

اتجاهات البحث في علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي
دراسة ميدانية على أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في تخصص الاعلام والاتصال

إشراف الأستاذ(ة):

د. صالح دليلة

إعداد الطالب(ة):

- سعود نسرین

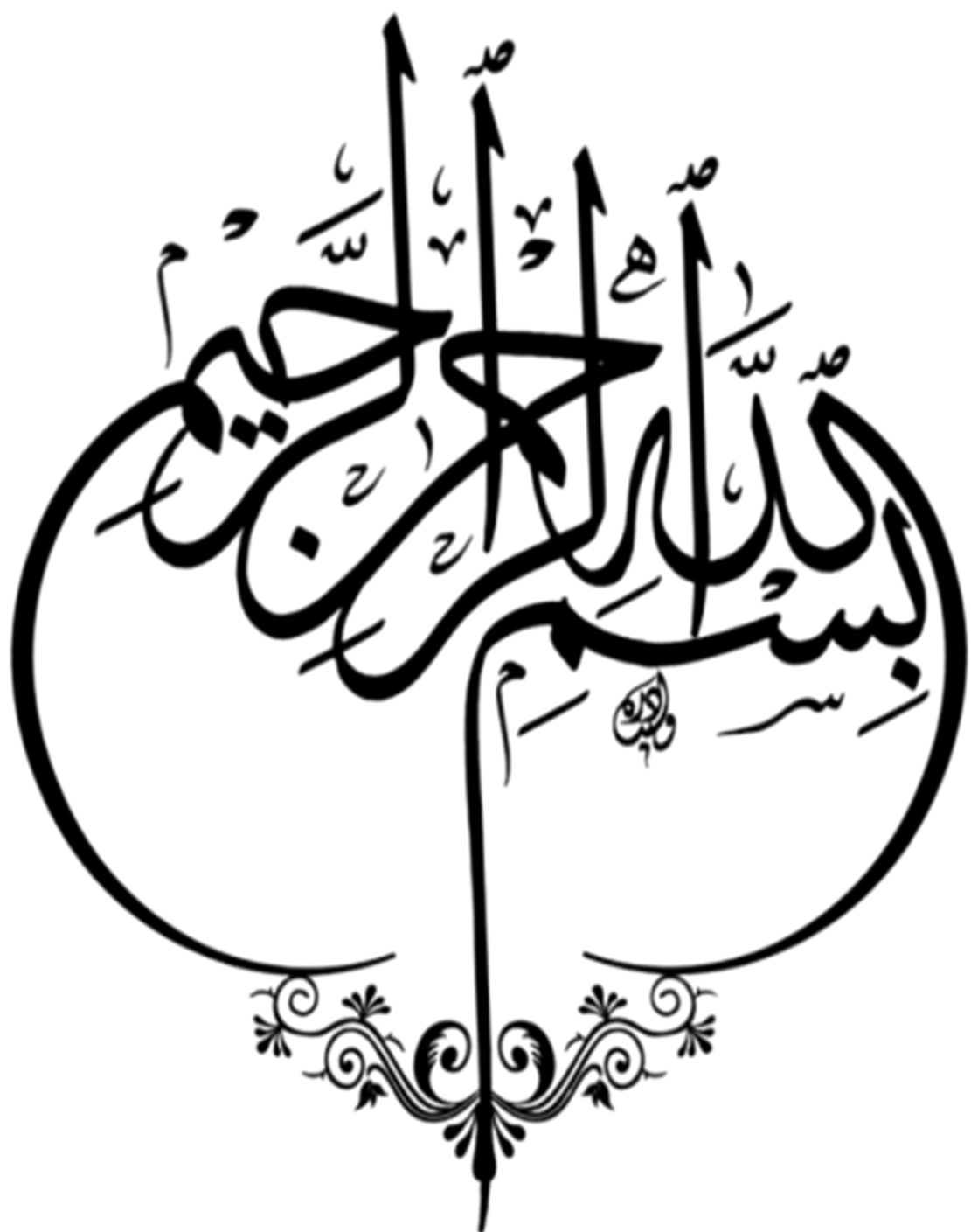
- تجاني ملاك

نوقشت المذكرة علنا يوم: 2025/05/27

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	المؤسسة الأصلية	الصفة
خضير رشيد	استاذ تعليم عالي	جامعة الشهيد حمة لخضر-الودي	رئيسا
صالح دليلة	استاذة محاضرة	جامعة الشهيد حمة لخضر-الودي	مشرفا ومقررا
قيطة فاطمة الزهراء	استاذة محاضرة	جامعة الشهيد حمة لخضر-الودي	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024-2025م



(بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ)

قال تعالى: {شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْمَلَأَ مَلَائِكَتُهُ وَأُولُوا الْعِلْمِ

قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ}

[آل عمران: 18]

شكر وتقدير

قال الله تعالى " لئن شكرتم لازيدنكم"
الشكر والحمد لله كثيرا ميسر الأمور ومسيرها ,الذي أمدني
بالصبر و القوة لإتخاذ مثل هذه الخطوة الفاصلة في حياتي العلمية
الي كل الأيدي التي دعمتني لهذه اللحظة

العائلة الكريمة

الزملاء والزميلات

الأستاذة المحترمين

وأخيرا وليس آخرا الأستاذة الفاضلة صالحي دليلة الداعم الأول لنا
في هذا العمل المتواضع.

