة الالكترونية في الجزائر بالمقارنة بدول عدة وانتشار هذه الاخيرة على شبكة الانترنت حاولت هذه الدراسة رصد التفاعلية فيها، هذه الميزة التي اصبحت اهم ميزة تخص وسائل الاعلام الإلكتروني عن غيرها، وحاولت الالمام بها من زوايا عدة، ففي شقها الميداني اهتمت بدراسة النخبة الاكاديمية للتعرف على عادات وانماط تعرضها لتقنيات التفاعلية في الصحافة الالكترونية الجزائرية، تفضيلاتهم للمضامين وتقنيات العرض، الاشباعات المحققة، تقييمها لمختلف تطبيقات الاتصال التفاعلي الحاصل اثناء التعرض، هذا من جهة ومن جهة اخرى قامت بدراسة القائمين على هذه المواقع للتعرف على مواصفاتهم، مدى فهمهم للتطبيقات التفاعلية المتاحة عبر المواقع، كيفية تعاملهم مع تفاعل مستخدميها	

<p>الاستخدامات والاشباع، نموذج التفاعلية في وسائل الاعلام الالكتروني</p>	<p>المداخل النظرية</p>
<p>نوع الدراسة: الوصفية التحليلية المقارنة، المنهج المتبع كان المنهج المسحي والمنهج المقارن، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان، تحليل المحتوى، المقابلة</p>	<p>نوع الدراسة المنهج / الأدوات</p>
<p>مجتمع البحث: أما عينة الدراسة فانقسمت الى: عينة خاصة بالجمهور: تم اختيار عينة قصدية متاحة من النخبة الاكاديمية الجزائرية بلغ قوامها 320 مفردة، عينة خاصة بتحليل المواقع: شملت 8 مواقع الكترونية لصحف جزائرية هي الاكثر تصفحا حسب اليكسا الموقع الامريكي وهي: الشروق اونلاين، الخبر، النهار اونلاين، الشعب، الوطن، ليبراتي، المجاهد، لوسوار دالجيري، اما عينة القائم بالاتصال فتم اجراء اربع مقابلات مع مدراء المواقع الالكترونية (الخبر، الشروق اونلاين، الوطن، المجاهد).</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>
<p>- تستخدم النخبة الاكاديمية الصحافة الالكترونية الجزائرية بشكل معقول وتفضل الصحف الناطقة باللغة العربية الجزائرية ثم العربية واخيرا الغربية -تمارس النخبة التفاعلية من خلال البحث مباشرة عما تريده وتتخذ اتجاها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الالكترونية كما لا تهتم بالتفاعل مع المستخدمين الاخرين كما لا تعلق او تظهر اتجاهاتها في استطلاعات الراي الا في حالات قليلة جدا -هناك انقسام بين النخبة في تقييم تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الجزائرية بين كونها مقبولة الى حد ما وبين كونها ضعيفة لا ترقى لمستوى الصحف العالمية، عموما هذا التقييم كان متجه نحو السلبى اكثر فقد ارجع ضعف المستوى الى عدة نقائص: غياب المصادقية، غياب الوعي بأهمية التفاعلية والحرية في التعبير، ضعف التكوين لدى القائمين عليها...وهذا ما تبين من مقابلة القائمين على المواقع فاغلبهم من تخصص الاعلام الالى وليس الاعلام والاتصال كما انهم لم يتلقوا تكوينات مكثفة في هذا المجال باستثناء تكوين واحد، واختلف مفهوم التفاعلية لديهم، و يتخذون الحذر تجاه تطبيقات التفاعلية واغلبها مراقب وغير متاح دون تسجيل.</p>	<p>أهم النتائج</p>

<p>-تولي الصحف الجزائرية اهمية لتفاعل المستخدمين مع المحررين عبر الاساليب التقليدية (هاتف ثابت، فاكس، بريد..) مع حضور محتشم لخدمتي الايمايل والمدونات، تسيطر مواقع الجرائد الورقية على المراكز الاولى من حيث التفاعلية ويعود هذا بالأساس الى ضعف مداخل مواقع الانترنت من الاشهار في الجزائر</p> <p>- الصحف الخاصة اكثر تفاعلية من العمومية.</p>		
---	--	--

جدول رقم 41: توصيف البحث رقم (38)

عنوان البحث			توصيف البحث	
استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر			(38)	
اعلام واتصال	التخصص العلمي	دكتوراه	الدرجة العلمية	من حيث الشكل
2017/2016	سنة المناقشة	اللغة العربية	اللغة	
347 صفحة منها 26 صفحة للجانب المنهجي والنظري و 179 صفحة للجانب التوثيقي و 79 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة			حجم البحث	من حيث المضمون (المحتوى)
<p>بظهور وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وتنامي حجم مستخدميها ليشمل الصحفيين الذين يبحثون دائما عن السبق الصحفي الذي قد يتعذر الوصول اليه في ظل اعتمادهم على الوسائل التقليدية التي تعجز في كثير من الاحيان في مسايرة سرعة وسائل الاعلام الجديدة، فباتت هذه المسألة تثير نوعا من الجدل عن مدى منافسة هذه الوسائل الجديدة لتلك الموجودة مسبقا من حيث الاعتماد عليها ومدى المصادقية التي تحظى بها باعتبارها دعامة جديدة للعمل الاعلامي من هنا سعت هذه الدراسة الى الكشف عن مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار ومدى ثقتهم بها.</p>			مشكلة الدراسة وأهدافها	
مدخل الممارسة المهنية (الاتجاه الثاني له المتعلق بصناعة المحتوى الاعلامي)			المدخل النظرية	

<p>نوع الدراسة: استطلاعية ميدانية، المنهج المتبع كان المنهج المسحي، أما أدوات البحث فاعتمدت على: استمارة الاستبيان</p>	<p>نوع الدراسة المنهج / الأدوات</p>	
<p>مجتمع البحث: جميع الصحفيين الجزائريين الحاملين لبطاقة الصحفي المحترف البالغ عددهم 3200 صحفي موزعين على الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون، أما عينة الدراسة فهي عينة قصدية ضمنت مفردة 312 مفردة</p>	<p>مجتمع / عينة البحث</p>	
<p>-أغلب الصحفيون الجزائريون لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويفضلون استخدام الفايسبوك ثم اليوتيوب ثم تويتر بينما يندر أو ينعدم استخدامهم لموقع لينكدن وماي سبيس -من أبرز أهداف استخدام الصحفيين لمواقع التواصل هو الحصول على الأخبار وإعادة نشرها، استغلالها في الحوارات والدرشة، تبادل الآراء مع الصحفيين.... -غالبية الصحفيين يفضلون المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل</p>	<p>أهم النتائج</p>	

جدول رقم 42: توصيف البحث رقم (39)

توصيف البحث		عنوان البحث	
من حيث الشكل		الدرجة العلمية	دكتوراه
		اللغة	اللغة العربية
من حيث المضمون (المحتوى)		الدرجة العلمية	دكتوراه
		اللغة	اللغة العربية
جم البحث		396 صفحة منها 73 صفحة للجانب المنهجي والنظري و118 صفحة للجانب التوثيقي و183 صفحة خصصت للشق الميداني للدراسة	
مشكلة الدراسة وأهدافها		ان وظيفة العلاقات العامة لازالت غير واضحة المعالم للعديد من مؤسساتنا، ولا تحظى بالاهتمام الكافي، الا ان المؤسسات الاتصالية وجهت اهتماماتها نحو هذا النشاط لما له من اهمية في بناء العملية الاقتصادية فوظفت عددا من الوسائل الحديثة خصوصا وأنها قد تأثرت بظهور الشبكات الاجتماعية حيث طورت من تقنياتها استجابة لمتطلبات العصر وحولت ممارستها نحو الممارسة الالكترونية، في هذا السياق سعت الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام مجمع اتصالات الجزائر لموقع الفايسبوك في التواصل مع جمهوره وكيفية ممارسته لوظيفة العلاقات العامة عبر هذا الموقع.	
المداخل النظرية		النظرية الوظيفية، نظرية الانساق العامة، نماذج غرونينغ وهانت	
نوع الدراسة / المنهج / الأدوات		نوع الدراسة: /، المنهج المتبع كان المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة، أما أدوات البحث فاعتمدت الدراسة الاستبيان الالكتروني، تحليل المضمون	
مجتمع / عينة البحث		مجتمع البحث: /، أما عينة الدراسة فشملت 650 منشور لصفحة موبيليس واتصالات الجزائر عبر الفايسبوك، 421 لمؤسسة موبيليس، 229 لمؤسسة اتصالات الجزائر، اما عينة الجمهور فكانت عينة متاحة ضمت 231 مفردة (157 موبيليس، 74 اتصالات الجزائر)	

<p>-توظف كل من مؤسسة موبيليس واتصالات الجزائر صفحاتها الرسميتين في التعريف بنشاطاتهما، الا ان موبيليس توظفها بدرجة أكبر في حين اتصالات الجزائر توظفها لنشر الاعلانات بدرجة أكبر</p> <p>-توظف المؤسستين الاسئلة التفاعلية في منشوراتها الا انها لا تطرحها في ما يخص سياساتها حيث كانت توظفها في اطار ترفيهي فقط وهو مؤشر على تبنيها نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتماثل.</p> <p>-يعتبر نشر المؤسستين لنشاطاتهما في مجال المسؤولية الاجتماعية كأعلى نسبة ما ينعكس ايجابا على سمعتها ويعزز ميزتها التنافسية مع وجود اختلاف في استراتيجياتهما في تحديد برامج النشر.</p> <p>-أغلب افراد العينة راضون عن المواضيع التي تنشرها كلا المؤسستين فقد ساعدتهم على التعرف اكثر عليهما وعلى عروضها وموظفيها واهم نشاطاتها الا انها في نظرهم لا تهتم بمواضيع اخرى يراها الجمهور مهمة مثل عروض التوظيف، اخبار الجزائر، الاماكن التي تتعدم فيها التغطية...</p> <p>-تراوحت درجة تقييم العينة للصفحتين من حسن الى ممتاز الا ان هناك استياء فيما يخص المصداقية والرد على الاستفسارات.</p>	<p>أهم النتائج</p>
--	--------------------

مصدر الجداول: اعداد الباحثة

يتضح من خلال الجداول الخاصة بتوصيف البحوث عينة الدراسة ما يلي:

تراوح عدد صفحات بحوث الماجستير من 200 إلى 380 صفحة وهو مجال قد يعبر عن المدى الطبيعي لهذه البحوث مع وجود بعض الاستثناءات التي تصل الى 471 صفحة، وتراوح عدد صفحات بحوث الدكتوراه من 300 الى 475 صفحة، مع وجود بعض البحوث التي كان عدد صفحاتها أقل اذ تراوح بين 255 و 275 صفحة، حظي الجانب التوثيقي بالحصة الأكبر من الحجم الكلي للبحث في العديد من البحوث (52.5%) وقد يعزى ذلك إلى الاهتمام الكبير والاسهاب الغير مبرر لبعض الباحثين في عرض هذا الجانب

رغم أن 97.5% من بحوث العينة هي بحوث تطبيقية (تحليلية، ميدانية)، توجب الاهتمام بالشق التطبيقي أكثر.

كما أوضح التوصيف أن كل بحوث العينة تم انجازها باللغة العربية، وأنها في السنوات الأولى كانت تنتمي إلى التخصص الأم وهو الإعلام والاتصال وفي فترة لاحقة وبتوسع هذا المجال ظهرت فيه تخصصات فرعية عدة مثل: الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، الصحافة، سيميولوجيا الاتصال، وسائل الإعلام والمجتمع، اتصال وعلاقات عامة الصحافة الالكترونية... انعكست هذه التخصصات على طبيعة المواضيع المدروسة.

الفصل الثالث

تحليل ومقارنة

بعد القيام بتصنيف بحوث الإعلام الجديد- عينة الدراسة- سنحاول في هذا الفصل التعرف أكثر على طبيعة هذه البحوث، وهذا بتحليلها من خلال العناصر التالية: الإشكاليات المطروحة في بحوث العينة، المداخل النظرية المعتمدة، المناهج والأدوات المستخدمة، نتائج بحوث العينة، ثم سنحاول مقارنتها بما مرّ معنا من توجهات موضوعاتية، نظرية ومنهجية تميزت بها بحوث الإعلام الجديد العربية والأجنبية، لنصل في الأخير إلى استنباط أهم الإشكاليات التي تعاني منها بحوث الإعلام الجديد بصفة عامة وفي الجزائر بصفة خاصة مع محاولة تقديم بعض الرؤى التي تبدو أكثر ملاءمة.

I. تحليل بحوث عينة الدراسة:

1. الإشكاليات المطروحة في بحوث العينة:

بعد اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلته تأتي مرحلة صياغة الإشكالية التي يقصد بها التحديد العلمي للمشكلة وذلك كخطوة أولى أساسية تتم فيها الهيكلة الشكلية التحريرية لفكرة البحث قبل الخوض فيه (دليو، 2014، 130)، وتمثل بذلك نقطة الانطلاق في البحث والراسمة لمساره فهي التي تحوي عرضا للهاجس البحثي الأساسي، وهي التي تتولد منها الإجراءات البحثية التي سنتبناها. (فلاق ولعلاوي، 2018، 9)، وكلما كان التحديد العلمي للمشكلة المراد دراستها دقيقا كلما انعكس ذلك على جودة البيانات التي سيتم تجميعها، وبالتالي على النتائج المتوصل إليها، وهذا ما أكد عليه كل من "جون بياجيه" و"رولاندو غارسيا" حين قالوا أن المساهمة الأساسية التي قدمتها الثورة العلمية في القرن 19 لا تكمن في الدقة المنهجية، ولا في التقدم الهائل في أدوات الملاحظة لكن في إعادة صياغة الإشكاليات (العياضي، 2015، 35).

ويرى "غوتيه وآخرون" أن الإشكالية هي: "بناء من المعلومات يؤدي ربطها إلى أحداث فجوة لدى الباحث تترجم إلى حالة من الدهشة أو يثير تساؤلا، بحيث يدفعه إلى القيام بالبحث وبالتالي فهي المرفأ الذي تنطلق منه بقية البحث إذ تشكل الأسس القاعدية له كما تشكل أيضا مدلوله ومداه (Laramée et Vallée, 2001/2009, 127)

و عموما تتكون الإشكالية من:

- قسم أول يتم فيه تناول أهمية الموضوع من النواحي النظرية والاجتماعية والتاريخية والزمنية والمكانية إضافة إلى موقع البحث من التخصص العلمي الذي ينتمي إليه وكذا النموذج النظري الموجه للبحث، ويختتم هذا القسم بالإشارة إلى أهمية كل متغيرات المشكلة.

- قسم ثاني يخضع فيه المشكلة لعملية التحليل وذلك بالحديث عن ظروف ظهورها وعرض متغيراتها من حيث أهميتها وأوزانها المختلفة وعلاقاتها المتبادلة بشكل متتالي ومتزايد -قسم أخير يتم فيه بعد تمهيد مختصر طرح التساؤل الرئيس الذي قد يصاغ في جملة استفهامية كما قدى يأتي في جملة تقريرية، علما أن هناك من يتبع هذا التساؤل بتساؤلات فرعية مفككة له و/ أو فرضيات تجيب عليها(دليو، 2014، 133-136).

هذه الأقسام تمثل البناء المعلوماتي والفكري الذي يشكل الأرضية الصلبة للبحث كونه يستعرض الظاهرة المرغوب دراستها بشكل دقيق، يتداول فيه بين التحليل والتفكيك والعرض والتأريخ ومناقشة الأفكار والمفاهيم، وبالاعتماد على أسلوب محدد، قد يكون تاريخيا أو جدليا، أو مقارنا، وتظهر الخلفيات النظرية والمقاربات والبراديجم الذي تنتمي إليه الدراسة بوضوح (فلاق ولعلوي، 2018، 9).

بالرجوع الى البحوث عينة الدراسة نجد أن صياغة الإشكالية في هذه البحوث

تميزت بما يلي:

- أغلب البحوث قد قامت بصياغة الإشكالية وفق تسلسل في الفقرات وانطلاقا من العام نحو الخاص منتهية بطرح تساؤل رئيس.

- الملاحظ على العديد من البحوث خصوصا رسائل الماجستير اعتمادها على السرد المعلوماتي وفي أحيان كثيرة السرد التاريخي للظاهرة محل الدراسة، بعيدا عن ذلك البناء المعلوماتي والفكري الذي يحدث فجوة لدى الباحث تستدعي منه الدراسة والبحث، هذا البناء الذي يتداول فيه الباحث بين التحليل والتفكيك، العرض والتأريخ ومناقشة الأفكار والمفاهيم، وبالاعتماد على أسلوب محدد قد يكون تاريخيا أو جدليا، أو مقارنا، وتظهر الخلفيات النظرية والمقاربات والبراديجم الذي تنتمي

إليه الدراسة بوضوح، ولعل هذا ما أشار إليه الباحثان فلاق ولعلاوي (2018) حين قالوا: "ما نلاحظه في الكثير من أطروحات كليات الإعلام في الجزائر، هي اعتمادها بدرجة أساسية على الاستعراض المعلوماتي بدل الفكري، وإعطاء مشروعية مزيفة من كتابات صحفية، أو دراسات ضحلة غير متعمقة في المجال، وفي الغالب لا نحس بوجود إشكالية أصلا، بل اهتمام بحثي بموضوع معين".

- أغلب البحوث لم تبين اشكالياتها بالاستناد إلى المدخل النظري (نظرية، مقارنة، نموذج أو براديجم) الموجه والمؤطر للبحث، ومنها من لم تشر إليه حتى، وهذا بسبب اهتمامهم فقط بالبعد المعلوماتي للمشكلة من جهة، ومن جهة أخرى هناك عدد لا بأس به من هذه البحوث لم تستند على أي مدخل نظري، ما يجعلها بعيدة عن الطرح المطلوب الذي ينعكس بالضرورة على باقي الإجراءات البحثية وبالتالي على نتائج هذه البحوث.

- تحمل بعض الإشكاليات أحكاما ضمنية أو صريحة عن الظاهرة المدروسة تعطي انطبعا عن تحيز الباحث ومعرفته المسبقة بالنتائج التي سيتوصل إليها فيلغي بذلك حجة القيام بالبحث.

- جاء التساؤل الرئيسي في بعض البحوث تحت مسمى اشكالية وهذا اعتقاد خاطئ كون الاشكالية كما أسلفنا الذكر هي ذلك البناء الذهني والفكري الذي يتوج في الأخير بتساؤل رئيسي قد يأتي في صيغة استفهامية- وهو الغالب على بحوث العينة-، أو في صيغة تقريرية.

- إن تبني نظرية ما في إطار البحوث الكمية يوحي غالبا برغبة الباحث في توظيف افتراضات هذه النظرية في بحثه، من أجل التحقق منها، أو نفيها في إطار وصف و/أو تفسير الظاهرة المدروسة، لكن الملاحظ على بحوث العينة المدروسة أن العديد منها لا يوظف افتراضات النظرية المتبناة، وغالبا ما تكون فرضياتهم بعيدة كل البعد عن افتراضات النظرية ما يجعلنا نتساءل عن سبب الاعتماد على نظرية في البحث؟.

- الملاحظ على بعض التساؤلات البحثية التي حاولت بعض بحوث العينة الإجابة عنها مثل: ما هو التويتز؟، ماهي مميزات الشبكات الاجتماعية؟، فيما تتمثل الوسائط الجديدة؟ ما المقصود بمصادر المعلومات الالكترونية؟، ما طبيعة الاتصال في أوساط الشباب؟، ماهي الرهانات التي تفرضها الانترنت؟، ماهي طبيعة التطور التاريخي لوسائل الاعلام الجزائرية؟، ما المقصود بالهوية

الافتراضية؟، ماهي اشكال الاعلام الجديد؟ وغيرها، أنها تساؤلات سطحية وبسيطة لا تستوجب القيام بدراسة للإجابة عليها فيكفي الاطلاع على بعض الكتب أو البحوث السابقة أو البحث عبر الانترنت لتجد الاجابة عنها دون عناء، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هل يصح ان يدرج بحث ميداني من درجة ماجستير أو دكتوراه تساؤلات نظرية مثل هذه؟ خصوصا وأن كل سؤال بحثي لا يأتي من العدم بل يترجم هاجسا معرفيا وتنتضح قيمته العلمية في ظل السياقات النظرية والمعرفية التي أفرزته (العياضي، 2015، 35)، هذا الهاجس الذي يبدو غائبا في بعض بحوث العينة المدروسة.

- أما عن الأسئلة الفرعية والفرضيات فالملاحظ أن أغلب بحوث العينة المدروسة اكتفت باستخدام أسئلة فرعية، ولعل مرد ذلك أنها في أغلبها بحوث وصفية، وبنسبة اقل استكشافية، لا تحتاج إلى فرضيات بقدر حاجتها الى صياغة تساؤلات، لأن صياغة الفروض العلمية تعتبر مطلبا منهجيا في بعض البحوث وقد لا تكون كذلك في بحوث اخرى، فعلى سبيل المثال: لا تحتاج المسوح الوصفية إلى صياغة فروض علمية لأنها تستهدف في مجموعها الإجابة على الأسئلة من؟...ماذا؟... فستهدف بذلك وصف الواقع الراهن، دون تجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختبار هذه العلاقات، بينما تستلزم بحوث العلاقات السببية صياغة فروض تضع تفسيراً أولياً للعلاقات التي يستهدف وصفها أو اختبارها، من خلال تعامل منهجي مع قاعدة وفيرة من المعلومات والحقائق (عبدالحميد، 2004، 135).

ونفس الحال بالنسبة للبحوث الاستكشافية التي تعتبر بحثاً أولية، يلجأ إليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر محل الدراسة أو التعرف عليها بصورة جيدة، بعد اكتشافها (بن مرسل، 2003، 48).

كما نلاحظ أيضا على بحوث العينة المصنفة ضمن البحوث الكيفية (تلك المعتمدة على منهج التحليل السيميولوجي، والمنهج الاثنوغرافي) عدم اعتمادها على الفرضيات لأنها تقيد البحث وتجعله يفترض وجود حقيقة واحدة وهو ما يتنافى مع الهدف العام لهذا النوع من البحوث*.

* يمكن للبحوث الوصفية أن تتضمن فروضا غير سببية بمتغير واحد

أما عن بعض البحوث التي أدرجت فرضيات إلى جانب التساؤلات، فالملاحظ على أغلبها الانتقال من وضع فرضيات المعروف عنها أنها قابلة للإثبات أو النفي إلى وضع فرضيات أشبه بالمسلمات أو البديهيات التي لا تقبل النفي، ف جاء في بعض بحوث العينة على سبيل المثال لا الحصر: يستخدم الشباب الجزائري الأنترنت لتحقيق أهداف معرفية وعلمية وإعلامية واجتماعية كما أنه يستخدمها إلى جانب باقي الوسائل، يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الإعلامية والاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظرا لميزاته وخصائصه....

2. المداخل النظرية لبحوث العينة:

وظفنا في هذه الدراسة تسمية "المدخل النظري" للإشارة إلى النموذج النظري، البراديغم، النظرية، المقاربة، الإطار المرجعي، الخلفية النظرية... وغيرها من التسميات التي تطلق على المدخل النظري الذي يتبناه ويستند إليه الباحث أثناء القيام ببحثه العلمي.

ولعل تسمية البراديغم التي أطلقها توماس كون في كتابه "بنية الثورات العلمية" هي الأقدر على استيعاب مختلف التسميات السابقة فهو: "مجموعة من الأفكار حول ما يجعل المجتمع العلمي يقبل حلولاً معينة لمشكلة معينة قبولاً سلسلاً متآلفاً"، وهو بذلك المعيار الذي يضيء الشرعية على النشاط داخل المجال العلمي، ينسق ويوجه عمل العاملين في العلم العادي، الذي يركز على حل الألغاز *la résolution d'énigmes* في المجال العلمي المعني (سعد، 2011، 07)

ولا يمكن الحديث عن براديغم واحد أو نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها وإنما هنالك عدد من البراديغمات والنظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال إلى مسارات مناسبة (مزاورة، 2012، 163).

ويمكن الإشارة هنا إلى أربع براديغمات مسيطرة في علوم الاعلام والاتصال، ولكنها ليست نهائية وتامة تنطوي تحتها أغلب النظريات التي يستخدمها باحثي الاعلام والاتصال وهي: البراديغم السلوكي، البراديغم الوظيفي، البراديغم التأويلي، البراديغم السيبرنطقي. (سعد، 2017، 185).

بالرجوع الى بحوث العينة المدروسة نجد ما يلي:

- كشفت الدراسة أن 22.5% من بحوث العينة لم تستند على أي مدخل نظري، 17.5% استخدمت أكثر من مدخل نظري (يصل الى ثلاث وحتى أربع نظريات أو مقاربات).

- النظريات الأكثر استخداما هي نظرية الاستخدامات والاشباع بنسبة 55%، انتشار المبتكرات بنسبة 17.5%، مقاربات التحليل السيميولوجي، البراديغم الوظيفي بنسبة 7.5% لكل منهما، ومثلت باقي النظريات مانسبته 7% وشملت: التفاعلية الرمزية، النظرية الاثوميتودولوجية، نظرية التدفق عبر مرحلتين، المقاربة السيبرنيطيقية، المقاربة النفسية الاتصالية، الاعتماد على وسائل الاعلام، نظرية الأنساق العامة، نموذج غروينغ وهانت، مدخل الممارسة المهنية، نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية، التمثلات الاجتماعية.

- إن الاعتماد على أكثر من نظرية في بعض البحوث يثير تساؤلا حول ما إذا كان الأفضل الاعتماد على نظرية واحدة أو على عدة نظريات في نطاق بحث واحد، خصوصا وأنها في أغلبها لا تشير إلى تبني كل فروض هذه النظريات أو تم اختيار فقط ما يخدم الدراسة وفق طريقة التجميع الاقصائية، التي تسمح فقط باختبار الفروض التي تهتم الدراسة، كما نجد أيضا أن بعض الباحثين يستخدمون نظريات تدرج ضمن التيار الكمي (الاستخدامات والاشباع) ضمن بحوثهم الكيفية التي يعتمدون فيها على نظريات (التفاعلية الرمزية، النظرية الاثوميتودولوجية، المنهج الإثنوغرافي)، دون توضيح لهذا الدمج، فيفتقد البحث بذلك إلى الدقة ووضوح الهدف، ويصبح عملا يتخبط فيه الباحث بين التقصي الحقيقي عن الظاهرة المدروسة وإعطاء شرعة علمية واتساقا غير معقول لرؤى متباينة.

- يمكن أن نرصد حضور البراديغمات الأربع السابق ذكرها، إلا أن أكثر البراديغمات حضورا في البحوث عينة الدراسة هو البراديغم الوظيفي والبراديغم السلوكي، وبنسبة أقل البراديغم التأويلي المتمثل أساسا في بحوث التحليل السيميولوجي، إضافة إلى وجود بحث وحيد اهتم بدراسة جمهور المستخدمين من منظور اثنوغرافي، أما البراديغم السيبرنيطيقي فكانت البحوث التي تبنت مقارباته نادرة (بحثين فقط).