ملاك

نسرين

إهداء

Dedication

To all the hands that helped me.

For every step, every hope and every patience

Our abilities are not measured by a test

our intelligence is not calculated by marks

Everyone knows about himself _ his abilities and
what suits him in the way and method that helps
him

Nesrine

malak

الملخص:

دراستنا المعنونة بالإتجاهات البحثية في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الوادي .تهدف دراستنا الى معرفة الإتجاهات البحثية في قسم علوم الإعلام والاتصال في المجال المنهجي والمجال الموضوعاتي والنظري والمداخل البحثية .

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التي إعتمدنا فيها على المنهج الوصفي من خلال إستخدام أداة الإستبيان كما قمنا بعملية جرد المذكرات التي تم إنجازها بقسم علوم الإعلام والاتصال من سنة 2018 الى سنة 2024 كخطوة أولية لجمع البيانات من أجل التعرف على أهم الموضوعات المتناولة وأبرز الإتجاهات البحثية من خلال بعض العناوين, فتوصلت هذه الدراسة الى ان معظم الدراسات بقسم الاعلام والاتصال تنجذب نحو مسارات بحثية تلائم سهولة التنفيذ ما يؤدي للاعتماد على الاساليب الكمية بصفة كبيرة ما يبرز قلة التوجه نحو جانب التجديد والعمق التحليلي وكذا هشاشة جزئية في الاطر المنهجية والنظرية ما يشكل عائق امام التنوع المعرفي والحيوية في مجال الاعلام. حيث توفر دراستنا قاعدة بيانية عن الإتجاهات البحثية في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي وتساهم في تحسين جودة الأبحاث الأكاديمية من خلال تقديم توصيات واقعية تعتمد على تحليل دقيق وموضوعي .

كلمات مفتاحية: الإتجاهات البحثية _ الإعلام واتصال.

Abstract:

Our study entitled Research Trends in the Department of Media and Communication Sciences, El Oued University, a field study on a sample of professors from the Department of Media and Communication Sciences, El Oued University. Our study aims to know the research trends in the Department of Media and Communication Sciences in the methodological field, the subject and theoretical field, and the field of elements of the communication process. This study of ours falls within the descriptive studies that We relied on the Christian method by using a questionnaire tool, and we also relied on an auxiliary tool, which is the diary inventory process Which was completed in the Department of Media and Communication Sciences from 2018 to 2024 in order to identify the most important topics covered and the most prominent research trends through some titles. Our study provides a database on research trends in the Department of Media and Communication Sciences at Martyr Hama Akhdar University in El Oued and contributes to improving the quality of academic research.By providing realistic recommendations based on accurate and objective analysis.

Keywords: Research trends, Media and Communication.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
01	القران الكريم
03	شكر وعرفان
04	إهداء
05	الملخص
I	قائمة المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الملاحق
أ	مقدمة عامة
ج	الاشكالية
د	تساؤلات الدراسة
هـ	أسباب اختيار الموضوع
و	أهداف الدراسة
و	أهمية الدراسة
و	صعوبات الدراسة
	الفصل الاول: الأدبيات البحثية للدراسة
09	تمهيد
10	المبحث الاول: عرض الدراسات السابقة
10	المطلب 01: عرض الدراسات
12	المطلب 02: التعقيب على الدراسات
14	المبحث الثاني: الأسس النظرية والمنهجية لاتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال
14	المطلب 01: ماهية الاتجاهات البحثية
13	1_تحديد المفاهيم

15	2_ مكونات الإتجاهات البحثية
15	3_ خصائص الإتجاهات
16	4_ وظائف الإتجاهات البحثية
18	المطلب 02: العوامل المؤثرة في تكوين إتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال
20	المبحث الثالث: تطورات اتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال
20	المطلب 01: تحولات اتجاهات البحث في مجال الاعلام والاتصال: التحديات الراهنة والافاق المستقبلية
20	1_ التحديات التي تواجه الإتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال
24	2_ المتغيرات الإعلامية وأثرها في تشكيل الإتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال
26	3_ مستقبل الإتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال
28	المطلب 02: الاسس النظرية والمتغيرات الاعلامية في بناء الاتجاهات البحثية
28	1_ النظرية البنائية الوظيفية والإتجاهات البحثية في الإعلام والاتصال
31	2_ النظرية النقدية والإتجاهات البحثية في الإعلام
33	3_ المتغيرات الإعلامية في بناء الاتجاه البحثي في علوم الإعلام والاتصال
34	خلاصة
	الفصل الثاني: الاجراءات المنهجية
36	تمهيد
36	المبحث الاول: منهج وادوات الدراسة
36	المطلب 01: منهج الدراسة
37	المطلب 02: ادوات الدراسة
37	1_ الاستبيان
37	المطلب 03: مجتمع الدراسة وعينته
	الفصل الثالث: عرض ومناقشة النتائج
40	المبحث الاول: إجراءات الصدق والثبات

40	المطلب الاول: اجراءات التحقق من صدق وثبات ادوات الدراسة
43	المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج
43	المطلب 01: عرض نتائج الدراسة
71	المطلب 02: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
75	المطلب 03: مناقشة نتائج الدراسة في الدراسات السابقة
77	خلاصة
79	خاتمة عامة
81	قائمة مصادر ومراجع
84	ملاحق

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
43	01	يوضح قيمة معامل الثبات ألفا كرونوباخ
44	02	توزيع أفراد العينة حسب الجنس
44	03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الأكاديمي
45	04	توزيع أفراد العينة حسب المنهج الأكثر استخدامًا
47	05	نوع الدراسة المفضل لدى طلبة الإعلام
48	06	أكثر الأدوات استعمالاً لدى طلبة الإعلام
49	07	نوع العينة الأكثر استخدامًا
50	08	أكثر عناصر العملية الاتصالية دراسة
51	09	النظريات الأكثر استخدامًا
52	10	النظريات المرتبطة بالتأثير الإعلامي أو الجمهور
54	11	المدارس الأكاديمية المستخدمة في دراسات الإعلام
55	12	المجالات البحثية الأكثر تناولاً
56	13	نوع البحوث المفضلة
57	14	العوامل المؤثرة في اختيار موضوع البحث
58	15	الصعوبات التي تواجه الطلبة في إعداد البحوث
59	16	التقييم العام لمستوى الأبحاث
60	17	الحاجة لتطوير برامج الدراسات العليا
60	18	وجود تطور في توجهات الطلبة البحثية
62	19	توزيع أفراد العينة حول المنهج الأكثر استخدامًا حسب الجنس
64	20	توزيع أفراد العينة حول المنهج الأكثر استخدامًا حسب المستوى الأكاديمي
66	21	توزيع أفراد العينة حول الأداة الأكثر استخدامًا حسب الجنس
67	22	توزيع أفراد العينة حول الأداة الأكثر استخدامًا حسب المستوى الأكاديمي

الصفحة	الملاحق
85	01_إستمارة استبيان
88	02_جدول الأساتذة المحكمين
89	03_جدول مذكرات الماستر

مقدمة عامة

إن للبحث العلمي أهمية كبيرة، خصوصاً في ظلّ التطور الهائل للعلوم التكنولوجية، ودخول العالم نحو الثورة المعلوماتية والمعرفية والاتصالية.

فهذا الأخير يُعدّ من أهم المؤشرات الرئيسية والأساسية للحكم على مستوى التقدم وتطور أي دولة من الدول، ما جعله محلّ اهتمام من طرف كل الدول والمجتمعات؛ ويعود ذلك لاستخدامه في جميع جوانب الحياة، بهدف توظيف نتائجه للوصول إلى حلول ناجحة للقضايا والمشاكل الواقعة، سواء الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية.

ويُعدّ البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال من أهمّ الركائز التي تقوم عليها عملية فهم الظواهر والمشكلات في هذا التخصص؛ إذ يُسهم البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في الكشف عن الحقائق، وإعطاء تفسيرات وشروحات، وحلول للمشكلات والظواهر المطروحة الواقعية.

وذلك اتباعاً للأسس العلمية الأكاديمية، ومنهجيات محكمة من خلال مراحل وأساليب دقيقة ومدروسة، يتبعها الباحث أثناء مساره في إنجاز الأبحاث والدراسات، انطلاقاً من المواضيع التي يختارها.

إذ تعتبر الاتجاهات نحو التخصص الدقيق هي السمة الغالبة على البحث العلمي والتفكير حتى منتصف القرن العشرين، إذ أن آليات العولمة والثورة المعلوماتية قد فرضت على البحوث الإعلامية ما يُعرف بالوحدة المعرفية، وأهمية التكامل بين المنهجيات والأدوات والمداخل، فيما أُطلق عليه مصطلح "الدراسات البينية".

ذلك الاتجاه المعرفي الجديد الذي يؤكد على تشابك وجهات النظر العلمية، وضرورة ربط المعلومات في نظام تتصل فيه جميع هذه العناصر، فضلاً عن ارتباط كل هذه العناصر بعلوم الإعلام والاتصال، مما يُعدّ حتمياً للوصول إلى مخرجات موضوعية للبحث العلمي، وتفسير الظواهر، وحلّ المشكلات.

وتُخصّر العلاقة البينية بين عناصر العملية الاتصالية وباقي الاتجاهات البحثية والأدوات العلمية، ويُعزى ذلك إلى التطور المتسارع في ميدان علوم الإعلام والاتصال، سواء من الجانب المنهجي أو النظري أو التطبيقي.

الأمر الذي خلق اتجاهات بحثية عديدة يرتبط كلا منها بعنصر من عناصر العملية الاتصالية، وكذلك خلق توجهات بحثية منهجية تتعدد بتعدد المناهج والأدوات البحثية وتنوع المواضيع التي يتم تناولها، حيث تتميز كل مؤسسة أكاديمية بطابع معين أو توجه ما يتجسد في أبحاثها ودراساتها التي تنجز سواء على مستوى الأساتذة أو الطلبة.

هذه المؤسسات الأكاديمية التي يقع على عاتقها مسؤولية دعم وتشجيع الدراسات العلمية وتطوير البحث العلمي، بما فيها مراكز البحوث المتخصصة، والجامعات، باعتبارها المسؤول عن التطور الفكري والأكاديمي.