- وظفت بحوث العينة المدروسة البراديغم السلوكي الذي يعترف لوسائل الإعلام بالقوة الكبيرة في تأثير وسائل الإعلام على الجمهور في دراسة مختلف تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الأفراد والمنظمات*

- الملاحظ على البحوث في هذا الجانب اهتمامها الكبير بدراسة التأثير/الأثر على الهوية بشكل عام المتضمنة للثقافة، الدين، اللغة، القيم، العادات... فأصبح البحث فيها هاجسا كما عبر عنه الباحث العياضي(2015) حين قال: "إن هاجس الهوية العربية الإسلامية الذي طغى على بعض البحوث عن مواقع الشبكات الاجتماعية قد نجم عن تمثل بعض الباحثين لهذه المواقع الذين يرونها دخيلة عن المجتمع وفرضت عليه؟ وستحدث لا محالة قطيعة مع عاداته وتقاليده وقيمه الاجتماعية وتنشئ روابط اجتماعية جديدة غير مسبوقة. وربما الأمر لا يتعلق بتمثل بقدر ما يرتبط باستنساخ فهم يرى أن كل تكنولوجيا جديدة هي عرضة لإنتاج مخيال يبرزها كمنتجة لمجتمع جديد"، وهذا ما ذهب اليه الباحثين فلاق ومعلوي (2018) حين أشارا الى تركيز البحوث على مقارنة مواضيعها وفق البراديغم السلوكي ولكن بهاجس "ديني" بالدرجة الأولى، لهذا تتردد مفاهيم القيم والسلوكيات والأخلاقيات كثيرا في هذه البحوث.

هذا الهاجس جعل الكثير من البحوث تدير ظهرها لفهم هذه المواقع الاجتماعية في المنطقة العربية، وتتنجج إلى تقديم وصفة لما يجب أن تكون عليه، وهكذا تسقط هذه الوصفة بسهولة في الوعظ والإرشاد، فلو مضت هذه البحوث إلى الواقع مباشرة، وسألت المستخدمين عم يفعلونه فيها بدون أحكام مسبقة، واستتظقت العقد التي تكون الشبكة التي ينشئونها عبر المواقع المذكورة لتأكدت

* على سبيل المثال: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية، أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا، انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين والأبناء في المجتمع الجزائري، تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي، دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية سيميولوجية-، صورة الثقافة العربية على الانترنت دراسة وصفية تحليلية للمواقع العربية، الأثر السوسيوثقافي للإنترنت على الطفل الجزائري، أثر استخدام الأنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الاعلامية واقع اللغة العربية على شبكة الإنترنت _أثر الإنترنت على القيم الدينية و الثقافية لدى الشباب الجامعي الجزائري استخدام الطفل لشبكة الأنترنت و أثره على العملية التربوية للأسرة الجزائرية القيم الاجتماعية و الثقافية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة استخدام المراهقين لشبكة الفيسبوك و علاقته بتعلقهم الأبوي، الانترنت واشكالية الهوية الثقافية في الجزائر الاثار الثقافية للإنترنت على جمهور الطلبة)

أنها جاءت بالجديد وأدمجته في القديم؛ أي أعادت تشكيل Reconfiguration التنظيم الاجتماعي القديم، وأعدت إحياء الانتماء إلى مسقط الرأس، وشدت من أواصر الارتباط بالأهل والأصدقاء والمعارف ومنطقة عيش الأهل والعائلة (العياضي، 2013، 42)

إن المدرسة السلوكية التي شهد عام 1913 مولدها، وبدأ نجمها بالخبو في السبعينيات من القرن الماضي، استعادت قوتها في الدراسات الإعلامية العربية والجزائرية، وبخاصة بعد انتشار البث الفضائي المباشر، وتزايد الاستخدام الاجتماعي للإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية. وبهذا ارتهن جزء غير قليل من البحوث الإعلامية في المنطقة العربية إلى التفسير السببي البسيط لتأثير الوسيلة القوي والمنفرد واستجابة الجمهور الضعيف والساكن والمنصاع لتأثيرها (العياضي، 2014، 15)، لا يمكن للبحث في مواقع الشبكات الاجتماعية في سياق المجتمعات العربية المخصوص أن يحقق مكتسبات معرفية جديدة وأصيلة إذا بقي حبيس الروتين البحثي، منحصرًا في مسائل الاستخدامات من منظور جزئي أوفي دراسة التأثيرات وفق منظور تقليدي يعتمد على اعتبار الفيسبوك وسيلة أو أداة (الحمامي، 2015، 35)، وفي هذا السياق يقول الدكتور علي قسايسية (2007) : "إن هذه الدراسات تستند في أغلبيتها إلى نماذج Paradigms (تقليدية تشاؤمية و/أو تفاؤلية)، وضعت في ظروف تاريخية متعلقة بالتطور التاريخي العام وبتاريخ تطور وسائل الإعلام الجماهيرية وملابسات بيئات اجتماعية واقتصادية وتكنولوجية، لم تعد قائمة في المجتمعات المرجعية نفسها".

وبالتالي فإن التركيز على براديجمات بعينها تجاوزها الزمن حتى في البيئات التي أنتجتها يؤدي إلى إعادة إنتاج بحوث متماثلة لا تحقق أي تطور أو تقدم في تناول الظواهر الاتصالية والإعلامية في البيئة الجزائرية (فلاق ولعلاوي، 2018، 97) في منطقتي المدرسة الوظيفية التي امتلكت شرعيتها في الدراسات الإعلامية في الستينات، من القرن الماضي، عندما قبلت الجماعة العلمية فكرة أن الميديا « لا تملك إلا القليل من التأثير، كما التف هذا التيار إلى دراسة الجمهور والتوقعات الخاصة بالحاجات التي يصبو إليها، إن المقاربات التي يتيحها «البراديجم الوظيفي» عديدة (الاستخدامات والاشباع، تدفق المعلومات عبر مرحلتين، ترتيب الأولويات...)، ونستطيع

من خلال بعضها أن نحمل وسائل الاتصال الجماهيري وظائف ظاهرة أو مستترة: وظيفة التسلية ووظيفة الإعلام (الإخبار) ووظيفة اللهو، ووظيفة تعزيز القيم.

ونستطيع كذلك، أن نحمل وسائل الاتصال الجماهيري اختلالات وظيفية ظاهرة أو مستترة: اللامبالاة، الغزو الثقافي، تدني الفكر النقدي، زيادة التقيد بالعرف الاجتماعي (سعد، 2011، 32، 33) وإن كانت هذه المدرسة تفند التأثير القوي والموحد والمباشر لوسائل الإعلام في الجمهور كما تزعم المدرسة السلوكية، باعتبار أن هذا الأخير ليس كتلة واحدة تفكر بطريقة واحدة، بيد أنها لم تستبعد أبداً فكرة التأثير الاجتماعي الذي لا تراه في قيام وسائل الإعلام بتضليل الجمهور، بل في إغرائه، لأن الجمهور في نظرها يتمتع بالاستقلال الذاتي والعقلانية، لكن الإغراء من أجل ماذا؟ فالتأثير لا يمكن أن يكون عنصراً مستثنى من الإجابة عن هذا السؤال بالفعل فإن مركز انشغال هذه المدرسة في علاقة الوسيلة بالجمهور تكمن في الوظيفية، فوسائل الإعلام جملة من الوظائف يجب أن تجسدها، كما أوضحها منظروها: هارولد لاسويل، بول لازرسفيلد، وولبر شرام... وإذا حادت عنها يتعرض النظام الاجتماعي لخلل وعدم توازن ولتصحيحهما يجب التدخل لتعديل مضمون ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيري بما يتلاءم والوظائف المنوطة بها (العياضي، 2016، 16)

لقد كشف تحليل بحوث العينة المدروسة على توجه أغلبها لدراسة مواضيع الإعلام الجديد بالاعتماد على البراديجم الوظيفي، وبشكل مبالغ فيه الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع، فهي ترى وسائل الإعلام الجديدة أنها أداة بسيطة تعمل على تلبية حاجات المستخدمين وتشبعها.

فتحولت هذه النظرية إلى أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام الجديدة، وبهذا تقع في تناقض صارخ. فمن جهة تقدم تبريراً وظيفياً جاهزاً لجنوح مستخدمي الانترنت نحو استخدام المواقع المذكورة (إشباع الحاجات)، وتسجل في ذات الوقت مأخذاً أخلاقياً على هذا الاستخدام الذي يؤدي إلى الانحراف والانحراف! بل لقد زج بهذه النظرية لاستقراء علاقة بعض الفئات الاجتماعية بمواقع الشبكات الاجتماعية في صناعة ظواهر اجتماعية معقدة، مثل تشكل الرأي العام. (العياضي، 2013، 44)

رغم استناد جل البحوث على نظرية الاستخدامات والاشباع التي في جوهرها أعادت الاعتبار للمتلقي وانتقلت من التساؤل عن ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما يفعله هو بها؟، إلا أن هناك قصورا في استخدام البراديجم الوظيفي الذي يعود إلى اهتمامه المفرط بمضمون الرسالة التي ينطلق منها في تحديد التأثير والأدوار، وبالتالي إغفال الجمهور أو المتلقي أو المستخدم. ذلك أن نظرية الاستخدامات والإشباع التي راج استخدامها في البحوث الأجنبية في مجال الإعلام لم تخرج عن منطق الوظيفية لكنها وظيفية بالمقلوب، أي أنها تنطلق من الجمهور بدلا من وسيلة الإعلام للحديث عن الوظائف، بمعنى أنها لا تركز على الاستخدام في حد ذاته كنشاط منتج في عملية الإعلام، بل انشغلت بالإشباع المرتبطة بالحاجات، فقربتها من الوظائف (العياضي، 2016، 16)

- أما عن كيفية توظيف الباحثين للنظرية أو المدخل وما إذا كان ملائما للدراسة فقد أوضح تحليل البحوث سطحية تناول وتوظيف النظرية في أغلبها، وأيضا في اختبار فروضها حيث أثر العديد من الباحثين وضع النظرية كديكور لتجميل شكل دراستهم دون توظيفها أو مناقشتها أو حتى اختبار فروضها، إذ اكتفى الباحثون بعرض مطول في كثير من الأحيان للنظرية دون توضيح لطريقة توظيفها لمعالجة مشكلة البحث، كما أن جل المداخل النظرية المعتمدة في مقارنة مواضيع الإعلام الجديد هي نفسها المداخل المعتمدة في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، أي ان الباحثين لم يكلفوا أنفسهم عناء البحث والتمحيص لاختيار أنسب المداخل أو على الأقل محاولة تكيف المتوفر وذكر صعوبات دراسة هذا النوع .

في هذا الشأن يرى "كيم وويفر" أننا ما زلنا بحاجة إلى تطوير مفاهيم جديدة، مناهج ونظريات أكثر ملاءمة بناء على تلك الموجودة حاليا، فلا شك أن العديد من مفاهيمنا ونظرياتنا الحالية لا تزال مفيدة على الرغم من التغيرات السريعة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مثل وضع الأجندة، نظرية التبعية، التأطير الإعلامي، ومعالجة المعلومات، وفجوة المعرفة، ودوام الصمت وتأثير الشخص الثالث...، ويمكن أن تظل طرقا مفيدة في بيئة الاتصال الجديدة ولكن لكي تظل كذلك يجب تنقيح هذه الأفكار وتكميلها بمفاهيم ونظريات جديدة (Kim,Weaver,2002,521)

فقد أصبح من الضروري إعادة تعريف المفاهيم والوحدات التقليدية المستخدمة سواء في النظريات الاتصالية أو الاجتماعية، حيث تعاني من ارتباك واضح في مفاهيمها بسبب توسط التقنيات الجديدة للنشاطات الإنسانية والاجتماعية (بخيت، 2016، 14)

وهذا ما نراه شبه غائب على مستوى البحوث الجزائرية فهي لم تسعى إلى البحث عن المداخل النظرية المستحدثة لدراسة الإعلام الجديد ولا على كيفية تطويع القديم لدراسة الجديد بل اكتفت بدراسة وسائل الإعلام الجديد بذهنية دراسة وسائل الإعلام التقليدية، كما أن نسبة لا يستهان بها من البحوث لم تستعن بأي مدخل نظري.

إن الاستغناء عن النظريات في البحث أو ذكرها دون تشغيلها يطرح التساؤل حول طبيعة الإشكاليات التي تطرحها هذه البحوث. فالإشكالية ذات صلة وثيقة بالبناء النظري لموضوع البحث. ومن الصعب بناء هذا الأخير من دون الاستعانة بنظرية ما. ولعل عدم فهم ماهية النظرية أسهم في تغييب طرح الإشكالية (العياضي، 2016، 13).

في هذا السياق أشار الباحث العياضي إلى أن: "بعض المقاربات النظرية والمنهجية التي ندرس بها الإعلام " التقليدي" تصلح لدراسة الميديا الجديدة ، وبعض المواضيع في مجال الميديا الجديدة تتطلب جهدا أكثر وأدوات مستجدة. فالكثير من البحوث في الجامعات المتطورة أصبحت تعتمد على ما يعرف بـ " المناهج الرقمية Digital Methods وهي غائبة في البحوث في الجامعة الجزائرية، لأسباب مختلفة منها على وجه التحديد " التخلف الرقمي" الذي تعاني منه المؤسسات الجامعية الجزائرية من جهة، ومن جهة أخرى إن استخدام هذه المناهج يحتاج إلى الكثير من التطبيقات وبرامج الكمبيوتر التي يجب على الجامعة شراءها لأن سعرها فوق طاقة الطالب/الباحث.

وهو ما أشار إليه "سونغ تاي كيم" (2009) في دراسته بقوله أننا مازلنا بحاجة إلى استخدام العديد من مفاهيم ونظريات الاتصال الحالية لشرح والتنبؤ بالتغيرات السريعة في تكنولوجيا الاتصالات الجديدة، كما نعتقد أن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات في هذا المجال، إلى جانب تطوير مفاهيم ونظريات جديدة خاصة ببحوث الأنترنت.

3. العدة المنهجية لبحوث العينة المدروسة:

1.3. المناهج البحثية:

كشف تحليل بحوث العينة المدروسة عن تركيز أغلبها (92.1%) على استخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، الذي جاء تحت مسميات عدة منها: المسح الوصفي، المنهج الوصفي بأسلوب المسح، المسح بالعينة، المسح الإعلامي، المسح الاجتماعي، الوصف التحليلي بأسلوب المسح، منهج وصفي بالمسح....، إن من هذه الأسماء ما يعكس أنواع المسوح ومنها ما يشير إلى اعتبار المسح في بعض البحوث أسلوباً يندرج ضمن المنهج الوصفي وبغض النظر عن هذا الجدل في اعتباره أسلوباً أو منهجاً*، فإن أغلب البحوث قد استخدمت المسح، وجاء المسح الميداني بنسبة 72.2% أما المسح التحليلي فنسبة 5.7% وجاءت البحوث التي استخدمت المسح الميداني والتحليلي معا بنسبة 14.2% وتشير هذه النسب إلى توجه أغلب البحوث إلى دراسة الجمهور والقائم بالاتصال بدل المحتوى الإعلامي، أما باقي المناهج فجاءت بنسب ضئيلة فالمنهج السيميولوجي جاء بنسبة 7.9%، والمنهج المقارن بنسبة 5.2%، أما المنهج التاريخي منهج دراسة الحالة، المنهج الكيفي فجاءت بنسبة 2.6% لكل منهما، كما كشف التحليل عن استخدام 18.5% من الباحثين أكثر من منهج في البحث الواحد، وما يغلب على هذا الاستخدام عدم التكامل المفترض توفره حين يلجأ الباحث إلى استخدام أكثر من منهج فيما يعرف بالمنهج التكاملي الذي يزيد من إمكانية الباحث في الوصول إلى المعلومات الصحيحة والنتائج الدقيقة، خصوصا في دراسة ظواهر ومشكلات متشابكة كما هو الحال في دراسة مواضيع الإعلام الجديد إلا أن أغلب بحوث العينة المدروسة التي جمعت بين أكثر من منهج في إطار الدراسة الواحدة كانت بعيدة عن تحقيق الهدف من هذا الجمع فلم تقدم مبررات له ولا عن كيفية توظيفها في البحث، فمنها مثلا من زواج بين المنهج المسحي ومنهج التحليل السيميولوجي، ومنها من جمعت بين المنهج الكيفي والمنهج المسحي مع الاختلاف الكبير في الرؤى والمنطلقات والتوجهات الفكرية

* هناك من يشير إلى ضرورة التفرقة بين مصطلحين في هذا المجال فيقصد بالأسلوب العلمي ذلك الإطار الفكري الذي يعمل وفقه عقل الباحث، أما منهج البحث العلمي فيعني الخطوات التطبيقية لذلك الإطار الفكري.

وغياب التبرير العلمي لهذا الاستخدام، كما نلاحظ على بعض البحوث الخلط بين المقارنة والأداة وبين المنهج والأسلوب، ويترتب عن ذلك أخطاء إجرائية.

إن الأرقام الإحصائية السابق ذكرها تشير إلى غلبة الاتجاه الوصفي على اتجاه البحوث العربية بشكل عام والجزائرية بصفة خاصة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء حاجة باقي المناهج لعدد من المهارات البحثية التي قد لا تتوفر بالشكل الكافي لقاعدة الباحثين في مجال الإعلام، ولعل النتيجة السابقة تؤكد ثبات الحقل الإعلامي العربي في مرحلة وصف الواقع ورصده دونما القدرة على تخطى ذلك لمرحلة تقديم رؤى تفسيرية وتقييمية نقدية وتقييمية قادرة على التنبؤ واستشراف سيناريوهات المستقبل (أبو يوسف وفرج عبد المقصود، 2015، 76)

- كشف التحليل أيضا أن 90% من بحوث العينة المدروسة هي بحوث كمية، فقط 10% منها بحوث كيفية هي في أغلبها بحوث سيميولوجية (باستثناء بحث واحد فقط هو بحث اثوغرافي) ترجع في الأساس إلى فتح تخصص سيميولوجيا الاتصال، الذي يوجب على المنتسبين له القيام ببحوث ضمن تخصصهم، ويشير هذا التوجه شبه الكلي للبحوث إلى التيار الكمي في الجزائر إلى اعتقاد خاطئ بأن علمية البحث تقتضي استخدام الأرقام والإحصائيات والرسوم البيانية، وينظر جراء ذلك إلى الظواهر الإعلامية والاتصالية بنظرة ميكانيكية" قريبة جدا إلى ما يحدث في العلوم الدقيقة، مع أن هذه "الصورة بدأت تتغير منذ بداية الربع الأخير من القرن العشرين، حينما أخذ عدد من العلماء يوجهون إلى البحوث الكمية الإحصائية نقدا شديدا، طال فلسفتها ومرجعيتها وطرق تفسير نتائجها وكثر الحديث عن المناهج الكيفية بوصفها أكثر ملاءمة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، وبدأت هذه المناهج تجد قبولا في الدوائر الأكاديمية بصورة عامة (فلاق ولعلاوي، 2018، 98).

قد يستنتج مما سبق أنه يتوجب الاستغناء عن البحوث الكمية والاتجاه إلى البحوث الكيفية، وهذا استنتاج خاطئ، وذلك لأن الجدل حول الكمي والكيفي الذي عاش ردحا من الزمن لم يؤد إلى الاقتناع بتناقضهما. فعلى الرغم من أن البحوث الكيفية وجدت حيويتها في دراسة الوسائط الجديدة، إلا أن البحوث الكمية ما زالت تقدم إنارة معرفية لدراسة الظواهر الإعلامية (العياضي، 2016، 18).

فالظواهر الاتصالية الجديدة تحتاج فعلا إلى تنوع المناهج والأدوات البحثية وتكامل ما بين الكمي والكيفي منه، باعتبارها ظواهر انسانية واجتماعية واتصالية لا يمكن رصدها وتحليلها وتفسيرها كميًا فقط، فثمة أبعاد أخرى قيمية وسلوكية تقتضي استخدام أدوات كيفية أيضا لاكتشاف أبعادها مع الاخذ بعين الاعتبار الدوافع الكامنة وراء آراء وقيم واتجاهات وسلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الجماهيري وعدم الاقتصار على تحليل آراء ومواقف واتجاهات المستخدمين بشكل كمي فقط (بخيت، 2016، 16)، وبالتالي فإن تبني أسلوب بحثي واحد والانغلاق عليه في دراسة ظواهر الإعلام الجديد، رغم أنها تحمل أبعادًا متنوعة ولا يمكن دراستها بدقة من خلال أسلوب بحثي واحد يدرسها على نحو تقليدي يؤدي إلى بروز إشكالية واضحة في قدرة البحث العلمي على تقديم معرفة جديدة تفسر الظاهرة وتضيف للتراث العلمي، إذ أن المناهج وأدوات البحث الكمية لا تمكن الباحث من إدراك التفاصيل المرتبطة بسياق الظاهرة وتفاعلاتها (عبد المجيد، 2015، 08).

إن الاعتماد المنهج الكمي العددي ذي النشأة الأمريكية في البحوث الجزائرية مبالغ فيه في حين يتم شبه إهمال للمناهج الكيفية التي أضحت قادرة على مقارنة العديد من الإشكاليات المتعلقة بظاهرة الإعلام الجديد التي لا تقبل التكميم في العديد من ظواهرها*

ومن الواضح أن النزوع باتجاه الدراسات الكمية مرده إلى أنها دراسات لا تتطلب من الباحث خلفية معرفية كبيرة لقراءة النتائج ودراسة الظاهرة، بينما الدراسات الكيفية والمختلطة تفرض زادا معرفيا كبيرا يتم من خلاله قراءة الظاهرة من جميع جوانبها، وتفسيرها وتبرير النتائج المتوصل إليها ، ومجال الإعلام الجديد مازال بالنسبة لنا في حاجة إلى دراسة وفهم واستيعاب.

وهذه المشكلة مطروحة حتى في البحوث الكلاسيكية، والقضية تطرح في مسألة الانسجام بين الرؤية المعرفية والأدوات المنهجية المستخدمة، ففي كثير من الأحيان يجد الباحثون الجزائريون صعوبات في تجاوز رذات الفعل الكلاسيكية القائمة على صنمية الأرقام والإحصائيات ... لكن مع ذلك هناك توجه جديد يميل إلى استخدام أدوات منهجية كيفية مثل التحليل السيميولوجي وتحليل الخطاب، هذا الأخير بدأ يفرض نفسه (فلاق ولعلاوي، 2018، 99)

* وفق ما جاء في المقابلة مع الأستاذ جمال العيفة (قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة)

2.3. الأدوات البحثية:

- يشير التحليل إلى أن 26.3% من بحوث العينة المدروسة قد اعتمدت على أداة واحدة في حين اعتمدت 73.7% على أكثر من أداة، وكانت الأدوات الأكثر استخداما هو الاستبيان بنسبة 76.3%، تلتها الملاحظة بنسبة 55.2%، ثم المقابلة بنسبة 44.7%، فتحليل المحتوى بنسبة 18.4%، وأخيرا جاءت الطريقة الوثائقية أو المكتبية ودراسة الحالة بنسبة 7.8%، واعتمدت أغلب البحوث على هذه الأدوات في شكلها التقليدي على الرغم من تركيز البحوث في المقام الأول على دراسة الانترنت الا انها لم تلجأ اليها كوسيلة لجمع البيانات سوى بنسب قليلة فاستخدمت الاستبيان الالكتروني بنسبة 15.8%، المقابلة الالكترونية (5.2%)، الملاحظة الالكترونية (7.8%)، وهذا رغم ما توفره الانترنت من جهد ووقت ووزارة في المعلومات وقدرة في الوصول إلى الأفراد.

- الملاحظ على البحوث كثرة استخدام الاستبيان مرفوقا بالمقابلة والملاحظة وهذا بمبرر أو بدونه حتى اصبح الامر وكأن هذه الادوات تعمل معا ولا يمكن الاستغناء عن أي منها، والملاحظ على الكثير من البحوث المستخدمة للملاحظة والمقابلة هو غياب دليل لهما ولا توجد معلومات عن كيفية توظيفهما في البحث وما هي البيانات التي تم جمعها بواسطتهما وهذا ما يطرح تساؤلا عن سبب الاعتماد على أدوات لا يتم استخدامها؟؟، لذا نجد أن أغلب البحوث التي تستخدم أكثر من أداة بحثية في الواقع لا تستخدم سوى أداة واحدة بشكل أساسي، أما الأداة الثانية أو الثالثة المستخدمة في البحث لا يتم توظيفها بشكل مقنن علميا، على عكس البحوث الأجنبية التي تستخدم أكثر من أداة ؛ فإنها تقوم بعمل دراسة لكل أداة ومقارنة النتائج المنبثقة عن كل أداة (محسب، 2007، 30).

كما نلاحظ أيضا غياب الاعتماد على بعض الادوات المهمة خصوصا في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية مثل المجموعات المركزة المقابلات المتعمقة، تحليل الخطاب

- إن كثرة استخدام الاستبيان أدى الى ترسخ في ذهن الطلبة أنه لا يمكن تصور بحث من دون استبيان، متجاهلين أن المعلومات المستقاة بوسائل غير لفظية مباشرة، أعلى وأكثر مصداقية.

صنمية الاستبيان تدفع بعض الطلبة حتى إلى تكييف دراستهم لتتوافق مع الاستبيان تقاديا لاستخدام أدوات أخرى تتطلب مجهودا فكريا وإجرائيا أكبر (فلاق ولعلاوي، 2018، 102) فالاستبانة التي وظفتها العديد من البحوث تحولت إلى أداة تبريرية لإعادة إنتاج الأفكار الشائعة والسائدة في المجتمع فعالم الاجتماع المغربي محمد جسوس كشف عن امثالية هذه الأداة في المجتمع المغربي بالقول أن الاستبانة تكون ممكنة إذا كان للمغربي رأيا شخصيا وفريديا متمايزا ومغايرا للرأي الجماعي السائد (العياضي، 2015، 38)

فبخصوص منهجية دراسة الاعلام الجديد، فإن أغلب الباحثين لازالوا رهينة المنهجية القديمة الخاصة بوسائل الإعلام، لذلك يتعين على الباحثين ضرورة تحيين معارفهم المنهجية لتتلاءم مع منهجية البحث في الإعلام الجديد* فبعض هذه البحوث تعاني من خلل منهجي واضح بمعنى أن الباحث لم يهتد إلى الأدوات البحثية المناسبة للإشكاليات المناسبة.

" لهذا من الضروري أن يقتنع الباحثون بأننا أمام ظاهرة جديدة وبخصوصيات تتطلب أدوات منهجية مناسبة، والمبشر أن هنالك من يستخدم ادوات منهجية جديدة، مثل النتوغرافيا وتحليل الخطاب، وهذا شيء جيد[†]

3.3. مجتمع وعينة البحث:

- يبين التحليل ان 53.9% من بحوث العينة المدروسة تذكر مجتمع البحث دون تحديد لحجمه فقط 23% منها ذكرت مجتمع بحثها مع تحديد لحجمه بدقة، في حين 23.1% لم تذكر أبدا مجتمع البحث، إن عدم ذكر مجتمع البحث وعدم تحديد حجمه بدقة يؤثر سلبا على باقي الاجراءات المنهجية مثل اختيار العينة الملائمة والممثلة لهذا المجتمع، وبالتالي لا يمكن تحديد امكانية تعميم نتائج هذه البحوث من عدمه (خصوصا وان أغلب البحوث كمية)، وقد يرجع ذلك الى غياب الاحصائيات والبيانات الكافية التي يمكن الاستفادة منها في البحث العلمي، هذا من جهة ومن جهة أخرى فان طبيعة بعض المواضيع في الإعلام الجديد تجعل من الصعب تحديد

* وفق ما جاء في المقابلة مع الأستاذ جمال العيفة (قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة)

† وفق ما جاء في المقابلة مع الأستاذ أحمد فلاق (كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر)

حجم مجتمع البحث* ، إلا أن هذه الأسباب لا تبرر للباحث عدم تحديد مجتمع بحثه خصوصا ما تعلق بالبحوث المهمة بدراسة الطلبة الجامعيين أو الأساتذة الجامعيين أو التلاميذ.. لأنه يمكن الحصول على معلومات كافية عنهم، وهذا ينم عن قصور واستسهال من قبل بعض الباحثين.