فهي المؤسسات الوحيدة التي يمكن الاعتماد عليها، وعن طريقها يتم القيام بالدراسات الأكاديمية والبحوث العلمية بشكل ممنهج، ودوري، ومنظم؛ لأن البحوث والدراسات الأكاديمية تُعتبر المرآة العاكسة لتوجهات الطلبة البحثية العلمية، وتعكس أيضًا مراحل نضج الدراسات العلمية، لأنها تُسهم في التقدم العلمي لدى الدول.

ومن هنا حرصت الكثير من الجامعات الجزائرية والعالمية على تقييم بحوثها الأكاديمية من حين لآخر، لمعرفة جوانب القوة والقصور، وتجنب تكرار نفس البحوث.

وجامعة الوادي كغيرها من المؤسسات الجامعية التي تسعى إلى تحقيق هذا الهدف، تتميز هي الأخرى بالعديد من الدراسات والأبحاث التي وجب تقييمها والبحث في توجهها في مختلف التخصصات خاصة مجال الإعلام الذي هو محل دراستنا، وعليه وسوف نتناول في هذه الدراسة الاتجاهات البحثية في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي كخطوة من خطوات تقييم الإنتاج العلمي لقسم الإعلام و تحديد توجهه البحثي.

وقد قسمنا دراستنا هذه إلى فصلين، كل فصل يحتوي على مجموعة من العناصر، وهي مرتبة كالتالي:

- في البداية، فقد قمنا بالتطرق إلى مقدمة عامة، ثم طرح إشكالية الدراسة مع تساؤلاتها، وتطرقنا أيضًا إلى الأسباب التي جعلتنا نختار الموضوع، بالإضافة إلى أهمية الدراسة وأهدافها، وقمنا بتحديد المناهج ومصطلحات الدراسة.

- في الفصل الأول، المعنون بـ "الأدبيات البحثية والنظرية والتطبيقية"، والذي قُسم إلى مبحثين:

- في المبحث الأول، عرّفنا الأسس النظرية والمنهجية للاتجاهات البحثية في مجال العلوم الإعلامية والاتصال بجامعة الوادي، ثم تطرقنا إلى ماهية الاتجاهات البحثية ومكوناتها وخصائصها ووظائفها، والعوامل المؤثرة في الاتجاهات البحثية.

- أما في المبحث الثاني، فقد تناولنا التطورات والاتجاهات البحثية في مجال علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، وتطرقنا للتحديات التي تواجه الاتجاهات البحثية في هذا المجال، والتعرف على المتغيرات الإعلامية وأثرها في تشكيل الاتجاهات البحثية، ومعرفة مستقبل هذه الاتجاهات، والتعرف على أهم النظريات النقدية والمتغيرات الإعلامية في بناء هذه الاتجاهات البحثية في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

- أما بالنسبة للفصل الثاني، المعنون بـ "الاجراءات المنهجية" تطرقنا فيه إلى المنهج و أدوات البحث وعينة الدراسة
- أما الفصل الثالث فكان تحت عنوان عرض ومناقشة النتائج والذي تضمن الاجراءات التطبيقية للدراسة الميدانية، من تفريغ جداول و عرض نتائجها ومناقشتها..
- في الاخير كانت لدينا خلاصة عامة

الإشكالية:

يُعتبر الاهتمام بالأبحاث المتعلقة بموضوع الاتجاهات البحثية، بمختلف تسمياتها ومجالاتها، اهتمامًا حديث العهد نسبيًا، ولكنه في تطور وتزايد مستمر؛ بحيث يُواكب التطورات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال المتجددة باستمرار، وكذلك باتساع دائرة الباحثين فيها.

إذ اتخذت هذه الأبحاث مكانة معتبرة ضمن الدراسات الإعلامية الشاملة، التي تُنجزها المؤسسات الأكاديمية بهدف الكشف عن أهم الاتجاهات البحثية السائدة فيها، خاصة بعد مرور أكثر من نصف قرن على ظهور البحوث الإعلامية والاتصالية في الجزائر.

ومع مرور السنوات، عرفت هذه البحوث تطورًا هائلًا على مستوى الكم، وما تقدمه من إضافات علمية تمكّن من معرفة وفهم هذه الاتجاهات البحثية.

الأمر الذي أوجد الحاجة إلى الوقوف على هذا التراث العلمي، واستجلاء أهم الاتجاهات البحثية السائدة، وتحديد العُدّة النظرية والمنهجية المعتمدة، ومدى ملاءمتها مع تخصص علوم الإعلام والاتصال.

تُظهر دراسة التجربة في جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، أن اهتمام قسم الإعلام مُركّز بشكل كبير على التكوين، ويمكن أن نلمس هذه العناية في أرض الواقع، من خلال فتح أقسام واستوديوهات على مستوى التعليم العالي.

وانطلاقًا من هذه الرؤية، وانسجامًا مع الإشكالية، ارتأينا أن نقوم بدراسة وصفية على مستوى قسم الإعلام في جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، لمعرفة أكثر الاتجاهات البحثية استخدامًا لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

وقد تم حصر موضوع الدراسة في الأبحاث التي عُيّنت باستخدام الاتجاهات البحثية، بوصفها مجالًا بحثيًا حيويًا يشهد اهتمامًا متزايدًا في السنوات الأخيرة، خاصة على مستوى طور الماستر، وفحص المذكرات على المستويين النظري والمنهجي التي تم استخدامها من قبل الطلبة في مذكراته.

• وعليه انطلقنا من سؤال رئيسي مفاده "ما طبيعة الاتجاهات البحثية السائدة في قسم علوم الإعلام

والاتصال بجامعة الشهيد حمه لخضر؟"

• ويتفرع هذا السؤال الى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى تنوع الأبحاث في قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي؟

- ما هي المواضيع البحثية الأكثر تناوُلًا في بحوث الإعلام والاتصال بجامعة الوادي؟
- ما هي الأدوات البحثية والمنهجيات المستخدمة من قبل الباحثين في مجال الإعلام والاتصال في جامعة الوادي؟

- ما هي الفجوات البحثية التي يمكن معالجتها لتطوير البحث الأكاديمي؟

أسباب اختيار الموضوع:

● الأسباب الذاتية:

- تطوير مهارتنا البحثية والأكاديمية لتناسب مع متطلبات مجالنا.
- هذه الدراسة ستتيح لنا فرصة لتطوير مهارتنا الأكاديمية من خلال تطوير مهارات التحليل النقدي عند دراسة اتجاهات البحث في الإعلام، والتي يتطلب امتلاكها القدرة على التعامل مع المناهج البحثية المستخدمة في الدراسات الأكاديمية.
- كما أن إعداد هذه الدراسة يمكن أن يكون بمثابة نقطة تحوّل لنا لتحقيق المزيد من الإنجازات الأكاديمية، بدفعنا نحو التخصص في الدراسات الأكاديمية المتعلقة بالمنهجية، سعيًا وراء المعرفة.

● الأسباب الموضوعية:

- أهمية الموضوع في البحث العلمي:
- تتضح أهمية دراسة اتجاهات البحث في الإعلام والاتصال نظرًا لدورها البارز في تطوير المعرفة الأكاديمية، وتحديد الاتجاهات البحثية الأكثر شيوعًا.
- تبرز الحاجة إلى تحليل علمي واقعي في مجال الإعلام، قادر على استكشاف هذه الاتجاهات بشكل فعال.
- مواكبة للتطورات العلمية والتكنولوجية:
- يتطلب التطور السريع في مجال الإعلام والاتصال تقييم مدى مواكبة البحث العلمي لهذه التحولات، من حيث المواضيع البحثية، والمناهج المستخدمة، والأدوات المعتمدة.
- ويساعد هذا في تحليل الاتجاهات البحثية، ومنه تحليل الفجوات العلمية التي يمكن أن تُسهم في تحسين جودة البحث الأكاديمي.
- إبراز الجوانب الهشة والبارزة في البحث العلمي:
- من خلال تحليل مذكرات الماستر، يمكن تقييم مدى اعتماد الطلبة على مناهج بحثية متنوعة، ومدى استخدام الأدوات البحثية بشكل صحيح وفعال.

● أهداف الدراسة:

- تحليل الاتجاهات البحثية السائدة في مجال الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.
- تقييم مدى تنوع الأبحاث، ومدى مواكبتها للتطورات العلمية الحديثة.
- دراسة الأدوات البحثية والمنهجيات المستخدمة في إعداد مذكرات الماجستير.
- اقتراح توصيات لتطوير البحث الأكاديمي، وتحديد المجالات البحثية التي تحتاج إلى اهتمام أكبر في الدراسات المستقبلية.
- تقييم المناهج البحثية المستخدمة في مذكرات الماجستير، ومدى توافقها مع المتطلبات الأكاديمية والمنهجية.
- تحليل نقاط القصور و التميز في الأبحاث العلمية، بما يُسهم في رفع جودة البحث العلمي في مجال الإعلام.

● أهمية الدراسة:

- استكشاف التطور في البحث الإعلامي من خلال استقراء المناهج والأدوات البحثية.
- مساعدة الطلاب والباحثين في اختيار الأدوات البحثية الرائدة، من خلال تسليط الضوء على الأدوات الأكثر استخدامًا وفعالية في دراسة الظواهر الإعلامية.
- إلقاء الضوء على أكثر مجالات البحث تنوعًا في الدراسات الإعلامية والاتصال، مما يساعد على فهم التوجهات الأكاديمية الواسعة والمتغيرة في المجال.
- إبراز الفجوات البحثية في الدراسات السابقة، مما يتيح للباحثين المستقبليين فرصة التوسع في مواضيع متنوعة وعميقة.
- فتح آفاق جديدة للبحث العلمي في الإعلام والاتصال، من خلال تحليل الاتجاهات الحالية وتحديد المجالات الواعدة.

الصعوبات التي واجهتنا في الدراسة:

- من خلال تنفيذ هذه الدراسة، واجهتنا مجموعة من التحديات التي أثّرت بشكل مباشر على جمع البيانات وتحليلها، ومن أبرزها:
- قلة الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع بشكل مباشر:
 - هذا النقص دفعنا إلى بناء إطار نظري بسيط، حيث اضطررنا إلى الاعتماد على دراسات متفرقة، واستخلاص المعلومات منها بطريقة تتيح تكوين أرضية معرفية مناسبة لبحثنا.