- إن أغلب البحوث عينة الدراسة كانت ميدانية، متجهة نحو دراسة الجمهور/ المستخدمين من فئات مختلفة (أساتذة، طلبة، اطفال، صحفيين...)، غير أن الملاحظ عليها هو تركيزها على فئة الشباب التي حصرتها العديد من البحوث في الطلبة الجامعيين، أن هذا الاقتصار في اعتقادنا لا يمثل فئة الشباب كلها التي تضم الطلبة وغير الطلبة، كما أنه لا يعكس اهتمام هذه الشريحة بالإعلام الجديد دون باقي الشرائح فاستخدام وسائل الاعلام الجديد وتأثيراتها لا يقتصر على الشباب فقط، هذا التوجه المبالغ فيه نحو فئة الشباب يقودنا إلى الاعتقاد بأن رغبة الباحث في اتمام بحثه في أقل وقت وبأقل جهد يدفعه الى اختيار عينة من الطلبة الجامعيين -طلبة الإعلام والاتصال بشكل خاص- لأنها متاحة وسهلة الوصول متجاهلين باقي الشرائح التي قد تحتاج جهدا ووقتا لدراستها.

- يبين التحليل أن 97.4% من بحوث العينة المدروسة قد حددت حجم العينة سواء الميدانية أو التحليلية، لكن الملاحظ على جل البحوث (باستثناء بحث واحد) عدم تحديدها لنسبة العينة من مجتمع البحث ولم تقدم تبريرا للعدد المختار، وهذا راجع بالأساس الى عدم تحديد حجم مجتمع البحث كما أسلفنا الذكر، فحتى نضمن بالفعل عملية المعاينة (تصميما وتنفيذا) لا تكفي معرفة تقنيات المعاينة بل يجب أيضا تحديد مجتمع الدراسة ومعرفة مفرداته لأنها تشكل الاطار الذي تستخرج منه العينة وبالتالي كلما زاد اتقان هذا الاطار كلما تقلصت التحيزات التي تطرأ نتيجة الجهل به (دليو، 2016، 126)، كما كشف التحليل أن الباحثين خصوصا ما تعلق بدراسة الجمهور/ المستخدمين يختارون ما بين 80 و1131 مفردة وفي الغالب دون تفاصيل ودون أسباب لهذا الاختيار، وبالتالي فمشكلة حجم العينات تعد من أكبر التحديات التي تواجه الباحثين في بحوث الإعلام الجديد.

* سيتم شرحها بالتفصيل في عنصر الاشكاليات التي تعاني منها بحوث الاعلام الجديد.

إن صغر حجم العينة أو اتساعه يتوقف على الهدف من الدراسة ولكن في ذات الوقت فإن زيادة حجم العينة يسهم بشكل كبير في الحصول على نتائج أكثر دقة، وبالتالي التقليل من الخطأ العيني في النتيجة إلى حد ما، ومع ذلك فإن المفردات إن لم تكن ممثلة لمجتمع البحث ومهما كبر حجمها فلن تحظى نتائج الدراسة بالمصداقية المطلوبة، ولهذا فإن تحديد مفردات أي عينة لابد وأن يكون وفقا لمعايير علمية لا وفقا لأهواء الباحث.

- أما فيما يخص أنواع العينات التي اعتمدت عليها بحوث العينة المدروسة فقد أظهرت الدراسة تركيز معظم الباحثين على العينات الغير احتمالية بنسبة (74.35%) وجاءت في مقدمتها العينات القصدية بنسبة 61.63%، أما عن البحوث التي اعتمدت على العينات الاحتمالية فجاءت بنسبة 25.64%، واعتمدت في مجملها على العينة العشوائية وقلة منها اعتمدت على العينة الطبقية متعددة المراحل، أما البحوث التي اعتمدت على المسح الشامل فكانت تلك المهمة بدراسة المؤسسات بنسبة 5.12%، إن اتجاه أغلب البحوث إلى استخدام عينات غير احتمالية وخصوصا العمدية منها وفي كثير من الاحيان دون وجود أي مبرر لهذا الخيار يعكس استسهال بعض الباحثين وعدم تحريم الدقة العلمية الواجب توفرها اثناء القيام ببحث علمي، كما أن تركيزهم على هذا النوع من العينات يمثل تحيزا كبيرا في نتائج تلك البحوث الناتج عن اختيارهم لعينات يسهل التطبيق عليها دون النظر إلى ما ستضيفه للبحث أو مدى ملاءمتها لأهدافه، فاستخدام أحد أساليب المعاينة (احتمالي أو غير احتمالي) يخضع لخصوصيات كل مجتمع بحث وهذا يعني أن استخدامها ليس اعتباطيا لأن كل أسلوب يكون مناسباً لوضعية معينة، ومع ذلك قد نجح أحيانا في الواقع إلى استعمال التقنيات الممكنة بدل التقنيات الدقيقة بسبب نقص المعطيات المتوفرة حول المجتمع أو ارتفاع تكاليف بعض التطبيقات (دليو، 2016، 128)، ومع أنه يمكن الجنوح عن استخدام التقنيات الدقيقة خصوصا للأسباب السابق ذكرها والتي تظهر بقوة لدى لجوء الباحث إلى دراسة الانترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة.

أما عن جمع بعض الباحثين للأسلوبين معا في نطاق دراسة الجمهور/ المستخدمين كاختيار العينة العشوائية والقصدية يثير التساؤل عن سبب هذا الجمع والهدف منه خصوصا أن الباحث يظهر نية التعميم على كل مفردات البحث.

فرغم أن هذه النوعية من العينات لا تحتتمل إعطاء التمثيل المنشود لبقية مفردات المجتمع وأن نتائج أية دراسة تعتمد هذا النوع من العينات لا تمثل سوى المفردات التي أجريت عليها وبالتالي لا يصح إجراء اختبارات إحصائية في دراسات تم اختيار عيناتها بهذه الطريقة، فإن الكثير من الدراسات قامت بعمل اختبارات إحصائية مما يمثل خلافا علميا (عبد العزيز، 2015، 18).

كما كشف التحليل أن الباحثين خصوصا ما تعلق بدراسة الجمهور/ المستخدمين يختارون ما بين 80 و1131 مفردة وفي الغالب دون تفاصيل ودون أسباب لهذا الاختيار، وبالتالي فمشكلة حجم ونوع العينات تعد من أكبر التحديات التي تواجه الباحثين في بحوث الاعلام الجديد. ليس فقط في البحوث الجزائرية أو العربية فحتى على مستوى البحوث الاجنبية توصلت دراسة "هيونغ كو" (2012) إلى أن حوالي 80% من البحوث التي تم فحصها تعتمد على العينات الغير احتمالية ما قد يضع تعميم النتائج الواردة في البحوث موضع تساؤل، نظرا لكون هذا النوع من العينات لا يمكن الباحثين من التأكد من تحقيق التمثيل الواجب توفره، ويمكن تحسين بحوث وسائل التواصل الاجتماعي في المستقبل من خلال دمج طرق المعاينة الاحتمالية لتعزيز تمثيل السكان (Hyoungkoo, 2012, 20)

ركزت جل البحوث التي تضمنتها عينة هذا البحث على استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، وموقع شبكة الفيسبوك بالدرجة الأولى ثم اليوتوب، وإن كان مفهومها للشباب يختصر في طلاب الجامعات والمدارس الثانوية، فهذا الاختصار لا ينم في اعتقادنا، على إيمان الباحثين أن استخدام مواقع الشبكات يقتصر على الشباب دون بقية الشرائح الاجتماعية في المجتمعات المدروسة، بقدر ما يستجيب للرغبة في إنجاز بحث في أقصر مدة ممكنة وبسهولة فمجتمع البحث أي الطلبة الجامعيين في متناول اليد وهذا خلافا للبحوث التي اشتغلت على مجتمعات بحث أصعب، وهي قليلة مع الأسف. إذا أين هي حدود الايديولوجيا والعلم في البحوث التي تناولت مواقع الشبكات الافتراضية؟ (العياضي، 2015، 35)

4. نتائج بحوث العينة:

إن طبيعة نتائج أية دراسة نظرية أو ميدانية أو تطبيقية تتوقف أولا على الطرح الواضح للإشكالية ودقة الأهداف المتوخاة والتحكم في الأدوات المنهجية المستعملة والقدرة على التحليل

الكيفي والربط بين مختلف المتغيرات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالظاهرة موضوع الدراسة والتحليل (قسايسية، 2007، 204)، فما هي طبيعة النتائج التي توصلت إليها بحوث الاعلام الجديد عينة الدراسة؟ إن محاولة الإجابة على هذا السؤال وانسجاما مع النهج المتبع في هذه الدراسة والتزاما بطريقة العرض والتحليل المعتمدة، نتطرق فيما يلي إلى أبرز الخلاصات التي توقفت عندها الدراسات، مفردات العينة، معتمدين في ذلك على تقسيمها الى محاور تسهل فهم ما توصلت اليه البحوث، واستندنا في هذا التقسيم على ان البحوث في علوم الإعلام والاتصال تركز استناداً إلى طبيعة الاتصال على محاور ثلاثة:

- **المحور الأول:** الجوانب الاجتماعية والثقافية لوسائل الاتصال، وفيها يتناول الباحثون، التأثيرات المتبادلة لوسائل الاتصال وذلك على السلوكيات، تعزيز الآراء أو تغيير القيم، وهذا يجري تناوله من زاوية التفاعلية، أو علم النفس السلوكي....

- **المحور الثاني:** محتوى الرسائل الإعلامية : يعالج، هذا المحور، من البحث، جانباً من جوانب العملية الاتصالية الرسالة، أو الرسائل المتبناة.

- **المحور الثالث:** الاتصال المنظم: التنظيم يشكل أرضية ملائمة لدراسة الاتصال، ومن غير الممكن فصل الاتصال عن التنظيم، في هذا المحور، وحسب بعض الباحثين، أصبح التنظيم تجريداً، لا يتجسد إلا بالاتصال، عبر الرسائل الشفهية والمكتوبة، وغير الفعلية، والإعلامية (سعد، 2011، 25)

مما سبق وبالاطلاع على بحوث العينة المدروسة أمكن تصنيف النتائج التي توصلت إليها هذه البحوث وفق محاور رئيسية ثلاث هي:

- استخدامات الإعلام الجديد
- تأثيرات/أثر الإعلام الجديد
- محتوى ومصادقية الإعلام الجديد

1. استخدامات الاعلام الجديد:

يهتم هذا المحور برصد نتائج البحوث التي اهتمت بالاستخدامات المتنوعة للإعلام الجديد (من الانترنت، المواقع الالكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الصحف الالكترونية....) من قبل مختلف أصناف الجمهور/ المستخدمين وقد اهتمت البحوث بفئات مختلفة من فئات المجتمع (الاطفال، المراهقين، الشباب، الطلبة، الاساتذة، الجمهور بصفة عامة...) وتتمثل أهم نتائج هذا المحور في الآتي:

1.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدامات الطفل الجزائري للإعلام الجديد:

توصلت البحوث في هذا الجانب إلى أن استخدام الانترنت أصبح جزءا من يوميات الطفل الجزائري وهذا الاستخدام يكون كثيفا كلما غابت رقابة الوالدين* ، ويمتلك الطفل الجزائري مهارة عالية في التعامل مع الوسائط الجديدة خاصة الحاسوب والانترنت، ورغم تعدد استخدامات كل وسيط إعلامي جديد، إلا أن في مقدمة استخدامات الطفل إهمال الجوانب العقلية التعليمية، والتركيز على لعب الألعاب الإلكترونية، والتسلية والمتعة فقط وهذا ما رفع من ارتيادهم لصالات اللعب ومقاهي الانترنت، خاصة الذكور، وبالتالي تشكل الوسائط الإعلامية الجديدة البيئة الأساسية لزيادة تعلق الطفل الجزائري بالألعاب الإلكترونية ، وتبنيه لاستخدامها للعب، وكانت أكثر أنواع الألعاب تفضيلا، ألعاب القتال، الحروب والمغامرات.

وجاء ترتيب العينة للوسائط الإعلامية الجديدة، تبعا لتفضيل اللعب من خلالها التالي: الهاتف الخليوي، الانترنت، التلفزيون، الحاسوب، وذلك وفقا لعامل الانجذاب وسهولة الاستخدام وكم ونوع الألعاب الإلكترونية المتوفرة من خلاله، كما هناك فروق وفق متغيري الجنس والسن في اختيار نوع اللعبة ووسيلة اللعب وجاء الهاتف الخليوي والانترنت الأكثر استخداما وتفضيلا[†]

* انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين و الأبناء في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية لبعض أسر مدينة تبسة -

† الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة و تأثيرها في الطفل الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من أطفال ابتدائيات مدينة باتنة-

2.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدام الشباب الجزائري للإعلام الجديد:

في هذا العنصر اهتمت البحوث بدراسة استخدام الشباب الجزائري بصفة عامة والشباب الجامعي (الطلبة) بصفة خاصة لوسائل وتطبيقات الإعلام الجديد وأهم الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام وتوصلت البحوث في هذا الشأن إلى:

➤ فيما يخص استخدام الانترنت:

- إن معظم الشباب يعتمدون على الإنترنت للحصول على المعلومات التي تهمهم باعتبار أن هذه الوسيلة توفر المعلومات في مختلف المجالات وعلى مختلف الأشكال، وهي تعتبر لدى الشباب الوسيلة الأساسية لإشباع حاجتهم الإعلامية، واتضح أيضا أن أكثر الخدمات اعتمادا لدى الشباب هي البريد الإلكتروني لأنه يسهل الحصول على أخبار الأصدقاء دون بذل جهد أو وقت* ويستخدم الشباب الانترنت بصفة كبيرة جدا، إلا أن غالبيتهم لا يملكون الانترنت في البيت فيلجؤون الى مقاهي الانترنت ما يعني ارتباط استخدامها بتوفر الخدمة، الوقت والمال، ويعد موقع قوقل أكثر المواقع استخداما.

- يتجه الشباب الى استخدام خدمة البريد الإلكتروني، خدمة التحوار على الخط (لدى الثانويين والباطالين بصفة اكبر)، أما خدمة جماعات الحوار فهي قليلة الاستخدام كونها تفرض البقاء لوقت أكبر، كما يتجهون إلى استخدام المواقع الاخبارية بشكل أكبر من المواقع الرياضية والاقتصادية ومواقع الافلام (التوجه نحو مواقع عالمية بدل المحلية)[†]، أما عن استخدام الطلبة فقد احتلت الانترنت المرتبة الرابعة من بين وسائل الإعلام الأخرى في سلم اهتماماتهم، وذلك وراء التلفزيون والإذاعة، والجريدة، وأغلب الطلبة لم يغيروا استخدامهم لباقي الوسائل بسبب الانترنت، وبدأ أغلبهم استخدامها منذ سنة الى أربع سنوات ويستخدمونها عن طريق الحاسوب المحمول وبشكل غير منتظم بمتوسط حسابي 1.24 ساعة يوميا، أما عن أكثر خدمات الانترنت تفضيلا فهي: خدمة

* الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال - دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة-

†-الشباب و الانترنت -دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للإنترنت من منظور...نظرية الاستخدامات و الاشباعات-

الويب، خدمة البريد الإلكتروني، الدردشة ونقل الملفات، أما عن المحركات البحث الأكثر استخداما فكانت مرتبة كآآتي: فوجل، ياهو، هوتمايل، وليس هناك علاقة بين هذه التفضيلات وبين جنس وتخصص الطلبة.

كما أن أغلب الطلبة لم يقوموا باستخدام الانترنت بشكل سلبي، وكانت الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام مرتبة كما يلي: اشباعات معرفية، اعلامية، دينية، اجتماعية، نفسية وأخيرا اقتصادية*.

➤ فيما يخص استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- يستخدم الشباب الفايسبوك يوميا بانتظام لمدة تزيد عن معدل ثلاث ساعات يوميا في أماكن متعددة منها البيت بالدرجة الأولى باستخدام الحاسوب المنزلي أو الشخصي ، ثم أماكن العمل أو الجامعة، ونجد أن الصداقات على الفيس بوك هي من أولويات مستخدميه ثم التواصل بين الطلبة والأساتذة ورفقاء العمل، وكان مبررهم الأساسي في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة والاختراق ثم تجنب المضايقات خصوصا الاناث والإحراج و بدافع الحرية في التواصل وكذا التواصل دون أن يتعرف عليهم الغير، أما عن الإشباعات المحققة من وراء استخدام الفيس بوك فقد جاء في الأولوية الاشباعات الاجتماعية المتمثلة في التعرف على صداقات جديدة ، ثم الاشباعات المعرفية المتمثلة في زيادة الرصيد المعرفي للأفراد ثم الاشباعات النفسية المتمثلة في الهروب من الواقع[†]

3.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدامات القائم بالاتصال للإعلام الجديد:

في هذا المجال ركزت البحوث على العوامل التي تمكن من تطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال من خلال استخدامه للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، كما ركزت على دراسة استخدامات القائم على الاتصال لمختلف تطبيقات ووسائل الإعلام الجديدة (المدونات، الصحافة الإلكترونية... وكانت مجمل النتائج المتوصل إليها في هذا الجانب الآتي:

* جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة

[†]دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد -دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجا-

- يعتبر دخول وسائل الإعلام الجزائرية على النت متأخرا مقارنة بدخول الوسائل الأجنبية على هذه الخدمة الالكترونية، كما لم تصل بعد الوسائل الإعلامية الجزائرية الى مستويات متقدمة في تحديث صفحاتها على شبكة الانترنت فلا تزال هناك صحف جزائرية بعيدة تماما عن المجتمع الرقمي ولم تستحدث لها أي موقع الكتروني.

أما عن استخدام القائمين عليها لمصادر المعلومات عبر الانترنت فلم يرق الى المستوى الذي وصلت اليه هذه التقنيات. فلا زالوا يعتمدون بصفة كبيرة على الوسائل التقليدية كالعامل الميداني، برقيات وكالات الأنباء نظرا لارتباط الوسائل الوطنية بالأحداث الوطنية أكثر وكذا بسبب طابعها الحكومي، ويرتفع استخدام مصادر المعلومات الالكترونية من طرف الصحفيين الجزائريين لدى الفئة العمرية الشابة وتعتبر خدمة البريد الالكتروني هي مصدر المعلومات الأكثر استخداما من طرفهم لسهولة، وتأتي المعلومات الاخبارية على رأس انواع المعلومات التي يتحصل عليها الصحفي من المصادر* .

ان قلة استخدام الصحفيين الجزائريين للإنترنت في العمل الصحفي إيمانا منهم بضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز حاسب آلي موصول بالإنترنت لتسهيل استخدام هذه الأخيرة حيث يتحررون من عاملي الوقت والجهد الكبير المبذول لدى استخدام الإنترنت خارج المنزل، فالصحفي لا يريد التوقف في دائرة الإعلام التقليدي بل يحب التطلع واستكشاف آخر مستجدات عالم الاتصال ويحب دخول هذا العالم بالرغم من الإمكانيات غير المتاحة و الظروف الصعبة التي يعيشها، وتستخدم نسبة قليلة منهم مواقع الصحف الأجنبية على شبكة الإنترنت عند الضرورة بالموازاة مع قوة في استخدامهم للصحف الجزائرية والعربية على الويب[†].

أما عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فأوضحت الدراسة أن اغلب الصحفيون الجزائريون لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويفضلون استخدام الفايسبوك ثم اليوتيوب ثم تويتر بينما يندر أو ينعدم استخدامهم لموقع لينكدن وماي سبيس، ويفضل غالبية

* التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباعات دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية

† اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية دراسة ميدانية

الصحفيين المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل، ومن ابرز أهداف استخدامهم لمواقع التواصل هو الحصول على الاخبار وإعادة نشرها، استغلالها في الحوارات والدرشة، تبادل الآراء مع الصحفيين....*

وفيما يخص المدونات فتوصلت البحوث الى ان أغلب افراد العينة (المدونون) بدأوا التدوين من مدة سنة الى ثلاث سنوات، ويملكون مدونة واحدة، ويقضون من ساعة إلى ساعتين في التدوين خصوصا في فترة الليل، وجاء دافع الترفيه كدافع أول للتدوين لدى الذكور، أما الاناث فدافع التدوين الأول عندهم هو الدافع الاجتماعي[†]، كما يتميز المدونون الجزائريون بخصائص عامة: فالمدونون الجزائريون لا يدونون بانتظام و بدأوا نشاطهم التدويني متأخرا نوعا ما عن غيرهم وهم يدونون في مواضيع متنوعة أهمها القضايا الاجتماعية والتجارب الشخصية ويعتبر دافعي "التفاعل الاجتماعي" و التعبير عن الذات" أهم دافعين للتدوين لدى المدونين الجزائريين، وهم يفضلون الكتابة باسمهم الحقيقي والكامل ويستعملون اللغة العربية بشكل أكبر من اللغات الأخرى كما أنهم لم يتلقوا أي تدريب عن التدوين الالكتروني، كما يفضلون التواصل مع زوارهم بأكثر من وسيلة ويأتي السماح بالتعليقات والردود عليها على رأس هذه الوسائل فضلا عن أنهم قراء للمدونات ولا يكتمل نشاطهم التدويني إلا بالتفاعل مع مجتمع المدونين أمثالهم بالقراءة والتعليق والاقتناس..الخ[‡]

أما عن استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الاذاعة فقد توصلت النتائج إلى أن عدم قدرة القائم بالاتصال بالإذاعة على التعامل الجيد مع جديد الوسائل والتقنيات الاتصالية ينعكس سلبا على طبيعة المنتج الاذاعي الذي يوسم بالضعف من طرف المستمعين، كما أن

* استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر

† المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباكات

‡ التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات - دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين -

الانتاج الاذاعي المبني على التكنولوجيا الاتصالية الحديثة هو نتاج منطقي للبرامج والاستراتيجيات الواضحة المعالم والتي يسهر القائم بالاتصال على صياغة أبرز معالمها*

4.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدام الاعلام الجديد في التنظيمات:

إن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة توفر الوقت والجهد والمال، فمعظم مهني المؤسسة الوطنية ANEP يحسنون استخدام الانترنت وخدماتها ويوظفونها في مجال العمل الاشهاري في جل مراحل العملية الإشهارية، رغم وجود بعض العراقيل التقنية والبشرية التي من شأنها تعطيل و تشويه العمل الإشهاري بالمؤسسة الوطنية ANEP اضافة إلى عدم رضا المبحوثين بما هو موجود داخل المؤسسة من وسائل تكنولوجية وأن طموحهم ومستواهم يفوق هذه الامكانيات خصوصا وأن هناك استغلال ضعيف لخدمات البريد الالكتروني خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين واستعمال العمليات التقليدية (الكتابية والشفوية)[†]

أما عن استخدام المؤسسات لمواقع التواصل الاجتماعي فقد وظفت كل من مؤسسة موبيليس واتصالات الجزائر صفحاتهما الرسميتين عبر الفايسبوك في التعريف بنشاطاتهما، الا ان موبيليس توظفها بدرجة أكبر في حين اتصالات الجزائر توظفها لنشر الاعلانات بدرجة أكبر وتوظف المؤسستين الاسئلة التفاعلية في منشوراتها إلا أنها لا تطرحها في ما يخص سياساتها حيث كانت توظفها في إطار ترفيهي فقط وهو مؤشر على تبنيها نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتماثل.

- يعتبر نشر المؤسستين لنشاطاتهما في مجال المسؤولية الاجتماعية كأعلى نسبة ما ينعكس ايجابا على سمعتها ويعزز ميزتها التنافسية مع وجود اختلاف في استراتيجياتهما في تحديد برامج النشر، فأغلب افراد العينة راضون عن المواضيع التي تنشرها كلا المؤسستين فقد ساعدتهم على التعرف أكثر عليهما وعلى عروضها وموظفيها وأهم نشاطاتها إلا أنها في نظرهم لا تهتم بمواضيع

* استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث في الانتاج الاذاعي دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة

† اسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للاتصال النشر

أخرى يراها الجمهور مهمة مثل عروض التوظيف، أخبار الجزائر، الأماكن التي تنعدم فيها التغطية...*

5.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدامات النخبة للإعلام الجديد:

اهتمت البحوث -على قلتها- بدراسة استخدامات النخبة التي حصرتها في النخبة الأكاديمية (الاساتذة الجامعيين) للصحافة الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، ولعل أهمها توصلت إليه هذه البحوث الآتي:

تستخدم النخبة الأكاديمية الصحافة الإلكترونية الجزائرية بشكل معقول وتفضل الصحف الناطقة باللغة العربية الجزائرية ثم العربية واخيرا الغربية، وتمارس النخبة التفاعلية من خلال البحث مباشرة عما تريده وتتخذ اتجاهها سلبيا قويا نحو التفاعل مع محرري وصحفي المواقع الإلكترونية كما لا تهتم بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين كما لا تعلق او تظهر اتجاهاتها في استطلاعات الرأي إلا في حالات قليلة جدا[†]

في بحث آخر توصل الى أن أعضاء النخبة يقبلون بحجم كبير على مواقع الصحف الإلكترونية وتعد الموضوعات السياسية والخبارية الأكثر تفضيلا لديهم، كما أنهم يتفاعلون معها عبر المشاركات في الاستفتاءات أو الاستطلاعات وغيرها[‡]

أما عن استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية فقد جاء في المرتبة الأولى من بين تطبيقات الإعلام الجديد لدوافع علمية بحثة تحقق لهم اشباعا علمية ومعرفية، كما تشير

* استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة- دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فيسبوك-

† التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات واشباعا النخبة الأكاديمية - دراسة تحليلية ميدانية-

‡ استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية -اساتذة جامعة باتنة

أنموذجا-

النتائج إلى أن أغلب اتجاهات المبحوثين ايجابية نحو دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي*.

6.1. نتائج البحوث الخاصة باستخدامات الجمهور العام للإعلام الجديد:

توصلت البحوث التي اهتمت بالجمهور بصفة عامة وباستخداماته للأنترنت وما يتصل بها من وسائل وتطبيقات (المدونات، المنتديات، المواقع الالكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي من فايسبوك وتويتر....) في جملة نتائجها الى:

- أغلب مستخدمي الانترنت الجزائريين يستخدمون الاعلانات الالكترونية عن طريق الصدفة وليس بصفة عمدية، وذلك بسبب ضعف مهارات الاستخدام والتفاعل لديهم، فئة قليلة منهم يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بالتوظيف وبعض المنتجات ذات الاستهلاك المحدود فقط، ويفضلون تلك التي تستخدم اللغة العربية بسبب مستواهم المتدني في اللغات، كما يعتقد غالبية المستخدمين بأن الاعلانات الالكترونية الغربية تتنافى وتتعارض مع القيم الاخلاقية العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الجزائري، في حين يرون ان الاعلانات الجزائرية تستمد افكارها من واقع المجتمع وتدعمه عاداته[†]

- إن منتديات الدردشة فضاء للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا ومنها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة وتجسدت في الواقع، واستخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال بصفة عامة له علاقة ارتباطية وطيدة مع الدخل، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال والعكس صحيح وتوجد علاقة وطيدة أيضا بين المستوى التعليمي ونسبة استخدام منتديات الدردشة وغيرها من تكنولوجيايات الاتصال، فكلما زاد المستوى زاد الاستعمال، وتبين أن هناك فجوة بين الإناث والذكور

* اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي - دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة -

[†] اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة

في استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة، و هذا يرجع لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية....، كما أن صغار السن أكثر استخداما وإدمانا عليها*

ويستخدم الجمهور منتديات الحوار بصفة غير دائمة وهو جمهور نفعي يستخدم فقط المواقع التي تهمة ويعلق على بعض المواضيع التي تهمة، وتلبي المنتديات حاجات الجمهور أهمها: اثراء المعارف في المجال المهني والدراسي، تسهيل الإجراءات الادارية، تقديم مستجدات المسابقات الوطنية، الراحة والتسلية[†]

وفيما يخص استخدام الجمهور للمواقع الالكترونية أوضحت الدراسة أن المواقع العلمية والثقافية جاءت في المرتبة الأولى عند الذكور والإناث من حيث درجة الاستخدام، وجاءت المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية عند الذكور بينما احتلت المرتبة الخامسة عند الإناث وكانت المرتبة الثانية عند الإناث من نصيب المواقع الفنية لا يتغير استخدامهم لباقي الوسائل بسبب المواقع الالكترونية مع أنهم يرون أنها تقدم اضافات مقارنة بفضائياتها، كما يرون أن المواقع الأجنبية الأكثر صدقا، وستحظى بتطور مستقبلا[‡]

أما عن استخدام المدونات فإن أكبر نسبة من الجمهور بدأوا قراءتها منذ أقل من سنة ويقرؤونها أقل من ساعة في فترة الليل، ويهتمون بتلك المكتوبة باللغة العربية وخاصة العلمية منها وجاء الدافع المعرفي كأهم الدوافع لقراءة المدونات لدى الذكور والإناث في جميع المستويات[§].