- حجم البيانات الكبير:
- نظرًا لاعتماد الدراسة على جرد عدد كبير من مذكرات الماستر، كان استخراج المعلومات، وفرزها، وتصنيفها، عملية مرهقة استهلكت الكثير من الوقت والجهد.
- صعوبة الوصول إلى جميع مذكرات الماستر:
- لم تكن جميع المذكرات متوفرة بصيغة ورقية، بل كانت موزعة بين النسخ الرقمية والورقية، مما أدى إلى تأخير في عملية جمع البيانات بسبب الحاجة إلى التنقل بين عدة مصادر.

الفصل الأول

الأدبيات البحثية للدراسة

تمهيد:

تُعتبر دراسة الاتجاهات البحثية من الموضوعات الأساسية في تقييم واقع البحث العلمي في أيّ تخصص أكاديمي. فهي تعكس طبيعة المواضيع التي يركز عليها الباحثون، والأساليب والأدوات التي يستخدمونها، ومدى تفاعلهم مع التحولات المعرفية والتكنولوجية في المجال المعني.

وفي مجال الإعلام والاتصال، تكتسب هذه الدراسة أهمية متزايدة، نظرًا للتغيرات السريعة التي يشهدها هذا المجال نتيجة الرقمنة وانتشار الوسائط الجديدة. وهذا يفرض على الباحثين ضرورة التجديد في الطرح، والاقتراب من الواقع الإعلامي الحديث باستخدام منهجيات مرنة، ونظريات متطورة.

من خلال هذا، قسمنا الفصل الأول إلى مبحثين، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية الاتجاهات، تعريفها، ومكوناتها، وخصائصها، ووظائفها، وفي نهاية الفصل قمنا بوضع كل العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات. وفي المبحث الثاني، تطرقنا إلى التطورات والتحولات التي تمس الاتجاهات البحثية، وكل من التحديات والآفاق المستقبلية، وكذا الأسس النظرية، والمتغيرات الإعلامية في بناء الاتجاهات البحثية.

المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة

المطلب 01: عرض الدراسات

الدراسة الأولى: دراسة قام بها محمد شتّاح ومحمد نور العدوان بعنوان "اتجاهات بحوث الاعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة دراسة تحليلية", جامعة العين بأبو ظبي - كلية الإعلام والاتصال - بتاريخ 05 مارس 2022.¹

تهدف الدراسة الى الاجابة على :

- ما طبيعة المواضيع المتناولة في البحوث الجامعية العربية
 - الى اي مدى تظهر هذه البحوث تحديدا منهجيا وتنوع في المقاربات
- تهدف الدراسة الى :

تشخيص اتجاهات البحث في 4مجالات عربية متخصصة بين 2017 و 2020 من حيث كل من المواضيع والمناهج, وقد اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تحليل محتوى كمي ونوعي كانت عينة الدراسة عبارة عن 338 بحثا تم نشره في الاربعة مجلات العلمية العربية المتخصصة.

توصلت للنتائج التالية :

- قلة الدراسات ذات الطابع الدولي والاقليمي والطغيان الابحاث المحلية.
- هيمنة للبحوث الفردية مما يقلل فرص تبادل الخبرات و يقلل نسبة العمق والابداع في الدراسات.
- قصور في التنوع المنهجي والذي يعود الى قلة توظيف المناهج النوعية والنقدية.

الدراسة الثانية : دراسة قام بها حسين تومي بعنوان "الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف انجازها, جامعة مولود معمري بتيزي وزو - نموذجاً- 2019²

تهدف الدراسة للاجابة على:

__ "ما هي الاتجاهات الشكلية لمذكرات الماستر وظروف انجازها بجامعة مولود معمري بتيزي وزو "

وقد اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي المدعم بالقياس المكتبي, واجرى دراسة على عينتين الاولى عينة من مذكرات الماستر بلغ عدد مفرداتها 30 مذكرة والعينة الثانية طلبة السنة الثانية ماستر والذي بلغت 56 طالبا

اجريت الدراسة بجامعة تيزي وزو بالجزائر سنة 2019 وقد توصلت الى النتائج التالية:

¹ محمد شتّاح ,محمد نور العدوان,اتجاهات بحوث الاعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة,كلية الاعلام والاتصال,جامعة العين,ابو ظبي,الإمارات,5مارس2022,ص57

² الدكتور حسين تومي بعنوان "الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف انجازها",جامعة مولود معمري,تيزي وزو,مجلة المعيار,مجلد23, عدد47, 15_06_2019,ص316و315

- __ أكثر المناهج استخداما في اعداد مذكرات التخرج هو المنهج الوصفي.
- __ قصور نسبي في استخدام المناهج الكيفية (دراسات الحالة_سيمولوجيا) الادوات الكمية (الاستبيان والمقابلة) اكثر من 80% من المواضيع اختيرت حسب سهولة وبساطة الانجاز.
- __ هناك لا مبالاة وجدية من طرف الطلبة في اعتبارهم للمذكرات اجراء عاديا .
- __ ساعدت هذه الدراسة السابقة دراستنا بامدادها بالبيانات والنتائج وساهمت مقاربتها الميدانية وكذا في حصر الصعوبات الاجرائية والذاتية التي يواجهها الطلبة.
- الدراسة الثالثة: " : دراسة قام بها سهام بوزيدي بعنوان "الاتجاهات البحثية في بحوث الاعلام الجديد", قسم الإعلام والاتصال, كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية, جامعة باتنة, 10_06_2019 ¹
- تهدف الدراسة الى الاجابة على:
- __ ما هي ابرز المشكلات البحثية التي تناولتها بحوث الاعلام الجديد في الجزائر .
- __ كيف تمت معالجة هذه المواضيع نظريا ومنهجيا .
- __ هل المنطلقات النظرية والمنهجية المتبعة صالحة لدراسة موضوع الاعلام الجديد.
- تهدف الدراسة الى رصد الاتجاهات البحثية في دراسات الاعلام الجديد سواء نظريا او منهجيا ,اعتمدت هذه الدراسة على المنهج النقدي واستخدام استمارة النقد على عينة متمثلة في رسائل الماجستير ممتدة بين 2010 و 2015 والبالغ عددها 35 رسالة توصلت الدراسة للنتائج التالية:
- __ وجود شح كبير في اقبال الباحثين على دراسات القوائم بالاتصال.
- __ قصور من طرف البحوث في استعمال نظريات تتوافق وطبيعة الموضوع المدروس.
- __ تركيز غالبية البحوث على المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والميداني .
- __ عزوف الباحثين عن البحوث الكيفية والنقدية وتمسكهم بأساليب ومناهج امبريقية وهذا راجع لنقص معرفه الباحثين النظرية والعملية بالبحوث الكيفية.
- __ التركيز على بعض الادوات البحثية كالاستبيان في خضم اهمال ادوات اخرى ومنه نقص في تنوع استخدام الادوات البحثية, ما يؤكد تركيز الباحثين على البحوث الكمية الداعمة لنمطية البحوث السائدة والابتعاد عن البحوث الكيفية التي تتيح فهم دقيق للمشكلات المدروسة.

¹ سهام بوزيدي, الاجاهات البحثية لعلوم الاعلام الجديد في الجزائر, قسم الاعلام والاتصال, كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية, جامعة باتنة, 10_06_2019, ص295

المطلب 02: التعقيب على الدراسات

الدراسة الأولى: دراسة قام بها محمد شتات ومحمد نور العدوان بعنوان "اتجاهات بحوث الاعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة دراسة تحليلية", جامعة العين بأبو ظبي - كلية الإعلام والاتصال - بتاريخ 05 مارس 2022.

التعقيب: ان هذه الدراسة ذات طابع قيمي ثمين حيث سعت لتقديم تحليلات كمية دقيقة لاتجاهات البحث بالمجلات العربية المتخصصة وابرز مواطن القصور المنهجي والمعرفي التي تعاني منها تلك البحوث, بينما درستنا قامت بتغطية واقع البحوث العلمية من منظور اخر مختلف عن منظورها حيث ركزت على التغطية الميدانية لواقع البحوث الاكاديمية ضمن بيئة الباحثين (الطلبة), حيث تقاطعت دراسة محمد شتات "اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة" مع دراستنا في متغير مهم والذي هو الاتجاهات البحثية, كما انها تصب في نوع دراستنا كونها دراسة وصفية مثل خاصتنا, فإستطعنا أن نستفيد منها بالإستدلال بها ومعرفة كيفية صياغة الإطار المنهجي وكذا الإنطلاق من بعض النتائج المتوصل إليها في تحليل نتائجنا.

الدراسة الثانية : دراسة قام بها حسين تومي بعنوان "الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف إنجازها, جامعة مولود معمري بتيزي وزو - نموذجاً -

التعقيب: جمعت هذه الدراسة بين علاجها للشكليات والظروف المحيطة بالإنجاز الاكاديمي, فشكلت مرجعا مهما في تحليل المذكرات على الصعيد الجامعي في الجزائر, فقدمت بيانات هامة اكدت وجود ازمة منهجية في اعداد البحوث لدى الطلبة رغم ذلك اغفلت تركيزها عن الاختلالات النظرية والمنهجية واهتمامها بالشكليات الخارجية وهذا ما حاولت دراستنا تداركه.

الدراسة الثالثة: " : دراسة قام بها سهام بوزيدي بعنوان "الاتجاهات البحثية في بحوث الاعلام الجديد", قسم

الإعلام والاتصال, كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية, جامعة باتنة, 10_06_2019

التعقيب: اكدت هذه الدراسة واقع البحوث المنهجي والنظري, فلا تزال الأدوات التقليدية تهيمن على الدراسات والمناهج ولا يزال هناك تذبذب في تنوع الدراسات ما يبرز ان معظم البحوث لم تحقق الانسجام المطلوب في مراحل انجاز البحث العلمي خاصة المتعلقة بالمنطلقات النظرية والمنهجية المطبقة لدراسة المواضيع المختارة من قبل الباحثين فدعمت هذه الدراسة نتائج دراساتها بشكل كبير كونها تصب في نفس المصوب من ناحية النتائج على الرغم من وجود عديد اوجه اختلاف.

المبحث الثاني: الاسس النظرية لاتجاهات البحث في مجال الاعلام والاتصال

المطلب 01: ماهية الاتجاهات البحثية

1_تحديد المفاهيم:

1_1 مفهوم الاتجاهات Concept of directions :

* الاتجاه هو حاله ذهنيه تسبق القيام بالفعل تتشكل وتنظم عبر خبرات وتجارب سابقة تؤثر بشكل مباشر وديناميكي على التصرفات والافعال المرتبطة¹.