أما عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فتوصلت الدراسات إلى أن أغلب مستخدمي شبكة التويتر من الذكور، والشريحة العمرية الأكثر استخداما له كانت من 20 الى 30 سنة وأغلبهم من الطلبة وأصحاب المهن الخدماتية، وكانت أسباب استخدامه متباينة حسب المتغيرات أهمها: قصر التغريدات، الحصول على المعلومات، اعادة التغريد بسهولة، القوة والمكانة الاجتماعية

* دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجا -

† منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية- دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع -

‡ جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية - دراسة في العادات و الأنماط -

§ المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات والاشباع.

التواصل مع الشخصيات المشهورة والهامة...، ويستخدم مستخدمو التويتر هوياتهم الحقيقية أكثر من الافتراضية وجاء الذكور أكثر من يستخدم الهوية الحقيقية عن الإناث اللواتي يفضلن الهويات الافتراضية لتجنب الازعاج، أو بسبب المنع من قبل الأهل...، وكانت الفئة الأكثر استخداما للهوية الافتراضية هي 13-19 سنة بسبب عدم رضاهم عن هويتهم الحقيقية، التقليد، أسباب عائلية، أما الفئة الأكثر استخداما للهوية الحقيقية هي 20-30 ثم 30 فما فوق لأنها حسبهم تمثلهم وتعبر عن افكارهم وآرائهم ولا يحبون تقمص شخصيات أخرى، وكانت فئة الجامعيين الأكثر استخداما للهوية الحقيقية من باقي المستويات*.

وعن الفيسبوك توصلت إلى أن أكبر عدد من المبحوثين يستخدمونه بشكل مكثف، هذا ما يسمح لهم بإقامة علاقات مع غيرهم في إطار الصداقة وبغرض تبادل الأفكار والخبرات كما يفضل معظم المبحوثين الانضمام للمجموعات المفتوحة للعامة والاعتماد في تعاملاتهم داخلها باللغة الأمازيغية (الشاوية) بحروف عربية/فرنسية، كما عبرت أكبر شريحة من المبحوثين بأن الدافع الحقيقي وراء انضمامهم للمجموعات الأمازيغية عبر الفيسبوك هي مواضيعها الهادفة والتي تشمل دائرة اهتمامهم وتعبر عن ذاتهم وهويتهم الأمازيغية (دعم الهوية الافتراضية للأفراد)[†]

2. تأثيرات/أثر الاعلام الجديد

1.2. نتائج حول التأثيرات النفسية والاجتماعية:

أغلب الشباب يعتقدون أن الانترنت وسيلة ضرورية في حياتهم اليومية لأنها تحقق لهم حاجات ورغبات معرفية ووجدانية واندماجية لا يستطيعون تحقيقها بوسائل أخرى، وأنهم يشعرون بالقلق والاضطراب النفسي حين لا يستخدمونها، فغالبية الشباب يستخدمون الجانب التواصلية للإنترنت من أجل إرسال البريد الإلكتروني أو من أجل الدردشة الإلكترونية وأغلبهم لا يجدون حرجا من إجابة طلبات من اشخاص غرباء يفسر هذا بميل نفسي نحو اكتشاف عوالم مجهولة ويميلون إلى استخدام أسماء مستعارة والى تكوين علاقات غرامية افتراضية، كما أن نسبة كبيرة من

* هويات مستخدمى الوسائط الجديدة -تويتر أنموذجا-

[†] اثوغرافيا مستخدمى الفيس بوك في المجتمع الجزائري دراسة اثوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الأمازيغية بالفيس بوك.

المبوهون ترى أن كثرة الاستخدام للأنترنترنت وخاصة الإفراط في الولوج لمواقع الدردشة ، المنتديات ، مشاهدة مواقع الجنس، تولد حالات الإدمان معلوماتي، الامبالاة تجاه العادات والتقاليد والقيم حالات قلق نفسي، بلادة في الاحاسيس* .

كما يؤكد أغلب المبهوهون على وجود أزمة اتصال شخصي في المجتمع الجزائري مرتبطة بالتكنولوجيا الحديثة، وانتشارها المكثف في الآونة الأخيرة خصوصا وأن وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، تحتل مكانة قوية جدا في الأسرة الجزائرية بصفة عامة، والتي مثلتها أسر الإعلاميين الجزائريين حيث تحتل الأنترنترنت الصدارة في استهلاك الاهتمام والوقت، وأجمعت على أن التكنولوجيا الحديثة سلبية، أكثر منها ايجابية، فيميل أغلب المبهوهون إلى الانعزال عن الآخرين وبالتالي فإن معظم الجزائريين يحبذون الانعزال، مما ساهم بشكل أو بآخر في التقليل من الاتصال الشخصي، وعموما فإن أغلب الجزائريين يعانون من أزمة اتصال شخصي، و لكن في صمت، وهناك من لم يشعر بعد بهذه الأزمة "أزمة الاتصال الشخصي".

كما توصلت النتائج إلى وجود علاقة بين نسبة استعمال منتديات الدردشة وطبيعة الشعور الذي يحس به الأفراد كالشعور بالوحدة، الانبساط، القلق، و الراحة .. وأما أهم الانعكاسات السلبية لها نجد: انحراف السلوكيات، و فساد أخلاق الشباب، خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية، كما يؤدي الاستعمال المستمر إلى الإصابة بالإدمان، ومع مرور الوقت يشعر المدرش بانعزاله التام عن المجتمع، ويشعر بالوحدة والاحباط النفسي، انعكاسات على الصحة والتي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة[†]

ويؤدي استخدام الفايبيوك لدى الشباب إلى عزله اجتماعيا عن محيطه خاصة العائلي وإلى تبنيه مقاربات لغوية مغايرة لما هو متفق عليه لدى المجتمع، وتخلق هذه اللغة فجوة بين الفئات الشابة والأكبر سنا، فالشباب الجامعي الجزائري يعتبر لغة الدردشة لغة خاصة بهم فهي رمز من رموز العصرية ويتم استخدامها في إطار الاستعانة باللغة الأجنبية التي تعبر الأكثر ملاءمة عند الاحتكاك بالتكنولوجيات الجديدة وهذا ما يعكس مدى تأثره بالمجتمع الغربي وبدل

* الآثار النفسية الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الإنترنت.

† منتديات المحادثة والدردشة الالكترونية- دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-

على وجود ثقافة ولغة فرعية في المجتمع أفرزها العصر الجديد التي تهدف إلى اختصار الوقت والسرعة*.

أما عن شعور المبحوثين في حال غيابهم عن الفيس بوك فيتبين أنه تتناهم رغبة ملحة في دخوله، فيما يشعر البعض بالقلق والاضطراب والبعض الآخر لا يبالي به، كما نجد أن أكثر من نصف أفراد العينة المختارة يتقون في رفاء الفيس بوك فيما الباقي يعبرون عدم الثقة فيهم، وفيما يخص أثر الهوية الافتراضية على الفرد فانقسمت إلى شقين أحدهما إيجابي وتمثله ثلاث أبعاد حيث مكنت الفرد من الحديث بكل حرية أثناء التواصل مع الغير دون التخلي عن القيم والمبادئ الاجتماعية التي يملكها، وساعدت في تعزيز الأخلاق المحمودة له دون أن يظهر كفاعل خير بالإضافة إلى الإبقاء على بيانات هويتهم الحقيقية محفوظة في حال التعرض للاختراق أو القرصنة، أما عن جانبها السلبي فيتمثل في بعد واحد هو التوقع في الشخصية الافتراضية والتقليل من العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في الأسرة الواحدة - هذا لا يعني الانسلاخ والذوبان في طيات الهوية الافتراضية - بالإضافة إلى تعلم الكذب في أمور بسيطة كالسن وبيانات العمل أو السكن[†].

وعن الألعاب الالكترونية توصلت إلى أنها تؤثر على التكوين العقلي والنفسي والجسدي للطفل بحيث تؤثر في أخلاقه وثقافته من خلال مضامين العنف والقتال التي يفضلها كما تشوه عروبه واسلامه الألعاب، فالعالم الافتراضي للألعاب يترك وراءه أثر دلالي وهو سلاح ذو حدين يمكن أن ينمي للاعب بعض القدرات والكفاءات في الاستكشاف والابداع وتنمية الخيال أو التعرض لعملية الغسل الذهني عن طريق النمط الانغماسي للعوالم الافتراضية، كما أن أنماط التفاعل مع هذه الألعاب يولد شبكات من التمثيلات والخرائط التصميمية والصور الافتراضية التي تهيكّل نوع من نقل الحضور من عالم الفيزياء لعالم الرمز، فيصل الأمر تقريبا إلى أن يكون

* تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري فيسبوك نموذجا.....دراسة حالة

على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03

[†] دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من

مستخدمي الفيس بوك أنموذجا-

للاعب بديل افتراضي متجسد في الأفاتر فيترك بقايا الرمزية والافتراضية من استخدامات وممارسات وسلوكيات... العالم الافتراضي ضمن الواقع*.

2.2. التأثيرات في الجانب الاعلامي:

- تمثل خدمة الحصول على المعلومات والأخبار والصور أول خدمة استفاد منها التلفزيون الجزائري من شبكة الانترنت، وذلك لتعدد المصادر بها، وسهولة الحصول على المعلومات بواسطتها، وسرعة نقل الأخبار ونشرها، كما حققت شبكة الانترنت انتشارا كبيرا للتلفزيون الجزائري من خلال موقعه على الشبكة، فرغم انه لا يزال يستحق الكثير من التطوير، إلا أنها حققت له شهرة كبيرة وأخرجته من حدود البث التقليدية، و طورت الانترنت من مستوى العمل الإعلامي بالتلفزيون الجزائري لكنها لم ترق به إلى المستوى الإعلامي الاحترافي العالمي، فامتلاك التقنية لوحدها أمر لا يكفي ما لم تسر جنبا بجنب مع اليد العاملة المؤهلة والمدرية على الاستعمال والاستغلال الصائب[†].

أغلب أفراد العينة لا يتغير استخدامهم لباقي الوسائل الاعلامية بسبب المواقع الالكترونية مع أنهم يرون أنها تقدم اضافات مقارنة بفضائياتها، وأغلبهم يرون أن تأثير هذه المواقع على الفضائيات الإخبارية كان ايجابيا لأنها كانت مكملة لها وأتاحت ميزة التفاعلية (جمهور المواقع وفيما يخص العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، ومدى تأثيرها عليها، برزت علاقة تكاملية بين الصحافتين تشير إلى سيرهما بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من الإنترنت، فغالبية المبحوثين يفضلون الصحافة الورقية على الإلكترونية ويعتبرونها أكثر جاذبية للقراء وبالتالي احتمال كبير لتفوقها مستقبلا على الصحف الإلكترونية، وأن هذه الأخيرة ليست متفوقة على الصحف الورقية من حيث جذبها للموارد الإعلانية اتجاهات الصحفيين، ولم يؤثر الاقبال على تصفح الصحف الالكترونية على تصفحهم للنسخ الورقية إذ يرون أن تأثير الصحف الالكترونية مازال محدودا لا يمكن أن يلغي الصحف الورقية.

* العالم الافتراضي ضمن ألعاب الفيديو الافتراضية.

† الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات-دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري.

3.2. التأثيرات في الجانب الاقتصادي:

- وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الوقت والجهد والمال وأدت الى تطور ملحوظ في المخرجات الإشهارية شكلا ومضمونا في ظل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستغلالها بعقلانية اسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري

أما عن انحرافات الممارسة الإعلانية وسلبيات هذا النشاط فتعاني الأنترنت مثل الوسائل الأخرى من :التضليل ، والكذب ، وتجاوز الأخلاقيات إلا أنها تتفرد ببعض النقائص، مثل: الإغراق بالرسائل، والتهديد بالفيروسات واختراق أمن المعلومات....، كما يخضع إعلان الأنترنت لأكثر من قانون، لأنه يفتقد لإطار تشريعي محدد فإن حاولت الوسائل الإعلانية التقليدية تسخير بعض القوانين الخاصة لصالحها وهذا لعراقة تجربتها فإن النشاط الإعلاني الافتراضي لم يصل بعد إلى إطار تنظيمي شامل و محدد، بسبب حداثة الوسيلة في حد ذاتها، وعدم استقرار مختلف الممارسات و النشاطات بها (الاعلان)، اذ يعتقد غالبية المستخدمين بأن الاعلانات الالكترونية الغربية تتنافى وتتعارض مع القيم الاخلاقية، العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الجزائري، في حين يرون ان الاعلانات الجزائرية تستمد أفكارها من واقع المجتمع وتدعمه عاداته اتجاهات* .

4.2. التأثير في المجال السياسي:

يتأثر صناعة القرار الانتخابي بالمضامين الشبكية للحملة الانتخابية بشكل أكبر من المستخدمين غير القادة كما أن التأثير الشخصي الذي يسري داخل هذه الشبكات يختلف باختلاف القادة عن غيرهم، وقادة الرأي الانتخابي الشبكي هم أكثر استخداما لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة بالمقارنة مع المستخدمين العاديين[†].

* اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة.

[†] دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا.

3. محتوى ومصادقية الإعلام الجديد:

محتوى الرسائل الإعلامية يعالج، هذا المحور، جانباً من جوانب العملية الاتصالية: الرسالة، أو الرسائل المبتناة.

1.3. نتائج تحليل المواقع الإلكترونية:

تبرز المواقع الإلكترونية الإسلامية وعياً بالتحديات التي تواجه الإسلام والمسلمين لذا تقدم مضامين خاصة بوجهة نظر الإسلام وعلمائه ومفكره حول مختلف القضايا التي يشكل الإسلام محورا فيها، وتهتم المواقع باللغة العربية بالدرجة الأولى بالجانب العلمي والتعليمي وذلك للتعريف بالإسلام ولمواجهة التحريف والتشويه، ثم تهتم بالاتصال والخدمات العامة، أما المواقع باللغة الفرنسية فتهتم بجانب الاتصال والخدمات العامة أولاً باعتبارها تسعى إلى جمع المسلمين الناطقين باللغة الفرنسية في فضاءات قد لا تتسنى لهم في واقعهم الطبيعي، وجاء الاهتمام بالجانب الاخباري، التثقيفي، الترفيهي والاعلاني والتنشئة الاجتماعية أخيراً في كل المواقع الإسلامية وينسب قليلة رغم أهمية هذه الوظائف في أي وسيلة اعلامية*.

أما عن تحليل مواقع المحادثات مثل الياهو فتبين أن المحادثات الرقمية هي نسق اتصالي متكامل يضم اضافة الى العلامات اللسانية المكتوبة، لغة شبه لسانية (صيغ التعجب مثلا) علامات تشابهية تتمثل في الأيقونات الأهوائية وهي علامات مميزة في الاتصال فهي دائرة توحى إلى الوجه البشري وتعكس في كل ايقونة انفعال مميز تعبر عن الحالة النفسية للمتكلم، وتساهم في بنية المحادثة الرقمية وذلك بإضفاء الحضور الذاتي والشخصي للمرسل فهي تعمل على تدارك الغياب الفيزيائي للمتحاورين (الايقونات)، وعن المنتديات يتميز منتدى الجلفة من الناحية الموضوعية باحتوائه صوراً ذات أبعاد محلية ودولية ولها أهداف ثقافية سياحية بالدرجة الأولى خصوصاً من خلال الصور لمنطقة الجلفة التي توحى بعراقة المنطقة وعاداتها المتوارثة وتحاول الحفاظ على معالم الهوية الوطنية†.

* الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعون موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت

† منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية- دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع-

2.3. نتائج تحليل الصحف الإلكترونية:

- تهتم الصحف الإلكترونية بالمجال السياسي (أكثر من نصف المحتوى) على حساب المجالات الثقافية التي جاءت بنسبة قليلة.، وتشكل مواضيع الإبداع الثقافي أكثر المواضيع الثقافية استقطابا لأفلام صحفيي الجرائد الإلكترونية العربية، ولا تحظى العناصر الأساسية المكونة للهوية الثقافية العربية باهتمام كبير في الصحف الإلكترونية العربية، فلم تهتم الصحف الإلكترونية بالإسلام رغم أهميته كجزء من الهوية إلا استجابة لواقع الأحداث اليومية، كما أنها لم تهتم بقضايا اللغة العربية إلا بنسب ضئيلة جدا، في حين حظي التراث العربي بالاهتمام الأوفر مقارنة بعنصري الإسلام واللغة العربية*.

أما عن الصحف الجزائرية فتولي أهمية لتفاعل المستخدمين مع المحررين عبر الأساليب التقليدية (هاتف ثابت، فاكس، بريد..) مع حضور محتشم لخدماتي الإيميل والمدونات، وتسيطر مواقع الجرائد الورقية على المراكز الأولى من حيث التفاعلية ويعود هذا بالأساس إلى ضعف مداخل مواقع الانترنت من الأشهر في الجزائر، كما أن الصحف الخاصة أكثر تفاعلية من العمومية[†]

3.3. نتائج تحليل الشبكات الاجتماعية:

تتدرج أغلب مضامين الخطاب الديني عبر صفحات الفيسبوك ضمن جانب الأخلاق الكريمة والصفات الحسنة والسلوك المستقيم الذي جاء به الإسلام، كما تتجه بعض الخطابات إلى تفسير الخطابات القرآنية الأحاديث النبوية، ويتحلى الخطاب الديني بالصدق فهو يستقي معلوماته من مصادر موثوقة كما يتميز بالدقة والبساطة والفصاحة بعيد عن الغموض والتجريح، وسعى إلى إحداث الأثر في الجمهور المستقبل لإعداد شخصية مسلمة واعية، واعتمد الخطاب على أساليب

* الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية

1 سبتمبر 2004-31 أوت 2005

[†] التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات وأشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية

ميدانية

ثلاث وهي: الحكمة، الموعظة الحسنة، الجدل والتي هي أحسن دلالات الخطاب الديني عبر الشبكات.

أما عن توظيف العلاقات العامة لشبكة الفايبروك فتوصلت النتائج إلى أن كل من مؤسسة موبيليس واتصالات الجزائر قد وظفت الاسئلة التفاعلية في منشوراتها إلا أنها لا تطرحها في ما يخص سياساتها حيث كانت توظفها في إطار ترفيهي فقط وهو مؤشر على تبنيها نموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتماثل، ويعتبر نشر المؤسستين لنشاطاتهما في مجال المسؤولية الاجتماعية كأعلى نسبة ما ينعكس ايجابا على سمعتها ويعزز ميزتها التنافسية مع وجود اختلاف في استراتيجياتهما في تحديد برامج النشر*.

4.3. مصداقية الإعلام الجديد:

عبر مستخدمو الانترنت الجزائريون أن لديهم اتجاه سلبي نحو مصداقية الإعلانات الإلكترونية لأن الانترنت لا تحكمها جهة معينة والقوانين التي تنظمها قاصرة^أ، أما عن المواقع، أما عن الصحافة الإلكترونية فهناك انقسام بين النخبة في تقييم تطبيقات التفاعلية المتاحة عبر الصحف الجزائرية بين كونها مقبولة إلى حد ما وبين كونها ضعيفة لا ترقى لمستوى الصحف العالمية، عموما هذا التقييم كان متجه نحو السلبي أكثر فقد أرجع ضعف المستوى إلى عدة نقائص: غياب المصداقية، غياب الوعي بأهمية التفاعلية والحرية في التعبير، ضعف التكوين لدى القائمين عليها... وهذا ما تبين من مقابلة القائمين على المواقع فاعلمهم من تخصص الإعلام الآلي وليس الإعلام والاتصال كما أنهم لم يتلقوا تكوينات مكثفة في هذا المجال باستثناء تكوين واحد

* استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة- دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فيسبوك-

[†] اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية -دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة.

واختلف مفهوم التفاعلية لديهم، و يتخذون الحذر تجاه تطبيقات التفاعلية وأغلبها مراقب وغير متاح دون تسجيل* .

وفيما يخص ما تناولته وسائل الاعلام العربية والجزائرية خلال الحراك العربي وعلى رأسها الشروق اونلاين، الجزيرة نت، الخبر اونلاين، العربية نت عبر المبحوثون أنهم لا يتقنون في ما تناولته لأنها تحولت من ممارسة الإعلام إلى ممارسة الدعاية والتأثير عن طريق استخدام مصطلحات وتعابير خاصة واعتمدها على مصادر مستترة وغير واضحة في أغلب الاحيان تشير إلى أنها تريد تمرير افكار ورؤى معينة بعيدة عن الحياد والتحيز لطرف معين[†]، ويرى المبحوثون أن مواقع الفضائيات الاخبارية الاجنبية أكثر صدقا[‡]

- التعليق على النتائج:

نعتمد أن ما توصلت إليه العديد من بحوث العينة المدروسة من نتائج تمثل نتائج عامة وبسيطة قد لا تحتاج لإجراءات منهجية وبحث للوصول اليها فعلى سبيل المثال لا الحصر نذكر: وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الوقت والجهد والمال وأدت الى تطور ملحوظ في المخرجات الإشهارية شكلا ومضمونا، تمثل خدمة الحصول على المعلومات والأخبار والصور أول خدمة استفاد منها التلفزيون الجزائري من شبكة الانترنت، استخدام الاطفال للألعاب الالكترونية يكون كثيفا كلما غابت رقابة الوالدين، وارتياحهم لصالات اللعب ومقاهي الانترنت، خاصة الذكور، يترك العالم الافتراضي للألعاب وراءه أثر دلالي وهو سلاح ذو حدين يمكن أن ينمي للاعب بعض القدرات والكفاءات في الاستكشاف والابداع وتنمية الخيال أو التعرض لعملية الغسل الذهني، أن المبرر الأساسي لمستخدمي الفايبروك في عدم التصريح بهويتهم الحقيقية والتواصل من خلال استخدام هوية افتراضية هو الخوف من القرصنة والاختراق ثم تجنب المضايقات خاصة الإناث

* التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات واشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية.

† جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية - دراسة في العادات و الأنماط -

‡ مصداقية الصحافة الالكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين -دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الإعلام العربية والجزائرية والطلبة الجامعيين الجزائريين.

يعتبر دخول وسائل الإعلام الجزائرية على النت متأخرا مقارنة بدخول الوسائل الأجنبية على هذه الخدمة الالكترونية، إن منتديات الدردشة فضاء للتفاعل والاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا و منها ما تحول إلى علاقة حقيقية، إن أكبر عدد من المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بشكل مكثف، هذا ما يسمح لهم بإقامة علاقات مع غيرهم في إطار الصداقة وبغرض تبادل الأفكار والخبرات.....

إنه لمن المعروف أن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد وفرت الجهد والوقت، كما أن وسائل الإعلام الجزائرية والمجتمع الجزائري ككل متأخر في الاعتماد واستعمال هذه الوسائل بالمقارنة مع الدول المتقدمة، كما أنه من الطبيعي أن يكون استخدام الاطفال للألعاب أكثر في ظل غياب الوالدين ومن البديهي أن يرتاد الذكور صالات اللعب أكثر من الاناث فهي في الأصل مخصصة لهم، كما أن الفايسبوك ومنتديات الحوار هي فضاءات للحوار واقامة العلاقات والصداقات.....، وبالتالي فإن هذه النتائج لا تشكل قطيعة مع الفهم السائد لدى عامة الناس لوسائل الإعلام والأسباب التي يمكن الاستعانة بها لتفسير هذا الأمر لا يمكن اختصارها في تعثر المقاربات النظرية والمنهجية (العياضي،2013،13)

-كما أن بعض النتائج يمكن القول عنها أنها مبالغ فيها الى حد كبير فالقول مثلا: ان الألعاب الالكترونية تؤثر على التكوين العقلي والنفسي والجسدي للطفل بحيث تؤثر في أخلاقه وثقافته من خلال مضامين العنف والقتال التي يفضلها كما تشوه عروبه واسلامه، أو القول أن استخدام الفايسبوك لدى الشباب يؤدي الى عزله اجتماعيا عن محيطه خاصة العائلي، أو القول بأن أغلب الجزائريين يعانون من أزمة اتصال شخصي ولكن في صمت، وهناك من لم يشعر بعد بهذه الأزمة، هي نتائج فيها من المبالغة والتضخيم والابتعاد عن الدقة الكثير، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا كيف يمكن الجزم بوجود هكذا تأثيرات بعد توزيع استمارات استبيان فقط وعلى عينة صغيرة وغير ممثلة في أغلب الاحيان؟ وكيف أمكن للباحث رصد هذه التأثيرات والآثار؟؟ فالمعروف عنها أنها تحتاج وقتا طويلا لتتشكل وتحتاج وقتا أطول لتدرس.

وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة "ايرينا شكوفسكي وزملاؤها" فقد توصلوا الى انه يتوجب على الباحثين الذين يريدون معرفة التأثير الاجتماعي للإنترنت أو أي تقنية جديدة استثمار وقتهم

وجهدهم في انجاز الدراسات الطويلة فهي أكثر مصداقية، ولها القدرة على تقييم نفس الأشخاص مع مرور الوقت، عكس الدراسة القصيرة المدى فهي لا تنتج نتائج غامضة فحسب بل تتعارض مع نتائج الدراسات الطويلة، (فمثلا توصلت نتائج البحوث الطويلة إلى أن الانترنت لم تكن لها تأثيرات واسعة على التفاعل الاجتماعي بل وجدت بعض الدراسات أن الانترنت قد عززت من التواصل التقليدي ومن الروابط الاجتماعية). (Shklovski and others, 2006, 19)

كما نلاحظ على كثير من النتائج الخاصة باستخدام جمهور/ مستخدمى الإعلام الجديد هو الاهتمام بفترة هذا الاستخدام هل كان في المساء أو في الليل....، الاهتمام بهكذا أسئلة يحيل إلى أن التفكير في مسألة التواصل عبر وسائط الإعلام الجديد تتم بذهنية وسائل الإعلام التقليدية فالقول أن الشباب يستخدم شبكة الانترنت، أو الفايبروك... مساء لا يملك أي قيمة معرفية لأن الشبكات تحررت من اكرهات الزمن فمسألة وقت قراءة الجريدة الورقية مثلا تهتم مدير توزيعها حتى يعدل خارطة توزيعها، ووقت بث المسلسلات التلفزيونية ونشرات الأخبار تهتم أكثر مسؤولي قسم شبكة البرامج في ظل ضغط المنافسة والمعلنين (العياضي، 2015، 36)، كما أن الاهتمام بدراسة بعض المتغيرات مثل الدخل والمستوى التعليمي مقر السكن... لمستخدمى الانترنت بالمقارنة مع غير المستخدمين يساعد المؤسسات والحكومات في دعم وصول الانترنت إلى مواطنيها (Shklovski and others, 2006, 20)

إن البحث في مجال الإعلام الجديد لا ضابط له ولا موجه، بل إن الدراسات التي أنجزت لم تتم دراستها حتى نتمكن من معرفة المواضيع التي تمت معالجتها والمواضيع التي تعاني نقصا على مستوى الدراسات. وهذا ما يدفع بنا للقول بأن النتائج المتوصل إليها لا يمكن أن تكون قد أسست لقاعدة بحثية يمكن الاعتماد عليها في فهم هذه الوسائل الجديدة، تطورها وتغلغلها في الحياة العامة، تأثيراتها المختلفة* .. ، كما ان الجهود تبدو مشتتة وتحتاج إلى خلق تقاليد جماعية للبحث في الإعلام الجديد حتى نزيد من تبيين البحوث التي تجري ونزيد من نجاعتها بتحديد المجالات الدقيقة التي تحتاج إلى التقصي والبحث[†]

* حسب ما جاء في المقابلة مع الأستاذة بوزيدي سهام من جامعة باتنة.

† حسب ما جاء في المقابلة مع الأستاذ العيفة جمال من جامعة عنابة.

فلا تزال العديد من البحوث حول الإعلام الجديد في الجزائر غير قادرة على التأسيس لقاعدة صلبة ينطلق منها الباحثون لدراسة الإعلام الجديد، حيث أن مبدأ التراكمية يظل مطلوباً حتى نصل إلى مرحلة تكون منطلقاً للتعمق في فهم ظواهر الإعلام الجديد*

مما سبق ملاحظته لا ينفي وجود بعض نتائج مهمة خصوصاً تلك التي رصدت العلاقات الترابطية بين جنس المستخدم، سنه، الدخل، المستوى التعليمي... وغيرها من المتغيرات وبين الاستخدامات والتأثيرات المختلفة للإعلام الجديد لكن يبرز غلبة عنصر التكميم على أغلبها فرغم أهمية الإحصاءات المتوصل إليها إلى أنها تجعل للجهد البحثي حداً، ما يوجب القيام ببحوث أكثر عمقا تكون هذه النتائج الإحصائية قاعدة تنطلق منها.

انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول ان البحوث المدروسة لم تحقق القطيعة «الابستمولوجية» المطلوبة لدراسة الاعلام الجديد خصوصاً مواقع الشبكات الاجتماعية فتعاملت معها بمنطق أنها وسائل إعلام جماهيري كلاسيكية واعتبرتها منتجة لمواد صحفية شأنها في ذلك شأن أي وسيلة اعلام تقليدية لذا ركزت في علاقتها مع مستخدميها على مفهومي «الدور» الذي تقوم به والمحدد سلفاً بصرف النظر عن طبيعة المستخدم والتأثير، وهذا راجع لبعض الأسباب منها ما يتعلق باستلهاهما من الحتمية التقنية الحتمية التكنولوجية من جهة أولى التي تدرس تأثيرات التكنولوجيا والميديا في الناس وفي حياتهم وفي ممارساتهم وكأن التكنولوجيا أو الميديا قوة خارجية، وحتمية ثانية تدرس استخدامات الناس للميديا والتكنولوجيا خارج إكراهات التكنولوجيا وكأن الميديا أشياء يطوعها المستخدم كما يشاء (الدراسات المتعاضمة التي تعتمد مثلاً نظرية الاستخدامات و الإشباعات لدراسة الميديا الاجتماعية)

وفي كلتا الحالتين يقع عزل ما هو متداخل ومتفاعل وما يشكل مركبا أي التكنولوجيا الميديا والتملك والاستخدام. (العياضي، 2015، 41)

إن الحتمية التكنولوجية فرضت عليها التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية كعدة تكنولوجية قوية تملك خصائص ثابتة ونهائية، ولا تاريخية، وتوجد خارج المجتمع والفئات

* حسب ما جاء في المقابلة مع الأستاذ أحمد فلاق من جامعة الجزائر.

المدرسة، فتمارس عليها تأثيرا ضارا تسميه سلبيات، ففي هذه الحالة فإنها تشبه ذاك الذي يحمل السيارات مسؤولية وقوع حوادث السير وليس السائقين، فهذه الحتمية تنظر إلى مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية ككتلة واحدة ومتماثلة وتجعل منها موضع اسقاط ايدولوجي يغيب خصوصيات كل موقع من مواقع الشبكات من جهة، وينفي طابعها التطوري المتجدد من جهة أخرى، وتساوي بينها وتقفز بالتالي على التباين في استخدامها وهكذا تضرب الرؤية لعلاقة المستخدمين بها، التي كان لها فضل المساهمة في تطوير خصائصها في سياق تجاري وترويجي، وفي بيئة اتصالية تنافسي. (الصادق، 2015، 50)

II. المقارنة:

في هذا الجزء حاولنا مقارنة بحوث الإعلام الجديد في الجزائر مع نظيرتها العربية والأجنبية لرصد أهم أوجه التشابه والاختلاف بينها، التي تسمح لاحقا في التعرف على تموقعها ضمن التوجهات البحثية بشكل عام، وكانت المقارنة في ثلاث نقاط وهي: التوجهات الموضوعاتية التوجهات النظرية، التوجهات المنهجية.

جدول رقم 43 : المقارنة بين البحوث من حيث التوجهات الموضوعاتية

التوجهات البحثية	البحوث الجزائرية	البحوث العربية	البحوث الأجنبية
التوجهات الموضوعاتية	من 2001 الى غاية 2017 اهتمت بالبحوث بكل من قضايا القانون والتشريعات بشكل عام واستخدامات مستخدمي الانترنت ثم القضايا الاجتماعية والثقافية، ثم كل من القضايا السياسية والديمقراطية وتأثيرات الانترنت. 2006-2017 الاهتمام باستخدامات ومستخدمي الانترنت، يليها الاهتمام بدراسة تأثيراتها على الأفراد و/أو المنظمات بنسبة، ثم الاهتمام بالقضايا الثقافية والاجتماعية	من 1997 الى غاية 2011 استخدامات الجمهور للانترنت ثم دراسة وسائل الاتصال المستخدمة في الانترنت ثم التشريعات وأخلاقيات الانترنت وأخيرا كل من بحوث ثقافية الانترنت وتأثيراتها و بحوث المقارنة بين الوسائل التقليدية والانترنت. 2006-2011 الاهتمام بالاستخدامات والقضايا الاجتماعية والثقافية وتأثيرات الانترنت ثم القضايا السياسية والديمقراطية والقضايا الاعلانية والتسويقية	من 1990-2011 اهتمت أولا بدراسة قضايا القانون والتشريعات بصفة عامة ثم استخدامات الانترنت، القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية، القضايا السياسية والديمقراطية، القضايا الاجتماعية وفي المراتب الأخيرة تأثيرات الانترنت، القضايا الفلسفية والتاريخية، القضايا التقنية. 2000-2011 اهتمت بالبحوث دراسة التفاعلات بين الانسان والتكنولوجيا، الصحة الالكترونية، المجتمع الرقمي، ادارة الاعمال عبر الانترنت، مصداقية وسائل الاعلام الجديدة ومقارنتها بتلك الموجودة مسبقا.

جدول رقم 44 : المقارنة بين البحوث من حيث التوجهات النظرية

التوجهات البحثية	التوجهات النظرية
البحوث الجزائرية من 2001 الى غاية 2017	التوجهات النظرية الأكثر استخداما: نظرية الاستخدامات والاشباع، انتشار المبتكرات ودرجة اقل مقاربات التحليل السيمولوجي، ونادرا ما استخدمت التفاعلية الرمزية، النظرية الاثوموثيودولوجية، نظرية التدفق عبر مرحلتين، المقارنة السيبرنيطيقية، المقارنة النفسية الاتصالية، الاعتماد على وسائل الاعلام، نظرية الانساق العامة، نموذج غروينغ وهانت، مدخل الممارسة المهنية، نموذج التفاعلية في وسائل الاعلام الالكترونية، التمثلات الاجتماعية.
البحوث العربية من 1997 الى غاية 2011	التوجهات النظرية الأكثر استخداما: نظرية الاستخدامات والاشباع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، نظرية تمثيل المعلومات، نظرية الحضور الاجتماعي، مدخل صحافة المواطن، ونسبة ضئيلة باقي النظريات (نظرية الدور، النظرية النسوية، نظرية بناء الأجندة الإلكترونية، نظرية حارس البوابة، نظرية، نظرية تفاعل الإنسان مع الحاسب... *أما النظريات التي تم اقتباسها من علوم أخرى، وتم تطويرها بما يتناسب ودراسات الإنترنت فهي قليلة جدا: وهي نظرية الشأن العام، نظرية التجربة الأمثل، وكذلك تم الاستعانة بمدخل نظري واحد يمثل المداخل الوليدة المنبثقة عن التطور التكنولوجي، وهو المدخل المهجن، وكذلك تم تطوير مدخل تكنولوجي يرتبط بالصحة العامة الاستخدام وهو نظرية الارجونومية.
البحوث الاجنبية من 1990-2011	شهدت النظريات المستخدمة تراجع استخدام نظرية الاستخدامات والاشباع التي كانت تهيمن على البحوث في الفترة 1990-2000 فقد احتلت نظريات اخرى المراكز الاولى وهي: انتشار المبتكرات، نظرية الأجندة، نظرية معالجة المعلومات الاجتماعية، نظرية تقليل الشك، ومع ذلك لازلت من أكثر النظريات استخداما، تلتها نظريات أخرى مثل: نظرية التأطير، فجوة المعرفة، النظرية النسوية، نظريات التأثير، النظريات التقنية، نظريات السياق، نظرية ادارة العلاقات.... أما بالنسبة للنظريات المتعلقة أساسا بالإنترنت فاستخدمت البحوث: نظرية الشبكة، نظرية الفاعل على الشبكة، نظرية الالعاب على الشبكة، الفضاء الديمقراطي الافتراضي، نموذج دورة تفاعل الوسائط الفائقة والتفاعلية الذاتية، نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام.

جدول رقم 45 : المقارنة بين البحوث من حيث التوجهات المنهجية

التوجهات البحثية	التوجهات المنهجية
<p>البحوث الجزائرية</p> <p>من 2001 الى غاية 2017</p>	<p>أغلب البحوث اعتمدت على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني وينسب ضئيلة واعتمدت على المنهج السيميولوجي، المنهج المقارن، المنهج التاريخي، منهج دراسة الحالة، المنهج الكيفي</p> <p>*كانت الأدوات الأكثر استخداما الاستبيان ثم الملاحظة ثم المقابلة فتحليل المحتوى وأخيرا جاءت الطريقة الوثائقية او المكتبية ودراسة الحالة واعتمدت أغلب البحوث على هذه الأدوات في شكلها التقليدي على الرغم من تركيز البحوث في المقام الأول على دراسة الانترنت إلا أنها لم تلجأ إليها كوسيلة لجمع البيانات سوى بنسب قليلة.</p>
<p>البحوث العربية</p> <p>من 1997الى غاية 2011</p>	<p>سيطرة شبه كلية للمنهج المسحي على الدراسات العربية، مع وجود لاستعمال المنهج التاريخي والمنهج التجريبي بنسبة ضئيلة جد، *تركيز غالبية البحوث على استخدام الاستبيان سواء بالمقابلة أو بالتليفون أو بالبريد الإلكتروني (هذا الأخير الذي سجل ندرة في استخدامه)، والقليل منها على تحليل المضمون (سواء تحليل نصوص أو تحليل الويب)، أما الأدوات البحثية الكيفية فكان استخدامها ضئيل جدا كالملاحظة المباشرة، وبشكل أقل المقابلات المتعمقة، الملاحظة بالمشاركة، تحليل الخطاب، التحليلي-تاريخي.</p>
<p>البحوث الاجنبية</p> <p>من 1990-2011</p>	<p>*اعتماد أغلب البحوث في البداية على المناهج والأدوات الكيفية مقابل عدد أقل من البحوث الكمية واخيرا نسبة قليلة من البحوث المختلطة التي زوجت بين الكم والكيف، وفي مرحلة لاحقة سيطرت البحوث الكمية * أكثر الأساليب والأدوات الكيفية استخداما هي: تحليل القضايا والمشاكل (تحليل القضايا المتعلقة بالانترنت، تحليل مقارن...)، التحليلات التاريخية أو الفلسفية، التحليل من المستوى الثاني، ثم التحليل القانوني، تحليل الخطاب، التحليل الثقافي، تحليل الشبكات الاجتماعية، الملاحظة والمقابلة والمجموعات المركزة، الانتوغرافيا، أما أكثر الأساليب الكمية الأكثر استخداما كانت المسوحات التقليدية أو الالكترونية، التجريب، تحليل المحتوى يضم أيضا تحليل المواقع الالكترونية، وتحليل البيانات الثانوية التجريبية.</p>

بالمقارنة بين البحوث الجزائرية، العربية والأجنبية من خلال الجدول السابق نجد ما يلي:

- يلاحظ تأخر في توجه باحثي الإعلام والاتصال في الجزائر وفي المنطقة العربية بصفة عامة نحو دراسة الانترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة، فقد ظهرت أولى البحوث في القرن 21 في حين نجد أن البحوث الأجنبية كانت بداياتها في القرن الماضي، وكشفت البحوث عن تزايد في عددها في الفترة 1990-2000 وكانت سنة 1996 السنة التي تضاعف فيها عدد البحوث ودخولها مرحلة التبني السريع، أما عن بحوث الإعلام الجديد في الجزائر فكانت البدايات الأولى لها في الفترة الممتدة من 2001-2005 ويمكن اعتبار سنة 2006 السنة التي بدأت فيها البحوث بالتزايد بشكل ملحوظ واستمر بالازدياد على مدار باقي سنوات الاطار الزمني لهذه الدراسة، إن هذا التأخر هو انعكاس حتمي لتأخر دخول وانتشار التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في المنطقة العربية بشكل عام والجزائر بشكل خاص، فقد ظهرت الانترنت لأول مرة في الجزائر سنة 1994 واحتاجت وقتا طويلا لانتشار والاعتماد عليها من قبل الأفراد.

في هذا السياق يحاجج "توماسلو" بشأن التأخر في تبني وسائل الإعلام الجديدة كموضوع بحثي ضمن الإطار الزمني الذي تم فحصه، يعكس التأخر في اعتماد شبكات الكمبيوتر من قبل الجمهور العام على سبيل المثال ، تجارب ARPAnet في أواخر الستينيات من القرن الماضي تم الإعلان عن إصدار عام 1992 للإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية بحوالي 30 عامًا وبالمثل لم تبدأ مرحلة "الإقلاع" بين الباحثين في مجال الاتصالات لإجراء البحوث الإعلامية الجديدة المتصلة بالإنترنت والوسائط الرقمية ذات الصلة حتى عام 1996 تقريبا واستمرت منذ ذلك الحين. كحقل ، على الرغم من الدعوات إلى العمل، غالبًا ما نتفاعل بالضرورة مع التغييرات في البيئة الإعلامية لأننا نسعى إلى دراسة ظواهر الاتصال التي يمكن ملاحظتها بسهولة، وبالتالي اضطر علماء الاتصالات إلى الانتظار حتى تنطلق الإنترنت علنًا قبل أن نتمكن من تبرير دراستها من حيث الوقت، الموارد البشرية، والالتزامات المالية، ومن جمع كميات كافية من البيانات لجعل ادعاءات موثوقة ووثيقة حول تأثيرها على الحقل، والوسائط الموجودة مسبقًا، وعدد المستخدمين وبالتالي، حيث كانت مزايا شبكات الكمبيوتر نفسها لا تكفي لتحفيز الظهور الملحوظ لمجال جديد من بحوث الاتصال.

استغرق الأمر اذن تبني أجهزة الكمبيوتر والإنترنت والتقنيات ذات الصلة على نطاق واسع من قبل عامة الناس في العالم خلال التسعينات لخلق ظاهرة تستحق الدراسة ، بوجود عدد كبير من المتبنين من مستخدمين وباحثين (Lee and Baer,2010,15)

وهذا ما ينزلق على بحوث الإعلام في المنطقة العربية والجزائر بصفة خاصة فاذا كانت البلدان المنتجة للتكنولوجيا قد تأخر فيها البحث في وسائل الإعلام الجديدة حتى انتشر استخدامها بين عامة الناس وخلقت ظواهر تستحق البحث والدراسة فالحال نفسه في البلدان المستهلكة للتكنولوجيا، التي انتظرت عقدا اخر من الزمن حتى دخلت وانتشرت هذه التكنولوجيات.

إن اهتمام باحثي الإعلام والاتصال بدراسة الانترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة في تزايد مستمر عكس تخمينات "هيرنج" حول زوال هذه البحوث.

1. مقارنة التوجهات الموضوعاتية للبحوث:

- فيما يتعلق بمواضيع البحث أوضحت المقارنة ان بحوث الاعلام الجديد في الجزائر وبتطبيق تصنيف "كيم وويفر" قد اهتمت في الفترة الأولى (2001-2005) بقضايا القانون والتشريعات العامة (على قلة البحوث في هذه الفترة) وهذا ما توصلت إليه كل من البحوث العربية والاجنبية، ولعل توجه هذه البحوث الى دراسة التشريعات والقوانين بصفة عامة التي تضبط هذه الوسيلة والاخلاقيات التي تحكمها كونها وسيلة جديدة ناشئة حديثا مختلفة تماما عما كان من قبل ومن الصعب احتواءها في قانون أو اثنين فخلقت بذلك مشكلات تستوجب البحث، غير أن الاختلاف يكمن في تأخر البحوث العربية والجزائرية في دراسة هذه القضايا بالمقارنة بالبحوث الأجنبية ويعزى ذلك للأسباب السابقة الذكر من تأخر في دخول وانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال لهذه البلدان، وفي فترات لاحقة اهتمت بحوث الاعلام الجديد في الجزائر بدراسة استخدامات الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة وبناء التصورات حولها ثم تأثيراتها وثالثا القضايا الثقافية والاجتماعية، وهو ما توصلت اليه أيضا البحوث العربية، في حين اهتمت البحوث الاجنبية بدراسة استخدامات الانترنت والتصورات حولها، ثم القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية، القضايا السياسية والديمقراطية، وفي المراتب الأخيرة القضايا الثقافية والاجتماعية، تأثيرات الانترنت

القضايا الفلسفية والتاريخية، القضايا التقنية، تقييم وتحليل المواقع....، ولعل السبب الرئيسي لاهتمام البحوث الجزائرية والعربية بصفة عامة بدراسة قضايا الثقافية والاجتماعية وتأثيرات الوسائل الجديدة هو اعتبار هذه الوسائل دخيلة عن المجتمع وتحمل معه تأثيرات سلبية في الغالب خصوصا على الهوية الثقافية للفرد والمجتمع العربي وكذا تأثيراتها على العلاقات الاجتماعية وهذا ما نلمسه جليا في عناوين البحوث ونتائجها، في حين لم تهتم البحوث الاجنبية في الفترات الأولى بدراسة القضايا الثقافية والاجتماعية لأنها لا تعتبر هذه الوسائل دخيلة عن المجتمع وستؤثر على هويته بل هي نتيجة لتطور طبيعي لتقدم هذه المجتمعات هذا من جهة ومن جهة أخرى لم تهتم هذه البحوث بدراسة التأثيرات كون هذه الوسائل حديثة لم تتوفر قاعدة بيانات ثرية حولها بعد، في المقابل انصب اهتمام هذه البحوث على القضايا الاقتصادية والاعلانية والتسويقية وهو امتداد لاهتمام البحوث الامريكية بصفة عامة (جل الدراسات الاجنبية السابقة هي بحوث أمريكية) بالجانب الاعلاني والتسويقي في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري وامتد ايضا في بحوث الإعلام الجديد، في حين تذييل هذا النوع من القضايا ترتيب الاهتمامات في البحوث الجزائرية اين تغيب ثقافة بحوث السوق ودراسات الجمهور والمنافسة بين المؤسسات فالبيئة الاقتصادية الجزائرية تقوم على اعتبارات أخرى فاحتكار الدولة لأغلب المؤسسات الاقتصادية الكبرى واحتكارها للإشهار، أما عن البحوث العربية فاستشرفت أن الاهتمام بالقضايا الاعلانية والتسويقية والقضايا الثقافية والاجتماعية ستسيطر على التوجهات البحثية المستقبلية للبحوث في المنطقة العربية، ومع مطلع القرن 21 اتجهت اهتمامات البحوث الاجنبية الى دراسة التفاعلات بين الانسان والتكنولوجيا الصحة الالكترونية، المجتمع الرقمي، إدارة الاعمال الالكترونية، مصداقية الانترنت والوسائل الجديدة ومقارنتها مع الوسائل التقليدية، هذه التوجهات الموضوعاتية نادرة جدا في البحوث الجزائرية والعربية خاصة الصحة الالكترونية، مصداقية الانترنت، بحوث المقارنة بين الوسائل الجديدة والتقليدية، إدارة الاعمال الالكترونية...ولعل مرد ذلك هو حداثة هذه البحوث بالمقارنة بالبحوث الأجنبية التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال. إضافة إلى ذلك، انصب الاهتمام البحثي للبحوث الجزائرية في مرحلة لاحقة خصوصا بظهور مواقع الشبكات الاجتماعية بدراسة هذه المواقع وتحديد الفيسبوك في هذا الشأن أشار الباحث نصر "الدين العياضي" بقوله: "البحوث

التي تجرى في إطار الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر والتي اطلعت عليها وشاركت في مناقشة بعضها تركز كثيرا على مواقع الشبكات الاجتماعية وموقع الفيسبوك تحديدا وتناولتها من جوانب مختلفة، الاستخدامات والاشباع، رأسمال الاجتماعي، الهوية، القيم، التوعية السياسية، المشاركة السياسية، بناء العلاقات الاجتماعية، تمثل الذات، والتفاعل الاجتماعي، وتكاد هذه المواضيع أن تتكرر من جهة، وتعكس اهتماما سوسيولوجيا أكثر منه إعلاميا، بمعنى أنها لم تنصد للمواضيع والإشكاليات التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي والمؤسسات الإعلامية وإنتاج المادة الصحفية... "

وتوافق هذا التوجه نحو دراسة الشبكات الاجتماعية (خصوصا الفيسبوك) مع توجه البحوث العربية والأجنبية أيضا، غير أن توجه هذه الأخيرة كان مبكرا واهتم إلى جانب الفيسبوك بدراسة شبكات أخرى مثل: My space , Cyworld, linkeding, tweter....

وكشفت المقارنة تشابه البحوث الجزائرية والأجنبية في النتائج المتوصل إليها بتطبيق النموذج التطوري "لدومينيك وويمر"، في هذا الشأن، يمكن القول بانطلاق دراسات عربية وأجنبية عديدة حول الإعلام الجديد من نفس الأساس الذي انطلقت منه دراسات وسائل الإعلام التقليدية وتمثلت في التعرف على أنماط ودوافع استخدام الإنترنت وما يتصل بها من وسائل حديثة وتأثيراتها.. (البدوي، 2015، 4).

2. المقارنة من حيث التوجهات المنهجية للبحوث:

- فيما يخص المناهج والأدوات البحثية أوضحت المقارن توجه أغلب البحوث الجزائرية والعربية نحو استخدام المناهج والأدوات الكمية، في حين اتجهت البحوث الأجنبية إلى استخدام المناهج والأدوات الكيفية بشكل كبير في الفترة 1996-2000 وهذا ما توصلت إليه الدراسات السابقة (خاصة دراسة كيم وويفر، دراسة سانجون لي وزملاؤه)، ويرون أنها الأقدر على دراسة الوسائل الجديدة في ظل حداثها وغياب بيانات كمية كافية حولها، ولكن من عام 2001 إلى عام 2005 اتجهت البحوث نحو استخدام المناهج والأدوات الكمية بكثرة، رغم أن العديد من الباحثين يشكون من أن علماء الإعلام والاتصال يميلون أكثر من اللازم إلى استخدام الأساليب الكمية، ومع ذلك

ففي مجال البحث الذي يتم تطويره حديثا يفضل استخدام المزيد من البيانات الاحصائية، لذا تتطلب الأبحاث الحديثة المتعلقة بالإنترنت مزيدا من البيانات الاحصائية خصوصا في بداياتها.

- توجه جل البحوث في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وليس الجزائر فقط، إلى الاعتماد على المقاربات الكمية، يرجع لعدة أسباب منها:

- التركيز على البحث الكمي في دراسة المنهجية في مختلف أطوار التعليم الجامعي.

- اعتقاد خاطئ بأن البحث الكمي أكثر علمية ويجعل العلوم الاجتماعية تتماهي مع العلوم الدقيقة، وأن البحث الكيفي مشبع بالذاتية وأيديولوجي وغير علمي.

- البحث الكيفي صعب المراس ويتطلب الكثير من الصبر والمثابرة وطول النفس، وعلى الباحث أن يشق طريقه بمفرده ولا يسلك طريقا معبدا مثلما هو الأمر بالنسبة للبحث الكمي، وبما أن طبيعة الميديا الجديدة التي تتسم بتنوع ممارستها الفردية أصبحت تتطلب المقاربات النوعية، والمقاربة المختلطة: الكمية والنوعية*.

- أما عن الأدوات البحثية فتعددت في البحوث الأجنبية واتسمت باتجاهها إلى استخدام المنهج التكاملية الذي يعتمد على أكثر من منهج وأكثر من أداة، في حين اكتفت البحوث الجزائرية باستخدام الأدوات التقليدية.

إن البحوث الجزائرية والعربية عموما حاولت دراسة وسائل الإعلام الجديدة بنفس الطريقة المتبعة في دراسة وسائل الإعلام التقليدية فاستخدمت مناهج أدوات ونظريات بحوث الاتصال الجماهيري رغم عمق الاختلاف بينهما[†]

3. المقارنة من حيث التوجهات النظرية:

- وعن المداخل النظرية المستخدمة في البحوث تبين أن العديد من البحوث الجزائرية والعربية وبدرجة أقل البحوث الأجنبية لم تعتمد على أي مدخل نظري، كما يبين جدول المقارنة للتوجهات النظرية غلبة استخدام النظريات التقليدية الخاصة بالإعلام والاتصال، وأخرى تنتمي إلى مجالات

* حسب ما جاء في المقابلة مع الأستاذ العياضي (جامعة الجزائر)

† ما ورد في مقابلة فلاق، أستاذ بجامعة الجزائر.

بحثية أخرى كعلم الاجتماع، علم النفس، السياسة، الاقتصاد، لتكنولوجيا... وتشابهت البحوث الجزائرية والعربية والاجنبية في كثرة اعتمادها على نظرية الاستخدامات والاشباع غير أن البحوث الاجنبية قد تنوعت فيها النظريات المستخدمة سواء نظريات الاتصال الجماهيري او تلك المستمدة من علوم اخرى وفي مرحلة لاحقة اعتمدت على نظريات مطورة خاصة بالانترنت، وهذا ما نجده غائبا تماما عن البحوث الجزائرية ونادر في البحوث العربية.

إن أسبقية البحوث الأجنبية في دراسة الانترنت وما يتصل بها من وسائل كان من المفروض أن يكون نقطة قوة لا ضعف لها للبحوث العربية والجزائرية على اعتبار انها قد وفرت لها قاعدة بيانات مهمة الى جانب مقاربات نظرية ومنهجية اكثر ملاءمة لهذا النوع من الدراسات لكن حال البحوث يثبت العكس.

فالقليل من الباحثين من يسعى إلى توظيف عدة نظرية تتسجم مع دراسة الإعلام الجديد بل إن الكثير منهم يحاول التلفيق لجعل النظرية التي يعتمد عليها تتسجم مع دراسته أو الاشكالية التي يحاول الإجابة عليها، ومرد ذلك من جهة إلى أن الجامعة الجزائرية غير مواكبة للتطور الحاصل في مجال التنظير في الدول المتقدمة لأن المؤطرين يعتمدون في مجال تكوين الطلبة على المراجع المترجمة في الدول العربية، وحركة الترجمة بطيئة لا تمكن من المواكبة المستمرة والآنية لما تم انجازه علميا ومعرفيا في الدول المتقدمة، ومن جهة ثانية فإن مجال الإعلام الجديد في تطور سريع ومستمر نتيجة التطور المتسارع في مجال التقنية يفرض سرعة مماثلة في مجال التنظير وهذا صعب، وهذا ما قد يحول دون أن تحقق الدراسات الإضافية العلمية المرجوة منها*.

سمحت لنا المقارنة من التعرف على تموقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر ضمن التوجهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد العربية والأجنبية، كما كشفت لنا عن تشابه في بعض الاشكاليات المنهجية والنظرية التي تعاني منها بحوث الإعلام الجديد ككل سواء الجزائرية أو العربية أو الاجنبية وترتبط أساسا بطبيعة الإعلام الجديد وما يفرضه على الباحثين باختلاف

* ما ورد في المقابلة مع الأستاذة بوزيدي سهام -باتنة-

بيئاتهم، غير أن للبيئة الجزائرية والعربية تنفرد بإشكاليات أخرى تضاف إلى ذلك تعزى أساسا إلى حالة التخلف الذي يمس كل الجوانب وليس فقط البحث العلمي.

1- إشكاليات خاصة بطبيعة الموضوعات المختارة:

✓ إشكاليات خاصة بدراسة جمهور تطبيقات الإعلام الجديد:

- اختيار عينة الدراسة: حيث تعتمد البحوث الميدانية اعتماداً كبيراً على أسلوب العينات نظراً لاتساع رقعة المساحة التي 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 (عبد العزيز، 2015، 4) إلا أنه من الصعب جدا بل ومن المستحيل حصر وتحديد حجم مجتمع البحث الذي يسمح بإتمام إجراءات المعاينة لتحديد العينة بما يتلاءم وتمثيلها لمجتمع البحث، لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور الإعلام الجديد لما يترتب عنه من عدم إمكانية تعميم النتائج، فيلجأ الباحثون إلى اختيار عينات قصدية واختيارية، ويهدفون من خلالها إلى تعميم نتائج بحثهم وهذه العينات في الأصل تمثل تحيزا للباحث وتعكس انحرافه عن القواعد المعمول بها في البحث العلمي.

- الإشكاليات المتعلقة بمصادقية البيانات والمعلومات المستخرجة من مختلف تطبيقات الإعلام الجديد فما يعرض من بيانات ديمغرافية وأراء وأفكار لا يعبر بالضرورة عن معلومات صادقة، مع أن هذه الإشكالية تمثل تحديا بحثيا لدراسات الجمهور بصفة عامة إلا أن الأمر أكثر تعقيدا في مجال الإعلام الجديد الذي يصعب معه التأكد من صدق البيانات.

ولعل هذا ما أشارت إليه "ميريام ميتزغر" حين قالت أن المضامين التي يتم تناقلها عبر مختلف الوسائط الجديدة تمثل بالنسبة للباحثين هاجسا كبيرا بالنظر لارتباطها بأحد الأسس العلمية الرصينة، وهو المصادقية والموثوقية العلمية، وهما برأيها شرطين أساسيين لازمين ولا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجيا (هميسي، 2014، 13).

-إشكاليات أخلاقية تتعلق بمدى سرية البيانات المنشورة وخصوصيتها ومدى وجوبية إعلام المبحوث بأن ما ينشره من محتوى سوف يستخدم لأغراض البحث العلمي، وهي واحدة من المسائل الخلاقية. (صلاح، 2015، 7)

✓ إشكاليات خاصة بدراسة محتوى الإعلام الجديد:

- الاختلاف الكبير بين طبيعة وتكوين محتوى تطبيقات الإعلام الجديد ومحتوى وسائل الإعلام التقليدية الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة، إذ تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية واللغات المستخدمة، والرموز التعبيرية، ومصادر تشكيل هذا المحتوى، والتفاعلات المتضمنة فيه، فضلا عن كونه في حالة ديناميكية مستمرة فهو يخضع للتطوير والتغيير عن طريق الإضافة، الحذف أو التعديل، هذا ما يشكل عائقا كبيرا أمام دارسي هذا المحتوى في حصره وتحديد حجم مجتمع البحث وبالتالي ينعكس على تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة إذ لا يمكن اختيار عينات عشوائية وبالتالي لا يمكن تعميم النتائج.

- إشكالية وجود بيانات يمكن أن تكون ذات دلالات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي. على سبيل المثال، لا يعكس عدد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع Youtube معلومة دقيقة عن كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عدد المعجبين بصفحة ما على موقع Facebook لا يعني بالضرورة أنهم يترددون بنشاط على هذه الصفحة ويتابعونها باستمرار ويتفاعلون عليها، خاصة بعد أن ظهرت جوانب تجارية وترويجية تتيح إمكانية شراء أعداد المتابعين للحسابات الإلكترونية على تلك المواقع. (صلاح، 2015، 6)

2- إشكاليات خاصة بطريقة معالجة/دراسة موضوعات الإعلام الجديد:

✓ على مستوى المداخل النظرية:

- إن أهم الإشكاليات النظرية التي تواجه الباحثين العرب في مجال الإعلام والاتصال عموما والإعلام الجديد خصوصا هي سوء فهم ماهية النظرية بالضبط ومكانتها ودورها في البحث العلمي، فقد أكدت نتائج البحوث -عينة الدراسة- عدم اعتماد العديد من الباحثين على أي نظرية في بحوثهم، في حين الذي اعتمدوا على نظرية ما قد اكتفوا بالنظريات الخاصة بالبيئة الإعلامية

التقليدية ولم يحاولوا استخدام نظريات مستحدثة أو مطورة ثلاثم أكثر خصوصية الإعلام الجديد، فحتى النظريات الكلاسيكية المعتمدة لم توظف بالشكل الصحيح الذي قد ينعكس على نتائج البحث، وبالتالي فالقول أن العجز في النظرية لأنها غريبة لا تتلائم والمجتمعات العربية فيه الكثير من المغالطة، وهذا ما ذهب إليه "العياضي" في دراسته حيث قال إن الكثير من دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية ومدرسيها في المنطقة العربية تبنا مع الأسف، فكرة التبعية للنظريات الغربية في مجال البحث في العلوم الاجتماعية في المنطقة العربي، من دون فحص وتحليل وأعلنوا قصورها في فهم الظاهرة الاجتماعية والإعلامية على المستوى العربي (العياضي، 2016، 10)

-تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بمدى ملاءمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقاة أساسا من علوم اجتماعية أخرى والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في بيئة الإعلام الجديد، فواقع الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر.

- أوضحت نتائج الدراسات -عينة البحث- هيمنة المنظور الوظيفي ممثلا في اعتماد أغلب الدراسات على مدخل الاستخدامات والاشباع في سياقه التقليدي وتحولت هذه النظرية إلى أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية الجديدة، وهنا تطرح مسألة جدواها المعرفية ومصداقيتها العلمية، فالمنظور الوظيفي يؤمن أن الوظيفة تسمو على المعاني بل تنفي وجودها أصلا من خلال تأكيد أن وسائل الإعلام الجديد وجدت لتحقيق مجموعة من الوظائف وان تعثرت فهي تعاني من خلل وظيفي وان كفت عن القيام بوظائفها زالت واختقت، فهل يمكن القول دون أن نجانب الخطأ أن موقع الفيسبوك مثلا يقوم بالأدوار ذاتها في كل المجتمعات العربية، وإذا افترضنا ذلك فما هو سبب استخدام موقع التويتر في السعودية أكثر من باقي الدول؟ (العياضي، 2013، 44)

- إن الأطروحات النظرية التي قدمت لفهم طبيعة الإعلام الجديد لم يكن مصدرها أساتذة الإعلام والاتصال بالأساس بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات، وهندسة الشبكات وتطويرها، إذ اتسمت المقاربات السائدة بطابعها "التقني"

Technological أي أنها بحثت في ظاهرة الإعلام الجديد من منظور تكنولوجي معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعداً أساسياً ومؤسساً لخصوصية الإعلام الجديد، يعكس هذا المنظور للإعلام الجديد تمثلاً حتمياً (Determinist) يعظّم عاملاً بعينه (التكنولوجيا) على حساب عوامل عديدة أخرى تساهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام بما أنها ظاهرة مركّبة (complex) (الأميرة فرج ، 2012 ، 28)

وهذا ما أشارت إليه اجتهادات بحثية أبرزها إسهامات الباحثان فرناندو وجيفري Fernando Bermejo و Jeffrey Bardzel (2009/2008) في هذا الصدد، وضع Bardzel الإرهاسات الأولية لرؤية تنظيرية في مجال الإعلام الجديد New Media Theory Primer ، مشيراً إلى ضرورة اختبار تلك النظريات لوظائف أدوات الإعلام التقني في سياقها الثقافي، وقد اتفق Bermejo مع Bardzel، موضحاً أن التفكير بصورة تكنولوجية عملية تتم بصورة مطلقة، بعيداً عن السياق التاريخي والسياسي والاقتصادي والثقافي والديني، يعني عدم فهم إمكانيات وحدود التكنولوجيا الجديدة.

كما يلفت الباحثان الانتباه إلى بينية مجال الإعلام الجديد، وتشابكه مع مجالات معرفية متعددة كالإتصال، والفنون الرفيعة، وعلوم الحاسب الآلي، والإنسانيات، والعلوم الاجتماعية والمعلوماتية، مما يعني ضرورة ارتباط دراسات الإعلام الجديد ونظرياته بالجوانب التقنية والثقافية التي لا تنفصل عنه. (أحمد البدوي، 2015، 8)

✓ على مستوى المناهج والأدوات البحثية:

تتعرض الإشكاليات المتعلقة بالجوانب النظرية في بحوث الإعلام الجديد بالضرورة على الجوانب المنهجية والإجرائية وهذا جلي في عدة نواحي أهمها:

- اعتماد الكثير من الباحثين على المنهج المسحي إذ يعتبر الأشهر والأكثر انتشاراً في بحوث الإعلام الجديد، ويعتبر كل من "دارسي غرانيلو" و"جوي ويتون" بأن المسوح عبر الإنترنت توفر للباحثين الكثير من المزايا التي تجعل منها أسلوباً مغرياً جداً لجمع البيانات، وأهم هذه الميزات اختصار الزمن، التكلفة المنخفضة، سهولة تحصيل البيانات، المرونة والمراقبة الجيدة، ميزة

التكنولوجيا في تصنيف البيانات... غير أن المشكلة فيما يخص البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت تكمن في مدى قدرة الباحث على استيفاء شرط التمثيل في العينات المختارة، ويضاف إلى هذا مشكلة أخرى تصطدم بها أغلب البحوث المسحية عبر شبكة الأنترنت، وهي عدم استجابة الكثير من المبحوثين لطلب الاستفتاء، وذلك راجع إلى انشغالهم أثناء الإبحار عبر الشبكة بقضاء حاجياتهم النفسية والفيزيائية (هميسي، 2014، 13)

- الاعتماد على الاستبيان وتحليل المحتوى في شكله التقليدي ولعل أهم ما يواجهه الباحث في تطبيق هذه الأدوات مايلي:

- إشكالية جمع البيانات في البيئة الرقمية الجديدة بسبب صعوبة التعامل مع الكم الهائل من البيانات وتدفقها عبر وسائل الإعلام الجديد من جهة ومن جهة أخرى الخوف من الاتهام بانتهاك خصوصية المبحوثين وانتهاك أخلاقيات البحث العلمي من خلال الاطلاع على صفحات أو مواد لمستخدمين قد لا يدركون أو لا يوافقون على توظيفها كمادة بحثية (بخيت، 2016، 15)

- إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني: حيث يتعرض في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان، (عبد العزيز، 2015، 5) إذ يرى كل من "بول سيرمون وشارلوت غولد" أن ما يحدث في عبر مختلف الوسائط الاعلامية الجديدة هو نمط ثان ومختلف من الحياة أطلقا عليه "الحياة الاجتماعية الثانية"، وهي برأيها شبكة من العلاقات غير المحددة بين مجموعة من الأفراد الحقيقيين أو المزيفين الذي قد يلجؤون لانتحال هويات افتراضية (des avatars)، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب التأكد من هوية هؤلاء الأفراد. (هميسي، 2014، 12)

- إشكالية ثبات المرزيم في حالة تحليل مضمون الأنترنت: صعوبة استخدام تحليل المحتوى بطريقته التقليدية في تحليل نصوص ورسائل وسائل الاعلام الجديد، إذ يصعب تقسيم هذه الرسائل إلى فئات قابلة للعد والقياس أو إلى فئات ثابتة جامعة مانعة، والتي تتشكل وفق بروتوكول الاتصال عبر وسائل التواصل الرقمية وليس وفق شكل ثابت ومحدد، فهي رسائل غير ثابتة ومتغيرة ولا حدود نهائية لها يمكن الوقوف عندها وتحليلها (بخيت، 2016، 15)

ونتيجة تغيير مضمون المواقع، حاول الباحثون التغلب على ذلك بواسطة قيام جميع المرمرزين بالتحليل في الوقت نفسه أو القيام بتنزيل المواقع من على الأنترنت في حالة إمكانية تحقيق ذلك، إلا أنه هناك بعض المواقع التي لا يمكن تنزيلها ولا تخزينها، حيث توجد بعض المحاذير القانونية أحيانا والفنية في أحيان أخرى إضافة إلى إشكالية تحديد وحدات التحليل فوحدات التحليل الخاصة بالأنترنت لا يمكن حصرها في فئتي ماذا قيل؟ ، وكيف قيل؟ ولكن يجب طرح رؤى بديلة حول لماذا قيل؟ وبأي طريقة يقدم؟ (محمود، 2007، 39)

بعد عرض ومناقشة أهم الإشكاليات المختلفة التي رصدتها هذه الدراسة والتي تواجه بحوث الإعلام الجديد، نعرض فيما يلي الرؤى والبدايل العلمية الممكنة للتعامل مع هذه الإشكاليات بمستوياتها المختلفة، ويقوم عرض هذه الرؤى وفق ما تم تناوله من إشكاليات.

✓ على مستوى الأطر النظرية:

1- النظريات والمداخل التي طورها الإعلام الجديد:

- **نظرية التجربة الأمثل:** هي نظرية مقتبسة من علم النفس لصاحبها كسكز نتمهلاي Csikszentmihalyi، وتصلح هذه النظرية لقياس استمتاع الأفراد بقضاء الوقت على الانترنت، إذ تركز على جوانب مثل استغراق الفرد في المهام التي يود إنجازها وفقدانه الإحساس بالوقت والذات وتشير إلى أن هناك تفاعل إيجابي بين التمكن من استخدام الانترنت والشعور بالاستمتاع، وتقترب هذه النظرية من نظرية الاستخدامات والإشباع، بيد أنها تختلف عنها في أنها تتطلب قدرا من الخبرة أثناء التجول عبر الانترنت، حددها هوفمان ونوفك Hoffman and Novak (1996) في أربعة شروط مستوى عالي من المهارة والتحكم، مستوى عالي من التحدي والفضول، تركيز الانتباه، التفاعلية والحضور. (محمود، 2007، 23)

- **نظرية الشأن العام:** ظهرت بذور هذه النظرية علي يد عالم الاجتماع هابرماس Habermas في كتابه التحول البنيوي في الشأن العام سنة 1962، ليرصد وضع الرأي العام وممارسته إزاء حكومات غرب أوروبا، وعرف "هابرماس" الشأن العام؛ بأنه المجتمع التخيلي أو الافتراضي، الذي ليس من الضروري أن يكون موجودا بصورة رسمية، وينشأ الشأن العام من خلال مجموعة خاصة من الناس تتجمع لتناقش الشؤون العامة، بهدف تحديد احتياجات المجتمع من خلال عمل جمعيات

أو التحوار فيما بينهم ومن ثم تكون مجموعة الشأن العام آراء واتجاهات تكون بمثابة مرشد لشؤون الدولة، وتعد جماعة الشأن العام بمثابة وسيط بين المجتمع والدولة. وعلى هذا النحو يمكن الاستفادة من هذه النظرية في دراسات الانترنت التي تتصل بالمنتديات وغرف الدردشة، والبولج بوصفها ساحات للحوار الحر والنقاش يطرح من خلالها موضوعات متصلة بالمجتمع والسلطة السياسية (الأميرة فرج، 2012، 24)

- **نظرية تقليل الشك uncertainty reduction theory** : ترى هذه النظرية أن الأشخاص يبحثون عن معلومات إضافية ليقبلوا من عدم تيقنهم من المعلومات السابقة، قدم الفرض المبدئي لهذه النظرية كل من برجر كالبرس Berger and Calabrese عام 1975، حيث رأيا أن الأفراد يبحثون عن المعلومات لتقليل الشك أو القلق عندهم، ويمكن الاعتماد على هذه النظرية في الدراسات القائمة على التشكيك في مصداقية الوسائل التقليدية مقابل مصداقية الإنترنت، فالإنترنت تقدم العديد من الوسائل الاتصالية (مواقع صحف ومجلات وإذاعات ووكالات)، كما تقدم المواقع العامة، والإحصائيات التي يعتمد عليها في زيادة معلومات الأفراد حول المسائل الخلافية، من ثم تفيد هذه النظرية في دراسة الانترنت كبيئة بديلة لوسائل الإعلام التقليدية.

- **النموذج المهجن Hybrid Model** : عبر جورج جلدن George Gilder في نموذجه عن التزاوج بين الكمبيوتر والصحافة، فرأى أن الكمبيوتر متمم فعال للصحافة في أداء دورها، فهو يدعم صناعة الأخبار، حتى تتمكن الصحيفة من تسليم منتجها في وقت يسير، كما ساعد الكمبيوتر في زيادة المعلومات المتاحة للصحيفة، وفتح الطريق أمام الأخبار لإظهارها بالصوت والصورة على الأنترنت، فعن طريق هذا النموذج تم التزاوج بين الثقافة المطبوعة والثقافة الرقمية؛ مما عدل من شكل الأخبار وحسن من جودتها، ويصلح هذا النموذج في الدراسات المتعلقة بتصميم مواقع الأنترنت، حيث يتم الاستعانة بالوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة في بناء صفحات الأنترنت بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي بالإضافة إلى الصور والنصوص الثابتة لتمثل النموذج الإستاتيكي حتى يتحقق التكامل الشكلي في صفحة الأنترنت. (محمود، 2007، 27، 24)

-بناء الأجندة الإلكترونية **Online Agenda-Building** : وهو مدخل نظري تم تطويره في إطار دراسات وضع الأجندة، وهي الدراسات التي توضح دور وسائل الإعلام في إبراز القضايا التي تهتم الجمهور.

ويقوم مدخل بناء الأجندة على افتراض أساسي مؤداه أن هناك عدة قوى ومستويات تُشكل أجندة وسائل الإعلام؛ منها المستوى الفردي والروتيني، والمستوى التنظيمي، والمستوى الأيدلوجي ومستوى ما وراء وسائل الإعلام، وهي المقاربات التي طرحها كل من "شوميكر وريس" Shoemaker and Reese، 1996 وفي إطار هذا المقاربة يمكن دراسة الجمهور باعتباره أحد القوى الخارجية أو ما يمكن أن يسمى بما وراء قوى وسائل الإعلام **extra-media forces** والتي تتمثل في الحكومة، ومؤسسات العلاقات العامة، والمصادر الإخبارية ذات النفوذ وجماعات المصالح ووسائل الإعلام الأخرى، ويركز هذا المدخل على عملية وضع الأجندة ومدى قدرة الجمهور على التأثير في بناء الأجندة في ظل الاستخدام المتزايد والمكثف لوسائل الإعلام الجديد الجديدة.

وبينما يتم اعتبار الجمهور أحد مصادر القوى المُشكلة لبناء أجندة وسائل الإعلام الإلكترونية فإنه نادراً ما كان يتم اعتباره مصدراً للتأثير الخارجي علي أجندة وسائل الإعلام التقليدي؛ حيث يتواصل الصحفيون مع جمهور لا يرونه أو يسمعونه، ويتم الحوار بينهم في اتجاه واحد، وفي إطار سياق عمل يتأثر بشكل كبير بمصادر الأخبار، وبالمتخصصين وبالعلاقات العامة، وبالصحفيين الآخرين أكثر من تأثره بالجمهور، وبالمثل أظهرت دراسات أن الصحفيين العاملين في البيئة الإلكترونية أكثر إدراكاً ومعرفة باهتمامات الجمهور عن الصحفيين العاملين في البيئة التقليدية، نظراً لتواصلهم وتفاعلهم المستمر مع الجمهور. (الأميرة فرج، 2012، 23)

2- النظريات والمداخل التي استحدثها الإعلام الجديد:

أشار حسني نصر في دراسته* ان النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام **mediamorphosis theory** التي طورها " روجر فيدلر" ونشرها في العام 1997 لشرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وبين وسائل الإعلام التقليدية، ورغم أن البحث حول هذه النظرية ما زال محدوداً إلا إننا

يمكن في ضوء التوجهات البحثية أن نبلور المنطلقات والأفكار الرئيسية لهذه النظرية وتفترض هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية "التحول الرقمي" أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كبل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها (حسني، 2015، 31)

وقدم "فيدلر" خمسة مبادئ لهذه النظرية في كتابه الصادر عام 1997

Mediamorphosis: Understanding The new media

وهي: التطور والتعايش وتشير إلى أن جميع أشكال وسائل الإعلام سنتعايش وتتكيف مع بعضها البعض، التحول أي ان وسائل الإعلام الجديد لم تأت من فراغ بل نتيجة تحولات وتطورات مست الوسائل القديمة، التوغل والانتشار تشير إلى أن السمات الجديدة لوسائل الإعلام تنتشر وتهيمن على الموجودة قبلها، البقاء يشير إلى أنه على وسائل الاعلام القديمة التأقلم والتكيف مع التطورات الحاصلة لضمان بقائها، الملاءمة والحاجة بمعنى أنه لا يتم الاعتماد على الوسائل التكنولوجية الجديد بسبب مزاياها التكنولوجية فقط وإنما لأسباب اجتماعية واقتصادية وسياسية وغيرها (Roger fidler,1997,29)

كما أشار باحثون آخرون إلى عدة نظريات تحسب على الإعلام الجديد مثل:

- **نظرية الشبكة: Network Theory and the Growth of the Web** ترجع جذور هذه النظرية إلى عالم الرياضيات السويسري ليونارد ايلر Leonhard Euler إذ قدم دراسة عن الرسوم البيانية، والشبكات، وذلك عند دراسته لمشكلة تتعلق بالجسور والكتل الأرضية، بينما يرجع أصلها الحالي إلى كل من بريزي وريكا Barabasi and Reka عام 1999، وترى هذه النظرية أن كل صفحة من صفحات الويب لها عدد من الروابط تربطها بصفحات أخرى، قد تكون هذه الروابط كثرة أو قليلة؛ أي أن الصفحة الواحدة يمكن أن ترتبط بصفحة واحدة، أو يمكن أن ترتبط بعشرات الصفحات، من ثم تهتم هذه النظرية بعدد الروابط الموجودة في الصفحة، وطرحت هذه النظرية صيغ توضح العلاقة بين الموضوعات وعدد الروابط، وعلى هذا الأساس تفيد هذه النظرية

في تحديد الروابط المناسبة لكل فن من الفنون الصحفية، فيمكن من خلالها تحديد عدد الروابط في الأخبار المحلية والدولية، وعدد الروابط في المقالات والأحاديث والتحقيقات والموضوعات القصيرة وغيرها، وهذا ما أشار إليه ليونارد في البداية حين تكلم عن الرسوم البيانية والتي تنطبق على الشبكة العنكبوتية. (Mark Tremayne, 2004, 2,3)

- **نظرية الفضاء الديمقراطي Cyber Democratic theory**: وهي إحدى النظريات الحديثة في مجال الاتصال السياسي التي تتماشى مع الانترنت بوصفها بديل لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم ديمقراطية تخيلية، وقد أطلق على هذه النظرية الفضاء الديمقراطي، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية من خلال استخدامها للأدوات التفاعلية مثل: المنتديات، والبولج وحجر الثرثرة تقوم بعمل ديمقراطية تخيلية للقارئ، يستطيع أن يعبر فيها عن آرائه بحرية كاملة، ويستطيع أن يقول من خلالها ما لا يستطيع قوله من خلال وسائل الإعلام التقليدية، فالانترنت يمكن لها أن تزيل الحواجز الطبيعية، ويمكن للرسالة الإلكترونية أن تصل إلى أي شخص في أي وقت، وتؤكد هذه النظرية على دور المجتمعات الافتراضية *virtual communities*، والاستفتاءات الإلكترونية *Electronic plebiscites* في القيام بدور الديمقراطية الإلكترونية التخييلية عوضاً عن الديمقراطية التي تقابل بالقمع خاصة في دول العالم الثالث، من ثم يمكن الاستفادة من هذه النظرية في الموضوعات المتصلة بالإعلام السياسي ورصد حرية التعبير عبر المنتديات والاستفتاءات، وكذلك يمكن الاستفادة منها في دراسة المواقع المعارضة للحكومات بوصف مواقع الانترنت بديل لوسائل الإعلام التقليدية مثل مواقع الأحزاب والجمعيات المحظورة (محسب، 2007، 26، 27)

- **نظرية التلاقي أو الدمج Convergence theory**: تعتبر هذه النظرية من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات هنري جينكتر وجون بافليك وفريديريك كيتلر الذين يعدون حالياً من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة، ويقدم جينكتر المفاهيم الرئيسة للنظرية وهي ثلاث: التلاقي أو الدمج *convergence* والذكاء الجماعي *collective intelligence* والمشاركة *participatory*

culture والمقصود بالتلاقي بحسبه هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات التي تقدمها مختلف تطبيقات الإعلام الجديد: النصوص، الفيديوهات، الصور... وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات، ويصف "جينكتر" هذا التداخل بالنظام الشامل للإعلام الجديد.

ومن بين المفاهيم الرئيسية التي انجرت عن هذا التصور للذكاء الاجتماعي نذكر مفهوم التعبئة الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما سمي بـ"ثورات الربيع العربي"، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أثار العديد من التساؤلات (مصطفى رفعت، 55)

- نظرية الكبسة الواحدة **One click theory**: تشكل هذه النظرية النظرة المستجدة للجماهير التي كان راسل نيومان وآخرون يسمونها بـ"الجماهير المفتتة والسلبية" لما يتعلق الأمر بالإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل "السمة التحررية" للإعلام الجديد، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطا وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها، وتشير آنا أيفرت وجون كالدويل إلى أن الخصائص التي توفرها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدمجة فيهما تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك بدلا من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق الإعلام التقليدي ويضيف الباحثان بأن هذه النظرية تعتبر مفتاحا رئيسيا لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد والخطابات المتناقلة عبر الإعلام الجديد، وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسية على غرار المشاركة، الانتقاء، التفاعلية، التخصيص.... (هميسي، 2014، 10)

✓ على مستوى المناهج والأساليب البحثية:

1- الأدوات البحثية:

رغم كفاءة الكثير من أساليب التحليل وأدوات البحث في دراسة ظواهر وموضوعات الإعلام المختلفة فيما سبق، غير أن طبيعة الظاهرة الإعلامية الجديدة التي تنتجها بيئة الإعلام

الجديد بكل ملامحها وخصائصها المختلفة تدفع للعمل على تطوير واستخدام أساليب بحثية تتناسب هذه الظاهرة.

طورت الانترنت العديد من الأدوات البحثية الكمية والكيفية، فقد طورت الانترنت شكل الاستبيان، وقدمت له وسيلة جديدة لعرضه وإملاء بياناته عبر الكمبيوتر وقواعد البيانات بوصفه نموذجا للأدوات الكمية، كما طورت الانترنت من المجموعات البؤرية بوصفها نموذجا للأدوات الكيفية، كما أن بحوث الانترنت لم تكتف بتطوير الأدوات الكلاسيكية ولكنها بدأت في استحداث أدوات جديدة خاصة بها مثل تحليل شبكة الروابط الفائقة Hyperlink Network Analysis.

- الأدوات البحثية التي طورها الإعلام الجديد:

إن معالجة بحوث الإنترنت بالشكل الكلاسيكي من وجهة نظر العديد من الباحثين يحتاج لمراجعة للاستفادة من تقنيات الانترنت من ناحية، وللتيسير على الباحثين من ناحية أخرى، فنظرا لطبيعة جمهور الانترنت المتشعب الذي يصعب الوصول إليه يحتاج الباحث إلى أدوات تسهل له الوصول إلى الجمهور، لذا نعرض فيما يلي لنموذجين أحدهما كمي، وهو استطلاع الرأي الإلكتروني، والآخر كفي وهو المجموعات البؤرية.

أ- استطلاع والاستبيان والإلكتروني E-Survey and Questionnaires :

أصبحت اغلب الاستبيانات والاستطلاعات الخاصة بالانترنت قائمة على الواب والتي تسهلها العديد من البرامج المتوفرة والفعالة من حيث التكلفة وسهولة الاستخدام وتصنف إلى:

- الاستبيان الإلكتروني عن طريق البريد الإلكتروني.

- الاستبيان القائم على الويب web survey يعرف بأنه الأداة البحثية التي توجد على الويب ويقوم المبحوث بملء الاستبيان عبر الانترنت أو عن طريق شبكة المنظمات الداخلية الانترنت

مثل web survey methodology (websm.org) ، survey monkey الذي كان خيارا شائعا لدى الباحثين الأكاديميين خصوصا ببريطانيا، و Qualtics المستعمل بكثرة في الجامعات الأمريكية وغيرها من البرامج. (Claire Hewson ;2014,8)

ب- المجموعات البورية الإلكترونية **E-focus groups** : هي شكل من أشكال المقابلة الكيفية التي يقود الباحث مجموعة من الناس في مناقشة من أجل توليد البيانات، ومنذ دخولها في العلوم الاجتماعية في منتصف الثمانينيات أصبحت المجموعات البورية من الأساليب الشائعة، فيمكن أن تستخدم في البحوث الاستكشافية، حيث يكون المشاركون أحراراً في مناقشة الموضوعات المناسبة لهم أو/ و يمكن أن تستخدم في نطاق محدد حيث يأخذ رئيس الجلسة أو المحاور دوراً نشطاً في السيطرة على القضايا التي يتم مناقشتها.

فكر الباحثون في استثمار الانترنت بأدواتها التفاعلية ووسائطها المتعددة في البحث العلمي ونجم عن هذا الاستثمار تحويل العديد من الأساليب التقليدية لتصبح أساليب تفاعلية وافترضية ومن هذه الأدوات المجموعات البورية الافتراضية ومن أوائل من استخدم هذا الأسلوب في البحوث الاجتماعية عبر الانترنت ميوراي Murray عام 1997. (محسب، 2011، 15)

- الأدوات البحثية التي استحدثها الإعلام الجديد:

نظراً لتمييز الانترنت عن الوسائل الإعلامية الأخرى باحتوائها على الروابط الفائقة والنصوص الفائقة التي تنظم علاقات النصوص ببعضها البعض فقد تم تقديم أداة بحثية لقياس الروابط الفائقة التي تربط مواقع الويب.

- تحليل الشبكات **Network analysis**:

لا يستطيع تحليل المضمون بصورته الكلاسيكية أن يقدم للباحث البيانات والمعلومات الدقيقة عن المحتوى الذي يدرسه على تطبيقات الإعلام الجديد، حيث يعجز عن الكشف عن طبيعة العلاقات والارتباطات التي تمثل جزء أصيل في تكوين بنية الويب وتطبيقات الإعلام الجديد عليها، وهذه العلاقات والارتباطات هي التي بدورها تغذي المحتوى المنشور وتطور فيه، ومن هنا تبرز الحاجة إلى استخدام أساليب أخرى في التحليل تدعم العمل البحثي وتحقق التكامل في دراسة الظاهرة.

ويأتي استخدام تحليل الشبكات ليلبي مطلب بحثي وهو الإجابة على سؤال "من و/أو" ماذا "يرتبط" "بمن و/أو ماذا" وهو يكشف عن علاقات القوة والهيمنة أو التأثير بين الكيانات المختلفة، كما

يمكن استخدامه في دراسة المصادقية في المواقع الإعلامية من خلال البحث في الإحالات الموجودة وأنواعها ودلالات توظيفها (عبد المجيد، 2015، 13)

وأداة تحليل الشبكات الاجتماعية هي أداة للتحليل الوصفي تعتمد على رسم وقياس العلاقات وأنماط التفاعلات بين الأفراد أو المجموعات أو المنظمات باستخدام الأدوات والمفاهيم الرياضية (الرسم البيانية للشبكة الاجتماعية) (Marion Haas, 2009, 5, 6)

- **تحليل هيكل الخطاب Discourse Structure Analysis**: يتسم المحتوى المنشور على مواقع الإعلام الجديد بطبيعته التفاعلية والتشاركية، التي تجعل من الأطروحة والتعليقات المتبادلة عليها وحدة واحدة متكاملة، أو بمعنى أدق "حادثة" أو "نقاش" يترتب على ما سبق:

- أن التفاعلات والعلاقات الارتباطية في هذه الحالة تظهر من خلال طبيعة المحتوى الاتصالي المتبادل نفسه وتكوينه وسماته الداخلية، وليس من خلال شبكة من الروابط أو الإحالات يمكن رصدها وتتبعها.

- كما أن المحادثة نفسها يمكن أن يختلف هيكلها ما بين هيكل بسيط أو مركب، يستقبل مدخلات من أطراف عدة *Complex discussion* ، أو أنها ثنائية فقط.

- يمكن أن تركز رسائل المحتوى على موضوع واحد رئيسي أو تتفرع نحو موضوعات أخرى.

- يمكن أن يختلف مسار التطور في هيكل المحادثة؛ بمعنى أن تعبر الرسائل عن مستوى أول من التفاعل يقف عند تبادل الأدوار وردود الفعل، أو يتطور الهيكل من خلال رسائل متتالية ترتبط فيما بينها. ومدى الترابط أو التماسك المنطقي بين الرسائل المتبادلة. حيث ميزت دراسة مبكرة لـ (Rafaeli Sweedeks, 1997) بين مستويات التفاعل والارتباط بين الرسائل المتبادلة في عملية الاتصال.

وبالتالي، يحتاج الباحث لاستخدام أسلوب في التحليل يأخذ في الاعتبار مدى الترابط بين الرسائل الاتصالية المتبادلة، إضافة إلى السمات الأخرى التي يمكن أن يكشف عنها المحتوى مثل الأسلوب المستخدم في الحوار، والصفات المنسوبة للأفعال والشخصيات، الرموز وأساليب التشبيه أو الاستعارة أو التورية وما شابه وغيرها من السمات التي يكشف عنها تحليل الخطاب.

ويمكن في هذه الحالة تدعيم تحليل الخطاب، وتحليل المضمون بالاستعانة بأسلوب تحليل هيكل الخطاب المستعين بالحاسب الآلي والذي يمر عبر 4 خطوات تبدأ بتحويل سجل المحادثة إلى شكل من البيانات الخام Import ثم ترميزها بالإشارة إلى مصدرها Reference، ثم ترميز كل رسالة متضمنة في سجل المحادثة بالنظر إلى علاقتها بالرسائل الأخرى Discourse structure building، ثم تحليل وتفسير الرسائل المتبادلة.

ويستطيع أسلوب تحليل هيكل الخطاب تحليل سجلات المحادثات بشكل فردي أو تحليلها كمجموعة، وبالتالي يفترض أن إتباع أسلوب تحليل هيكل الخطاب المقترح أعلاه يقدم نتائج تصف كل من هيكل الخطاب أو المحادثة، السلوك الاتصالي الفردي للمبحوثين، وهيكل الشبكة الاجتماعية التي تربط بين مجموعة الأفراد (عبد المجيد، 2015، 13، 14).

لذا فإن استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد يقدم الإجابة على السؤال "كيف" ويخرج بالبحث العلمي من حدود السؤال "لماذا"، خاصة وأن تعقد العلاقات وتشابكها بين التقني والاجتماعي، وبين الفرد والبنية الاجتماعية، ينفي وجود علاقة رأسية مباشرة بين السبب والنتيجة في علوم الاتصال (العياضي، 2013، 51).

2- المناهج البحثية:

- **المنهج التاريخي** : ان المنهج التاريخي ليس ابتكارا جديدا طبعا لتحليل ظاهرة الإعلام الجديد، ولكنه اكتسب بعدا جديدا بفضل التطبيقات المستحدثة ضمن الفضاءات الافتراضية، بل إنه وجد ضالته بالنظر للقدرة الفائقة للانترنت على تخزين البيانات في شكل قواعد يمكن العودة إليها في أي وقت، وتوضح الأبحاث بأن المنهج التاريخي المتمحور تحديدا حول تحليل الأرشيفات اكتسب دفعة قوية جدا من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال التي أصبحت وعاء مهما جدا لحفظ المصادر وتسهيل الوصول إليها في أي لحظة. (مصطفى رفعت، 58، 59)

ويشرح "دافيد شولن" و"صاندر شولن" في كتابهما الذي يحمل عنوان "مناخ البحث الثقافي والتاريخي الإلكتروني" كيفية الاستعانة بقواعد البيانات من خلال تجربة جامعة شيكاغو، ويؤكدان بأن مصداقية الأرشيف إنما تتضح من خلال الدخول عبر البوابات الرسمية المعروفة، كما يبرزان

كيف أن البحث التاريخي عبر شبكة الانترنت قد يحتاج في بعض الأحيان إلى برمجيات إلكترونية خاصة مع أن الغالب الأعم أن يتم البحث بشكل عادي، وتشير البحوث عموماً إلى أن الانترنت أصبحت أداة جديدة لممارسة البحث التاريخي، ويطلقون على الدراسات التي أجريت في هذا الشأن "التاريخ الإلكتروني (E-History) ويعتبرون بأن ما تختزنه الشبكة العالمية بمختلف مواقعها هو تعبير عن وقائع تاريخية محددة لا زالت آثارها ثابتة في شكل نصوص، صور، تسجيلات فيلمية وصوتية والكثير من الأشياء الأخرى التي تصلح لأن تكون محل بحث باستعمال المنهج التاريخي. (هميسي، 2014، 14)

-**المنهج الإثنوغرافي:** يشكل المنهج الإثنوغرافي الدعامة المنهجية الأبرز في الوقت الحالي لتحليل الإعلام الجديد من الناحية الاجتماعية والنفسية، وذلك راجع بالأساس إلى ميزته الفائقة في تجاوز الصعوبات التي ذكرناها سابقاً وتجاوزه لمشكلة السلامة الإحصائية التي تصر عليها المناهج الوضعية التي تعودت عليها أبحاث الإعلام التقليدي، حيث يتجه هذا المنهج إلى البحث في الخصائص الكيفية لظاهرة الإعلام الجديد ولا يولي أهمية كبيرة لتقديم هذه الخصائص في شكل بيانات كمية (محمد مصطفى رفعت، 60)

وقد أصبحت للبحوث الإثنوغرافية عبر الانترنت شعبية متزايدة في السنوات الأخيرة مع التأثير المتزايد لوجود الإنترنت في حياة الناس اليومية.، والتي أخذت مسميات عدة مثل "الإثنوغرافيا الرقمية" digital ethnography ، "الإثنوغرافيا الافتراضية" virtual ethnography، "الإثنوغرافيا على الخطاب على الإنترنت"، discourse-centred online ethnography، "الإثنوغرافيا على الإنترنت" ethnography on the internet، "إثنوغرافيا الفضاءات الافتراضية" ethnography of virtual spaces، ...

إلا أن القاسم المشترك لهذه الدراسات هو أنها تتضمن جميعها نوعاً من البيانات عبر الإنترنت، ويوظفون جميعاً للإثنوغرافيا في البحث في البيئات المختلفة التي خلقتها الانترنت كمواقع الشبكات الاجتماعية، المدونات، المنتديات، مواقع الويب، وغيرها (Piia Varis, 2014.2)

أما روبرت كوزينتز " فقد استخدم " مصطلح " النيت- نوغرافيا"، وهو الأكثر تداولاً وهو مفهوم يجمع بين الإثنوغرافيا وتسمية الشبكة العنكبوتية، ويرى بأن هذا المنهج ذو فائدة عظيمة في دراسة ومعالجة المشكلات الخاصة بسياق الانترنت، وأنه منهج قابل للتكيف بسهولة وقد قدم له ستة خطوات عملية وهي: البحث المخطط، الدخول، جمع البيانات، تحليل البيانات، المعايير الأخلاقية، توضيح البحث، وهذه الخطوات قابلة للتطبيق عبر مجموعة واسعة من الأدوات كالمشاركة الكامنة أو النشطة، أو المشاركة في المحادثات الالكترونية،... ، وبالاستعانة بمقاطع الفيديو أو الصور ، الأصوات، البيانات النصية وغيرها من البيانات، ويمكن أن تكون البحوث في هذا المجال قصيرة تنطوي أو تركز على مجتمع واحد أو طويلة قد تستمر لسنوات عدة وتشمل مجتمعات عدة، (Leesa Costello ;2017,9)

ان استخدام المنهج الاثنوغرافي في الدراسات الإعلامية الجديدة أو ما أصبح يعرف ب المنهج النت-نيوغرافي يثير عددا من التساؤلات خصوصا حول بعض المفاهيم مثل الأماكن والمجتمعات والثقافات الموجودة عبر الانترنت بما أن الفضاء الالكتروني أصبح شديد التنوع وسريع التغير فلا يمكن اعتبار هذه المجتمعات متماسكة ومستقرة (Ann-Sophie,20-21)

في هذا الشأن ترى "أنجيلا قارصيا Angela garcia" بعد تحليلها للأدبيات الإثنوغرافية حول الوساطة التكنولوجية أن الإثنوغرافيين يجب أن يغيروا أساليبهم البحثية لاستيعاب هذه التغييرات الاجتماعية الغير مستقرة على وجه التحديد، لأنهم على الانترنت ليسوا مشاركين جسديا مع المواد البحثية ، ولا يمكنهم استخدام مهاراتهم الشخصية للوصول إلى تفسير العوالم الاجتماعية التي يدرسونها. بدلا من ذلك ، يجب عليهم تطوير المهارات في تحليل البيانات النصية والمرئية ، وفي التفاعلات المستندة إلى النص، كما ان عملية الوصول إلى المواضيع البحثية في الإثنوغرافيا على الانترنت تختلف بسبب الافتقار إلى الوجود المادي و مما يؤدي إلى عدم الكشف عن هويته المقدمة من الوسيط. لذلك يجب تعلم كيفية إدارة هويتهم وتقديم الذات البصرية والنصية في وسائل الإعلام والقيام بإدارة الانطباع عن طريق وسائل مثل البريد الإلكتروني والدرشة والمراسلة الفورية....، كما أن غموض العلاقات العامة والخاصة في عالم الإنترنت يثير قضايا أخلاقية

حول الوصول إلى البيانات والتقنيات لحماية الخصوصية والسرية، وهذا يوجب تعلم كيفية تطبيق مبادئ لحماية البحث (Angela Garcia ,2009 ;53)

-المنهج السيميائي في تحليل الخطاب الإلكتروني: هناك نمط آخر من التحليل للإعلام الجديد فيه نوع من التحديث بالمقارنة مع شكله التقليدي، وهو التحليل السيميائي .ويستعيد هذا المنهج في أساسه واحدة من النظريات الاستشراقية الأولى التي مهدت وتوقعت بقدوم مجتمع جديد بفضل هذه الوسائط وهي نظرية السبرنطيقا لصاحبها " نوربرت وينر " والتي كانت تعنى بفهم طبيعة اللغة التي تسمح للإنسان بالتواصل مع الآلة.

ويعتبر " مارك وورشاور " و"دوغلاس غريمس " بأن كل المداخل الأساسية للسيميائيات تصلح لدراسة تطبيقات الإعلام الجديد القائمة على الويب 2.0 ،والملاحظ أن المنهج السيميائي لا يشتكي من الصعوبات التي تجدها المناهج الوضعية في تفسير ظاهرة الإعلام الجديد، ذلك أنه لا يولي أهمية كبيرة للفاعلين بقدر ما يركز التحليل على الرسالة في حد ذاتها، من حيث بنيتها والعلاقات الدلالية الترابطية الكامنة داخلها. (مصطفى رفعت، 62،61).

خاتمة

تضم الخاتمة أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها هذه الدراسة والتي أمكن تلخيصها وتقسيمها بالاستناد إلى التساؤلات التي حاولت الإجابة عنها إلى ما يلي:

1- استنتاجات تتعلق بتطور بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وتوجهاتها الموضوعاتية:

- عرفت بحوث الإعلام الجديد في الجزائر تطورا ملحوظا من حيث الكم خلال الفترة من 2001 إلى 2017 فبعد أن كانت قليلة العدد في السنوات الأولى من ظهورها تضاعف عدة مرات في السنوات اللاحقة خصوصا سنتي 2012، 2015.

- توصلت الدراسة بتطبيق تصنيف "كيم وويفر" إلى أن بحوث الإعلام الجديد في الجزائر اهتمت بدراسة استخدامات الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة، ثم تأثيراتها على الأفراد والمنظمات القضايا الثقافية والاجتماعية، قضايا القانون والتشريعات بشكل عام وكذا تحليل المواقع الإلكترونية، وجاء في المراتب الأخيرة كل من القضايا السياسية والديمقراطية، القضايا الاقتصادية والإعلانية، القضايا التقنية، القضايا التاريخية والفلسفية، القضايا التعليمية.

- كما توصلت الدراسة بتطبيق التصنيف الموضوعاتي للبحوث وفق العملية الاتصالية إلى توجه الباحثين نحو بحوث جمهور/ مستخدم الإعلام الجديد، يليه بحوث تأثير الإعلام الجديد، ثم بحوث المحتوى الاعلامي وبحوث السياق، وأخيرا بحوث القائم بالاتصال التي لم تحظى باهتمام كبير.

- أما عن أنواع الإعلام الجديد التي حظيت بالاهتمام البحثي من قبل الباحثين الجزائريين فتوصلت الدراسة إلى أن البحوث اهتمت في الفترة الأولى بدراسة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة والأنترنت وانتقلت في مرحلة لاحقة إلى الاهتمام أيضا بدراسة الصحافة الإلكترونية، المواقع الإلكترونية، المنتديات، المدونات، في حين ظهر اهتمام كبير في الفترة الاخيرة بدراسة مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا شبكة الفايبيوك.

عموما يمكن القول أنه وبتطبيق نموذج "دومينيك وويمر" لتطور بحوث الأنترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة على بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وجدنا أن البحوث مرت من حيث الاهتمام الموضوعاتي بمراحل أربع أساسية هي: الاهتمام بشكل أساسي بدراسة وسائل الإعلام الجديدة في السنوات الأولى تلتها بحوث استخدامات ومستخدمي الإعلام الجديد وكذا دراسة آثار وسائل

الإعلام الجديد وأخيرا التعديلات في شكل وسائل الإعلام الجديد، كما أظهرت الدراسة أن الانتقال عبر المراحل الأربع المقترحة لتطور البحوث لم يكن خطيا وأن البحوث المنجزة في كل فترة من فترات الدراسة كانت تغطي كل المراحل باستثناء المرحلة الأخيرة- معا مع وجود تفاوت في النسب، بالعودة إلى الدراسات السابقة نجد أن هذه النتيجة تتوافق إلى حد كبير مع ما توصلت إليه نتائج البحوث الأجنبية.

-كشفت الدراسة عن استخدام بحوث الإعلام الجديد لمصطلحات أفرزتها البيئة الاتصالية الجديدة وهي: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، الأنترنت، إلكتروني، رقمي، الإعلام الجديد افتراضي، شبكات التواصل الاجتماعي، وتشير الدراسة إلى أن هيمنة هذه المصطلحات في هذه الفترة(2001-2017) لا يعني أبدا احتفاظها بهيمنتها في السنوات القادمة بل العكس وهذا ما أثبتته الدراسة فخلال إطارها الزمني أثبتت أن لكل فترة مصطلحات تهيمن وأخرى تختفي، وأخرى جديدة تظهر وهكذا، ومرد ذلك أن لكل فترة مستجداتها ومتطلباتها ومخرجاتها التي تستوجب الدراسة والاهتمام.

2-استنتاجات خاصة بالتوجهات النظرية لبحوث العينة المدروسة:

-كشفت الدراسة عن أن أكثر البراديغمات حضورا في بحوث العينة هو البراديغم الوظيفي والبراديغم السلوكي، وينسبة أقل البراديغم التأويلي، أما البراديغم السيبرنيطيقي فكانت البحوث التي تبنت مقارباته نادرة.

-إن أغلب المداخل النظرية المعتمد في مقارنة مواضيع الإعلام الجديد هي نفس المداخل المعتمدة في دراسة وسائل الإعلام التقليدية فبحوث العينة المدروسة لم تسعى إلى توظيف مداخل نظرية مستحدثة لدراسة الإعلام الجديد، كما أنها لم تحاول تطويع القديم حتى يصبح أكثر ملاءمة، بل اكتفت بدراسة الإعلام الجديد بذهنية دراسة وسائل الإعلام التقليدية.

-كشفت الدراسة عن توجه أغلب بحوث العينة المدروسة نحو دراسة مواضيع الإعلام الجديد بالاعتماد على البراديغم الوظيفي، وبشكل مبالغ فيه الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع، التي لم تدفع بالبحث إلى عتبة الاكتشاف بقدر ما قادتته إلى التبرير.

-رغم أن بعض المقاربات النظرية والمنهجية المستخدمة في دراسة الإعلام التقليدي صالحة لدراسة الإعلام الجديد إلا أن بحوث العينة لم توظفها بالشكل المطلوب فقد أوضحت الدراسة سطحية

تناول وتوظيف أغلب بحوث العينة المدروسة للمداخل النظرية، إذ اكتفى الباحثون بسرد مطول لها في كثير من الأحيان، كما أن هناك عدد معتبر من البحوث لم تستند على أي مدخل نظري.

3- استنتاجات خاصة بالتوجهات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد -عينة الدراسة-:

- توصلت الدراسة إلى أن المناهج والأدوات التقليدية لا تزال تهيمن على بحوث الإعلام الجديد فأغلب بحوث العينة كانت بحوثاً كمية اعتمدت في أغلبها على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، أما البحوث الكيفية -على قلتها- كانت بحوثاً سيميولوجية باستثناء بحث واحد اعتمد على المنهج الاثنوغرافي.

- أكثر الأدوات استخداماً هو الاستبيان، ثم الملاحظة، المقابلة، تحليل المحتوى واعتمدت أغلب البحوث على هذه الأدوات في شكلها التقليدي، رغم أن هذه البحوث تركز أساساً على دراسة الانترنت إلا أن استخدامها كوسيلة لجمع البيانات محدود، فكان استخدام المقابلة الإلكترونية الاستبيان الإلكتروني، الملاحظة الإلكترونية قليل جداً.

4- استنتاجات خاصة بنتائج بحوث العينة:

- نعتقد أن ما توصلت إليه العديد من بحوث العينة المدروسة من نتائج تمثل نتائج عامة وبسيطة قد لا تحتاج لإجراءات منهجية وبحث للوصول فالعديد منها أقرب ما تكون إلى الفهم الشائع، كما أن البعض منها مبالغ فيها إلى حد يجعل مصداقيتها العلمية محل مساءلة.

- لا يمكن الحديث عن وجود قاعدة صلبة ينطلق منها الباحثون لدراسة الإعلام الجديد، حيث أن مبدأ التراكمية يظل مطلوباً حتى نصل إلى مرحلة تكون منطلقاً للتعمق في فهم ظواهر الإعلام الجديد، تطورها وتغلغلها في الحياة العامة، تأثيراتها المختلفة، فالجهود في هذا المجال مشتتة وتحتاج إلى خلق تقاليد جماعية للبحث في الإعلام الجديد حتى نزيد من تثمين البحوث التي تجري ونزيد من نجاعتها بتحديد المجالات الدقيقة التي تحتاج إلى التقصي والبحث، فالغالب على بحوث الإعلام بصفة عامة في الجزائر أنه لا ضابط ولا موجه لها.

5- استنتاجات خاصة بموقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر ضمن التوجهات البحثية العامة للبحوث العربية والأجنبية:

- كشفت الدراسة عن التأخر في توجه باحثي الاعلام والاتصال في الجزائر وفي المنطقة العربية بصفة عامة نحو دراسة الانترنت وما يتعلق بها من وسائل جديدة، فقد ظهرت أولى البحوث في القرن (21)، أما البحوث العربية فكانت في وقت ابرك بقليل أواخر القرن(20)، في حين نجد أن البحوث الأجنبية كانت بداياتها في القرن الماضي، إن هذا التأخر في هو انعكاس حتمي لتأخر دخول وانتشار التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في المنطقة العربية بشكل عام والجزائر بشكل خاص، وبالتالي الاستخدام والاعتماد ثم الاهتمام البحثي لاحقا.

- فيما يتعلق بمواضيع البحث أوضحت المقارنة تشابها في الاهتمامات الموضوعاتية للبحوث الجزائرية والعربية والأجنبية في بداياتها إذ اهتمت بقضايا القانون والتشريعات بصفة عامة، إلا أن البحوث الأجنبية اختلفت في فترات لاحقة معها فلم تركز كثيرا على القضايا الثقافية والاجتماعية التي حظيت باهتمام في البحوث الجزائرية والعربية بل توجهت نحو القضايا الاعلانية والتسويقية وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي ركزت على دراسة الفايسبوك بشكل خاص والتويتر واليوتيوب، أما البحوث الجزائرية فقد ركزت بشكل خاص على الفايسبوك ونادرا من اهتمت بالتويتر واليوتيوب.

- كشفت المقارنة عن تشابه البحوث الجزائرية والأجنبية في النتائج المتوصل إليها بتطبيق النموذج التطوري لبحوث الانترنت وما يتصل بها من وسائل جديدة ل "دومينيك ووبمر".

- فيما يخص المناهج والأدوات البحثية أوضحت المقارنة توجه أغلب البحوث الجزائرية والعربية نحو استخدام المناهج والأدوات الكمية، في حين اتجهت البحوث الأجنبية إلى استخدام المناهج والأدوات الكيفية بشكل كبير، ويرون أنها الأقدر على دراسة الوسائل الجديدة في ظل حداثتها وغياب بيانات كمية كافية حولها، ثم في فترة لاحقة اتجهت البحوث نحو استخدام المناهج والأدوات الكمية بكثرة.

- أما عن المناهج والأدوات البحثية فتعددت في البحوث الأجنبية واتسمت باتجاهها إلى استخدام المنهج التكاملية الذي يعتمد على أكثر من منهج وأكثر من أداة، وإلى استخدام مناهج وأدوات

رقمية بما يعرف ب Digital Methods في حين اكتفت البحوث الجزائرية باستخدام الأدوات التقليدية.

- وأظهرت مقارنة التوجهات النظرية غلبة استخدام النظريات التقليدية الخاصة بالإعلام والاتصال، وأخرى تنتمي إلى مجالات بحثية أخرى كعلم الاجتماع، علم النفس، السياسة الاقتصادية، التكنولوجيا... وتشابهت البحوث الجزائرية والعربية والأجنبية في كثرة اعتمادها على نظرية الاستخدامات والاشباع، غير أن البحوث الأجنبية قد تنوعت فيها النظريات المستخدمة سواء نظريات الاتصال الجماهيري أو تلك المستمدة من علوم أخرى، وفي مرحلة لاحقة اعتمدت على نظريات مطورة خاصة بالإنترنت، وهذا ما نجده غائبا تماما عن البحوث الجزائرية ونادر في البحوث العربية.

يمكن القول أن بحوث الإعلام الجديد في الجزائر لا تعاني عجزا في استحداث عدة نظرية ومنهجية جديدة لدراسة مختلف مواضيع الإعلام الجديد بقدر ما تعاني من قصور فكري في استيعاب ما توفر من عدة نظرية ومنهجية، وكيفية اختيار المناسب منها وتكييفها مع المتطلبات الجديدة هذا من جهة، ومن جهة أخرى كيفية خلق تكامل بين أكثر من منهج أو نظرية لدراسة الإعلام الجديد فالاعتماد على الأسلوب الكمي وحده، أو على الأسلوب الكيفي وحده، لا يوفر تصورا علميا دقيقا لدراسة الظواهر المتصلة بالإعلام الجديد، لأن البحث في هذا المجال يفرض على الباحثين الربط بين مختلف الأدوات والمنهج لتحقيق التكامل الذي يتيح دراسة الظاهرة في سياقها والغوص في أعماقها لتحقيق فهم شامل لها، وهذا ما توفره الأساليب الكيفية، وتحقيق الموضوعية، المصادقية والواقعية في النتائج قدر الإمكان وهذا باستخدام الأساليب الكمية، لذا فتبني نموذج منهجي مختلط يجمع كليهما في بحث واحد يتيح الاستفادة من مزاياهما معا، ويقال من القصور الناتج عنهما منفصلين، هذا في انتظار توافر إنتاج فكري يتمخض عنه أطر نظرية ومنهجية جديدة أكثر ملاءمة واستيعابا ومواكبة لما تفرزه التطورات التكنولوجية في هذا المجال.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

- الكتب:

- 1- أحمد بدر. (2008). علوم الإعلام: البحث العلمي-المناهج-التطبيقات. القاهرة: دار قباء الحديثة.
- 2- أحمد عيساوي. (2017). الإعلام الجديد وتداعيات الموجة الإتصالية المعاصرة-مقاربات تحليلية منهجية- (الإصدار 1). القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 3- حنان أحمد سليم. (2013). الاتجاهات الحديثة في دراسات و بحوث علاقة الجمهور بالانترنت و الإعلام الجديد (الإصدار 1). القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 4- حسين سعد. (2017). براديغمات البحوث الإعلامية الإستمولوجيا-الإشكاليات- الأطروحات (الإصدار 1). بيروت: دار المنهل اللبناني.
- 5- حسين علي الفلاحي. (2013). الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد (الإصدار 1). عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- 6- سعد بن محارب المحارب. (2011). الاعلام الجديد في السعودية (الإصدار 1). بيروت: الحمراء.
- 7- سعيد لوصيف، نصر الدين لعياضي ، مخلوف بوكروح، رضوان بوجمعة، و عزيز لعبان . (2016). التفكير في منهجيات دراسة الاعلام و الاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الاستمولوجية والتقاطعات المعرفية (الإصدار 1). كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3: مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية.
- 8- شريف درويش اللبان. (2014). الضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية للإعلام الجديد. رؤى إستراتيجية، 2(7).

- 9- عبد العزيز خالد الشريف. (2014). الاعلام الالكتروني (الإصدار 1). عمان: دار يافا العلمية للنشر و التوزيع.
- 10- عبد المحسن حامد أحمد عقيله. (2015). الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. المنصورة: المكتبة العصرية للنشر و التوزيع.
- 11- صلاح عبد الحميد، و اليمنى عاطف. (2015). الاعلام والفضاء الإللكتروني (الإصدار 1). الجيزة: أطلس للنشر والانتاج الاعلامي
- 12- فضيل دليو. (2014). مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. الجزائر: دار هومة.
- 13- فضيل دليو. (2015). عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية. جامعة قسنطينة 3: دار الفائز للطباعة والنشر والتوزيع.
- 14- كمال عبد الحميد زيتون. (2006). تصميم البحوث الكيفية ومعالجته بياناتها إلكترونيا (الإصدار 1). القاهرة: عالم الكتب .
- 15- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، و مصطفى يوسف كافي . (2015). الاعلام الرقمي الجديد (الإصدار 1). عمان: دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع.
- 16- محمد سيد ريان. (2012). الاعلام الجديد (الإصدار 1). القاهرة: مركز الازهرام للنشر و الترجمة و التوزيع.
- 17- محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار 2). القاهرة: عالم الكتب.
- 18- محمد مصطفى رفعت. (2018). الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- 19- مروى عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني الاسس و افاق المستقبل (الإصدار 1). عمان: ، دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع.
- 20- منال هلال مزاهرة. (2011). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (الإصدار 1). عمان: دار كنوز المعرفة .

21- نجم طه عبد العاطي. (2015). *مناهج البحث الإعلامي (الإصدار 1)*. الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع.

-الدراسات في دوريات، مجلات أو مؤتمرات علمية:

1- إيناس أبو يوسف، و منى مجدي. (2015). *خارطة الدراسات الإعلامية المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة بالقرن 21 دراسة تحليلية نقدية. شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي (الصفحات 61-96)*. تونس: معهد الصحافة وعلوم الاخبار

2- أحمد فلاق، و خالد لعلاوي. (2018). *إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه لعلوم الإعلام والاتصال في الجزائر. مجلة الإتصال والصحافة (8)*، 91-104.

3- الأميرة سماح فرج عبد الفتاح. (2012). *الإعلام الجديد رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الإخوان المسلمين قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.*

4- السيد بخيت. (2016). *الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية. المجلة العربية للاعلام والاتصال (16)*، 143-196.

5- الصادق الحمامي . (2006). *الإعلام الجديد مقارنة تواصلية. (إتحاد إذاعات الدول العربية، المحرر) الإذاعات العربية، 4 (3-14)*.

6- الصادق الحمامي. (2012). *الميديا الجديدة الإستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات (الإصدار 1)*. منوبة: المنشورات الجامعية.

7- الصادق الحمامي. (2015). *مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي. شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي (الصفحات 47-60)*. تونس: معهد الصحافة وعلوم الاخبار.

- 8- ثريا أحمد البدوي. (2015). المعالجة التنظيرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي-رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة. وسائل التواصل الاجتماعي..التطبيقات والإشكالات المنهجية. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال.
- 9- حسني محمد نصر. (2015). اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد دراسة تحليلية للنجاح العلمي منشور في دوريات محكمة. وسائل التواصل الاجتماعي..التطبيقات والإشكالات المنهجية. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الإعلام والاتصال.
- 10- حسين سعد. (2011). البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية. بيروت: حلقة بحثية لطلاب الدكتوراه اللبنانية.
- 11- حلمي محمود محمد أحمد محسب. (2007). التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت بالتطبيق علي عينة من المجلات المصرية والأمريكية. الدورية المنوفية مجلة مركز الخدمات للاستشارات البحثية.
- 12-حنان أحمد سليم. (2013). الاتجاهات الحديثة في دراسات و بحوث علاقة الجمهور بالانترنت و الإعلام الجديد (الإصدار 1). القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 13-شاوش زبير رمضان . (01 07, 1993). تكوين الصحفيين بمعهد علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 1964-1991. حوليات جامعة الجزائر1، 7(1)، الصفحات 223-236.
- 14-شريف درويش اللبان. (2014). الضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية للإعلام الجديد. رؤى إستراتيجية، 2(7).

- 15- عباس محمود صادق. (2009). مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد: من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي. أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد. جامعة البحرين
- 16-عباس مصطفى صادق. (2011). الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. عمان: دار الشروق.
- 17-عباس مصطفى صادق. (05 02, 2013). الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة. تاريخ الاسترداد 14 04, 2016، من شبكة رواد المعرفة: <http://rooad.net/news-625.html>
- 18-عزة عبد العزيز عبد الله. (2012). الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني، دراسة من منظور تحليلي نقدي. المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية". الرياض: جامعة الملك سعود.
- 19- لمياء مرتاض نفوسي. (نوفمبر, 2018). التاريخ الجديد للبحث في علوم الإعلام والاتصال. (المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المحرر) مجلة الدراسات الإعلامية، 5
- 20- مها عبد المجيد صلاح. (2015). الاشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الاعلام الاجتماعي -رؤية تحليلية-. مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي..التطبيقات والاشكالات المنهجية". الرياض: جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية كلية الاعلام والاتصال.
- 21- مصطفى بوضرسة. (27 03, 2010). تحليل التحليل وتحديد اتجاهات البحث العلمي. تاريخ الاسترداد 17 04, 2015، من شبكة معرفية.

22- نورالدين هميسي. (2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة-قراءات نقدية-
. المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات".
بسكرة: جامعة محمد خيضر.

23-نسرين حسونة. (2014). الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل والخصائص والوظائف. شبكة
الألوكة الالكترونية.

24-نصر الدين لعياضي . (2015). دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين
الابستيمولوجيا والإيديولوجيا. شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس
من العالم العربي (الصفحات 29-46). تونس: معهد الصحافة وعلوم الاخبار.

25-نصر الدين لعياضي. (2013). وسائل جديدة وأشكاليات قديمة - التفكير في ادوات التفكير
في مواقع البث الاجتماعي في المنطقة العربية-. الباحث الاعلامي(22)، 35-54.

26-نصر الدين لعياضي. (2016). البحث في المنطقة العربية وغياب الافق النظري. مجلة
المستقبل العربي(450)، 7-27.

27- ناجح مخلوف. (2016). مقارنة ابستيمولوجية لمفهوم الاعلام الجديد ودينامياته. المؤتمر
الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية (الصفحات 219-233).
طرابلس: مركز جيل للبحث العلمي

28- وداد سميثي. (12، 2015). وسائل الاعلام الجديد: أي أثر؟.. إلى أي مدى؟ مقارنة
تحليلية متعددة الابعاد. مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية(21)، 203-211.

-الرسائل والمذكرات الجامعية:

1-علي قسايسية. (2007). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية
لأبحاث الجمهور في الجزائر (2006-1995)-. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في

علوم الإعلام والاتصال . جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام, قسم علوم الإعلام
والإتصال

2-نسيمة نابي. (2011). مناهج البحث اللغوي عند العرب في ضوء النظريات اللسانية . جامعة
تيزي وزو الجزائر.

المراجع الأجنبية:

- 1-Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., & Sides, J. (2010). *Advancing New Media Research*. Washington: United States Institute of Peace.
- 2-Cora Garcia, A., I. Standlee, A., Bechkoff, J., & Cui, Y. (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38(1), 52-84.
- 3-Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1-12.
- 4-De Lange, M. (2012). Ethnography in media research. *New Media Studies Method Reader*, 19-22.
- 5-Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. SAGE Publications, Inc.
- 6-GLASS, G. V. (1976, Nov). Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research. (A. E. Association, Éd.) *Educational Researcher*, 5 (10), 3-8.
- 7-Haas, M. (2009). Social network theory and analysis: a preliminary exploration. *CHERE Working Paper*(5), 3-14.
- 8-Hyoungkoo, K., Eyun-Jung, K., & Lan, Y. (2012). Social Media Research in Advertising, Communication, Marketing, and Public relations, 1997–2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1-20.
- 9-L'analyse documentaire ou la valorisation des documents .(1997) Jacques Chaumier .102-99 ,*Recherche en soins infirmiers* .documents

- 10-Laramée, A., & Vallée, b. (2001). *La recherche en communication: élémentde méthodologie* (éd. الترجمة و البحث و الاتصال). (م. مختبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة). (م. م. دلويو, ف. سفاري, كعباش, & م. سعادة, Trads.) Québec: Presses de l'université du Québec.
- 11-Long-Sutehall, T., Sque, M., & Addington-Hall, J. (2010). Secondary analysis of qualitative data: a valuable method for exploring sensitive issues with an elusive population? *Journal of Research in Nursing*, 16(4), 335–344.
- 12-McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (éd. 6th). Los Angeles: Sage.
- 13-M Hewson, C. (2015). Research methods on the internet. Dans *Communication and Technology. Handbooks of Communication Science Series*. Berlin: Boston De Gruyter.
- 14-Nwammuo, A. (2011). Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of Digital Media Forms alongside African Traditional Media. *African Research review*, 5(2), 115-125.
- 15-P. Johnston, M. (2014). Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*(3), 619-626.
- 16-The Competing- .(2012) . Sedera Darshana و ، Palekar Shailesh Complementarity Engagement Of News Media With Online Social Media .(الصفحات 1-9) ، *Pacific Asia Conference on Information Systems* .Media .Hochiminh City
- 17-Peng, T.-Q., Zhang, L., Zhong, Z.-J., & JH Zhu, J. (2013). Mapping the landscape of Internet Studies: Text mining of social science journal articles 2000– 2009. *new media & society*, 15(5), 644 –66.
- 18-Piia Varis, P. (2015). Digital ethnography. Dans *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. Abingdon-on-Thames: The Routledge.
- 19-Ronald E Rice .(2005) .New media/Internet research topics of the association of Internet researchers .*Information Society*, 21(4.35-1 ،(4)21 ،(

- 20-Shklovski, I., Kiesler, S., & Krau, R. (2006). The Internet and Social Interaction A Meta-analysis and Critique of Studies, 1995–2003. Dans M. Brynin, S. Kiesler, & R. Krau, *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology* (pp. 251-264). New York: Oxford University Press.
- 21-Sungjoon , L., Jang Hyun , K., & Rosen, D. (2009). A Semantic Network and Categorical Content Analysis of Internet and Online Media Research. *he Open Communication Journal*,, 3,, 3, 15-28.
- 22-Tomasello, T. K., Youngwon, L., & Baer, A. P. (2010). New media' research publication trends and outlets in communication,1990-2006. *New Media & Society*, 12(4), 531–548.
- 23-Tremayne, M. (2004). Applying Network Theory to the Use of External Links on News Web Sites. Dans *Internet Newspapers: Making of a Mainstream Medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- 24-Wimmer, R., & Dominick, J. (2011). *Mass Media Research: An Introduction* (éd. المنضمة العربية للترجمة). (أبو أصبع. ص. & منصور. ف. Trads.) Wadsworth.
- 25-Yi-Hui, H., Qing , H., & Fang , W. (2014). The Internet in Public Relations Research: An Analysis and Critique of Its Temporal Development. *the 2014 Annual Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, (pp. 1-30). At Montreal.
- 26-Yin, Z., & Leung, L. (2015). A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. *new media & society*, 17(7), 1007 –1024.

د محمد حوی

ملحق1: بحوث الإعلام الجديد عينة الدراسة.

1. محمد الطيب زاوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الإنترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2003-2004.
2. مليكة هارون، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال- دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة- ،مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر، 2004-2005.
3. فندوشي ربيعة، الاعلان عبر الانترنت -دراسة تحليلية مقارنة- مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2004-2005 .
4. سعاد ولد جاب الله، الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية دراسة وصفية لعينة من الصحف الالكترونية العربية 1 سبتمبر 2004-31 اوت 2005، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2005-2006.
5. عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ و المعلم، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال : التمثل والاستخدامات -دراسة على عينة من التلاميذ والمعلمين في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، 2006-2007.
6. بعزيز ابراهيم، منتديات المحادثة والدرشة الالكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر3 ، 2007- 2008.

7. منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ، 2007- 2008.
8. باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ، 2007- 2008.
9. نور الدين هادف، التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباعات - دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية- ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2007- 2008.
10. برينيس نعيمة، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات-دراسة نظرية ميدانية في قسم الاخبار بالقناة الارضية للتلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ، 2009- 2010.
11. شرقي اسماعيل، جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الاخبارية - دراسة في العادات و الأنماط - مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام و الاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010.
12. خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الاعلانات الالكترونية - دراسة ميدانية بنوادي الانترنت في ولاية قسنطينة- مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة ، 2009-2010.
13. بضيف سهيلة، المدونات الالكترونية في الجزائر دراسة في الاستخدامات و الاشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009- 2010.

14. بومالي أمينة، أزمة الاتصال الشخصي في ظل التكنولوجيا الحديثة في الجزائر : الإعلاميون الجزائريون نموذجا دراسة وصفية تحليلية، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر3 ، 2009-2010.
15. حمدي محمد الفاتح، استخدامات النخبة للصحافة الالكترونية و انعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة - باتنة نموذجا-، رسالة ماجستير منشورة، قسم الاعلام و الاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة 2009-2010.
16. يامين بودهان، الآثار النفسية الاتصالية لتعرض الشباب الجزائري لمضامين شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر3، 2009-2010.
17. فوزي منصوري، مساهمة التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في دعم المشاركة التنظيمية - دراسة ميدانية بمؤسسة ارسيلور ميتال تبسة-، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية الآداب والعلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة عنابة، 2010-2011.
18. مليكة هارون، الشباب و الانترنت : دراسة ميدانية تحليلية لاستخدامات الشباب الجزائري للإنترنت من منظور نظرية الاستخدامات و الاشباعات خلال الفترة الممتدة من مارس 2011 إلى ماي 2012، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2011-2012.
19. زعيم نجود، التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات- دراسة وصفية ميدانية مع عينة من المدونين الجزائريين- ، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011-2012.
20. عثمان بحري، اسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الاشهاري دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للاتصال النشر والاشهار الجزائرية ANEP ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة ، 2011-2012.

21. منصر هارون، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث في الإنتاج الإذاعي -دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة-، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.
22. زودة مبارك، دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011-2012.
23. عباد جمال الدين، انعكاسات استخدام الانترنت على العلاقة الأسرية بين الوالدين و الأبناء في المجتمع الجزائري - دراسة ميدانية لبعض أسر مدينة تبسة -، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام و الاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011-2012.
24. همال فاطمة، الألعاب الالكترونية عبر الوسائط الاعلامية الجديدة وتأثيرها في الطفل الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من أطفال ابتدائيات مدينة باتنة-، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011-2012.
25. إغيلاس زروقي، العالم الافتراضي ضمن ألعاب الفيديو الالكترونية : دلالات تفاعل إنسان - آلة دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الفضاءات الافتراضية التي تخلفها ألعاب الكمبيوتر التعليمية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر3، 2012-2013.
26. بوعزة سهيلة فلة، تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري فيسبوك نموذجا - دراسة حالة على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر03 - مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر3 ، 2012-2013.
27. حرة نبيل، اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الاجتماعي -دراسة مسحية على عينة من أساتذة جامعة باتنة- ، رسالة ماجستير غير

منشورة، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014-2015.

28. فلاق شبرة صالح، ظاهرة "سيبر توتيزم" **cyber tautisme** والحقيقة في حقل الاعلام والاتصال دراسة تحليلية لإنتاج واستقبال المضامين على المواقع الالكترونية التفاعلية بالجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3، 2014 - 2015.

29. ريحانة بلوطي، دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية وأثرها على الفرد - دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيس بوك أنموذجاً-، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات ،جامعة باتنة، 2014-2015.

30. امال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري دراسة اثنوغرافية لعينة من مشتركى المجموعات الامازيغية بالفيس بوك، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة، 2014 - 2015.

31. حسين نايلي، دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي. دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على صفحات شبكة الفيسبوك، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014-2015.

32. وداد سميشي، منتديات الحوار الالكترونية الجزائرية - دراسة تحليلية ميدانية -، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، 2014 - 2015.

33. وهبية إحدان، الابعاد الاتصالية و الدلالية للكتابة الأيقونية الالكترونية - دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأيقونات في المحادثات الرقمية عبر ياهو **Yahoo** وصالون الدردشة **video.com jeux** - ، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3 ، 2015-2016.

34. طالب كبحول، مصداقية الصحافة الالكترونية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين - دراسة ميدانية تحليلية على عينة من وسائل الاعلام العربية والجزائرية والطلبة الجامعيين الجزائريين-، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 ، 2015-2016.
35. بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار- دراسة ميدانية على عينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر-، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال و المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، 2016-2017.
36. طارق سعدي، قيادة الرأي العام في الحملات الانتخابية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية -دراسة تحليلية على الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014-، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال و المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2016-2017.
37. امنة قجالي، التفاعلية في الصحافة الالكترونية دراسة في استخدامات واشباعات النخبة الاكاديمية الجزائرية - دراسة تحليلية ميدانية -، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016-2017.
38. هاجر بن عمار، هويات مستخدمي الوسائط الجديدة - تويتر نموذجًا - ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 ، 2016-2017.
39. ريان مبارك، استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة - دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فيسبوك-، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة3 ، 2016-2017

ملحق 2: دليل المقابلة الإلكترونية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة (3)

كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

دليل مقابلة بحث بعنوان:

"بحوث الاعلام الجديد في الجزائر (2001-2017)"

-دراسة تحليلية نقدية-

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

أستاذي الكريم يشرفني أن أضع بين أيديكم استمارة مقابلة تضم مجموعة من الاسئلة التي تهدف إلى جمع البيانات اللازمة لإتمام أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ "بحوث الاعلام الجديد في الجزائر (2001-2017) -دراسة تحليلية نقدية- راجية منكم التكرم بقراءتها وإعطاء اجابات عنها، والتي حتما ستثري مضمون هذا البحث، نظرا لما تتمتعون به من خبرة ودراية في المجال الاكاديمي خصوصا وانكم قد أشرفتم أو ناقشتم العديد من هذه البحوث على مستوى مختلف الجامعات الجزائرية.

✓ملخص مختصر عن هدف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على واقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وتطورها عبر السنوات ضمن بحوث الإعلام والاتصال ككل، من خلال:

- رصد أهم الموضوعات البحثية التي تناولتها وتسليط الضوء على كيفية معالجتها نظريا ومنهجيا للوصول إلى وضع خريطة عامة للاهتمامات البحثية في هذا المجال.

- الإحاطة بملخص نتائج هذه البحوث والوقوف على مدى إمكانية الاعتماد عليها في فهم تغلغل وتطور وسائل الإعلام الجديدة في المجتمع الجزائري وكذا مختلف تأثيراتها.
- التعرف على أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية التي يعاني من باحثي الإعلام الجديد ومحاولة تقديم بعض الرؤى والبدائل الأكثر ملاءمة.

✓ التساؤل الرئيسي للدراسة: ما هو واقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر (في فترة

الدراسة)؟

الأسئلة:

- 1- ماهي أهم المواضيع التي يميل الباحث الجزائري إلى دراستها في مجال الإعلام الجديد؟
- 2- هل يعتمد الباحث الجزائري على عدة نظرية مناسبة لدراسة الإعلام الجديد وهل يوظفها بالشكل الذي يحقق الإضافة العلمية المفترض تحقيقها في بحوث الدراسات العليا؟
- 3- هل يعتمد الباحث الجزائري على عدة منهجية مناسبة لدراسة الإعلام الجديد وهل يوظفها بالشكل الذي يحقق الإضافة العلمية المفترض تحقيقها؟
- 4- هل العدة النظرية والمنهجية المتوفرة لحد الآن في حقل الإعلام والاتصال قادرة على مقاربة مواضيع الإعلام الجديد؟
- 5- الملاحظ عموماً على بحوث الإعلام الجديد هيمنة المنظور الكمي مقابل غياب أو تغييب شبه تام للمنظور الكيفي أو المختلط، فإلى ماذا يعزى ذلك وهل ترون أنه قادر فعلاً على مقاربة مواضيع الإعلام الجديد لتحقيق الفهم العميق للظاهرة؟
- 6- هل يمكن القول أن النتائج المتوصل إليها من خلال بحوث الإعلام الجديد في الجزائر قد أسست لقاعدة بحثية يمكن الاعتماد عليها في فهم هذه الوسائل الجديدة، تطورها وتغلغلها في الحياة العامة، تأثيراتها المختلفة....، وهل تؤسس أيضاً لقاعدة انطلاق لباحثين آخرين للتعلم في فهم الظاهرة أكثر وحتى التنظير لها مستقبلاً؟
- 7- كيف تطورت بحوث الإعلام الجديد في الجزائر، وما تأثير العوامل التكنولوجية، السياسية، الثقافية، الاجتماعية... في ذلك؟
- 8- ما هي أبرز الصعوبات التي تواجه الباحثين المهتمين بدراسة الإعلام الجديد، وماهي أنسب الطرق والحلول لتذليلها؟

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع بحوث الإعلام الجديد في الجزائر وتطورها خلال الفترة الممتدة بين 2001 و 2017 ضمن بحوث الإعلام والاتصال ككل، ولتحقيق ذلك قامت الدراسة بتحليل عينة قصدية من هذه البحوث قدرت ب (39) بحثا منها (28) رسالة ماجستير و(11) أطروحة دكتوراه.

استخدمت هذه الدراسة المنتمية إلى نوع البحوث الكيفية منها متكاملا يضم المنهج التاريخي كمنهج رئيسي والمنهج المقارن كمنهج مساعد، واعتمدت الدراسة على الأدوات البحثية التالية: أداة التحليل الثانوي، أداة التحليل الوثائقي وأداة المقابلة الالكترونية.

أهم ما توصلت إليه هو أن بحوث الإعلام الجديد في الجزائر لازالت في بداياتها رغم تطورها المعترف من حيث الكم خلال السنوات الأخيرة، إلا أنها درست مواضيع الإعلام الجديد بذهنية دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية رغم عمق الاختلاف بينهما، فلم تسعى أغلب هذه البحوث إلى توظيف مداخل نظرية أو منهجية تكون أكثر ملاءمة لها ما انعكس سلبا على نتائجها.

Résumé

Cette étude visait à connaître la réalité de la recherche sur les nouveaux médias et son développement en Algérie entre 2001 et 2017 dans le cadre de la recherche en sciences de l'information et de la communication. Pour ce faire, l'étude a analysé un échantillon de 39 recherches dont 28 mémoires de Magister et 11 thèses de doctorat.

Cette étude de type qualitative a utilisé à la fois l'approche historique et l'approche comparative. L'analyse secondaire, l'analyse documentaire et l'entretien électronique ont été les outils essentiels de cette étude.

Le résultat le plus important montre que la recherche sur les nouveaux médias en Algérie, malgré leur nombre croissant ces dernières années, a étudié les sujets en utilisant les mêmes outils appliqués dans l'étude des médias de masse sans rechercher des approches théoriques ou méthodologiques plus appropriées. Il reste que les méthodes et outil appliqués sont les même que ceux utilisés dans les études des média de masse sans recherche d'approche théorique et méthode adéquate.

Abstract

This study aimed to identify the reality of new media research in Algeria, and its development between 2001 and 2017 among information and communication researches. To achieve this; the study analyzed a sample of 39 researches included 28 magister and 11 doctoral thesis.

The present qualitative study used a complementary method contains both historical approach as a principal one and comparative approach as a secondary one, this study based on the following research tools: secondary analysis, document analysis and electronic interview.

The most important result of this study is that the new media research in Algeria still in its beginning though its quantitative development during the few last years, the study of the new media subjects applied the same tools of mass media study although the distinguishes between both studies, in additions to not using the appropriate theoretical and methodological approaches.