* جي البورت (G, wallport) نظر إليه على اعتبار أنه حاله من الاستعداد او التاهب العصبي النفسي تنتظم من خلاله خبره الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي او ديناميكي على استجابته الفرد جميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة.²

حيث ميز بين الاتجاه وغيره من الظواهر انطلاقا من أربعة شروط وهي³:

- الخبرات الفرديه حول موضوع معين تتجمع وتكمل بعضها مشكله تجاه النحو هذا الموضوع.
- الاتجاه يمر بعملية التمايز نتيجة للخبرات المختلفه التي يتعرض لها صاحبه
- الاتجاهات قابلة للتكون والاكساب نتيجة لخبره واحده قويه.
- تقليد الافراد المحيطين في الوسط البيئي الفرد الذين يحوزون على اعجابه بصفه عامه كالوالدين والاصدقاء عباره عن مصدر الاتجاهات جاهزه للفرد.

نجد أن هناك الكثير من الدارسين المهتمين بمفهوم الاتجاهات كهاري ابشو وهولتزمان (h, upshaw), لا تحيد تعريفاتهم على أن الاتجاه كائن كموقف أو استعداد تجاه أفكار أو قضايا أو أشخاص وجماعات أو مؤسسات وغيرها يتشكل من الخبرات والتجارب التي يمر بها الفرد ويكتسبها والتي تترك لديه ذلك الانتباه أو الشعور حيال العمل او التصرف.

رغم تعدد الدارسين المهتمين بمفهوم الاتجاهات الا ان تعريفاتهم بصفه عامه لا تحيد عن ان الاتجاه عبارة عن بنية ترابطيه بين السلوك الظاهري للفرد والتهيئات الشعوريه والانطباعيه حول سياق ما هذا الترابط المنظم المكون للاتجاه قائم على المعرفه والسلوك والانفعال .

¹ Ghiglione ,r,richqrd ,g,f,cœurs de psychologie ;origines et bases dunod, 3e ed paris,1999,p230

² عبد الفتاح محمد دويد,علم النفس الاجتماعي,:اصوله ومبادئه,دار النهضة العربية للطباعة والنشر,بيروت,1994, ص153

³ نفس المرجع,ص154

1-1 مفهوم اجرائي Procedural concept

الاتجاهات بصفة مجملة عبارة عن تنظيم متناسق من المفاهيم والمعتقدات العادات وكذا الدوافع بالنسبة لشيء معين.

حيث أنّ المفاهيم كالدوافع، والمميزات الشخصية، لها وظائف أساسية وخاصة، تتكامل وتتفاعل لتشكيل اتجاهات الفرد وميوله. أحياناً، أشياء بحد ذاتها، ومن جهة أخرى، يكون للفرد اتجاهات نحو شيء أو موضوع معين، حينما يكون موجوداً في إطار محيط إدراكه، وأن يكون شيئاً أو شخصاً يعرفه وتتفاعل معه، لتحقيق أثر في الفرد، بغية امتلاك نظرة عن الشيء، وتكوين اتجاه عنه.

_ مفهوم الاعلام:

الاعلام هو تزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم. وهو نوع من الاتصال يتم بين متصل ومتصل به أو مرسل ومستقبل بقصد توصيل أخبار أو معلومات أو حقائق"، ويكون عادة الهدف احداث تأثير في المتصل به هذا التأثير يكون بمثابة رد فعل أو استجابة فورية أو نهائية اذا ما جاءت حسب توقعات المتصل، يكون الاعلام قد حقق أهدافه في التأثير في سلوك الآخرين بناء على المعلومات والافكار والحقائق التي وصلت اليهم.¹

_ مفهوم الاتصال:

مصطلح الاتصال له مفهومات عدة أقربها إلى الوضوح: " أن الاتصال هو الطريقة التي تنتقل بها المعرفة والأفكار من شخص أو جهة)، إلى شخص آخر أو جهة أخرى بقصد 11 المحور الأول: مفاهيم متعلقة بالإعلام والاتصال التفاعل والتأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص، أو إعلامه بشيء أو تبادل الخبرات والأفكار معه، أو الارتقاء بمستواه الجمالي والقيمي أو إقناعه بأمر ما، أو الترفيه عنه".²

وعرفه إبراهيم إمام، بأنه العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته، ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.³

¹ 3 فاروق خالد، العالم الدولي والعولمة الجديدة، الرشد، دار اسامة للنشر والتوزيع، (د_ت)، ص9
² سمير روجي الفيصل، مهارات الاتصال في اللغة العربية، ط1، المرات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص13
³ امام ابراهيم، العالم والاتصال بالجماهير، القاهرة، دار المعرفة، 1971، ص05

2_ مكونات الاتجاهات البحثية: Components of Research Directions

أولاً: المكون المعرفي (درجة الفهم والاستيعاب للموقف)

وهو يعد المرحلة الأولى في تكوين الاتجاه ويتضمن المعارف ومعتقدات الفرد نحو موضوع الاتجاه وهو الذي يكسب عن طريق البيئة المحيطة بالفرد، درجة ثقافته وتعليمه، فالمكون المعرفي عبارة عن مجموعة الخبرات والمعارف والمعلومات المتصلة بموضوع الاتجاه والتي وصلت للفرد عن طريق النقل أو التلقين أو ربما عن طريق الممارسة المباشرة من جهة أخرى هو ما يؤمن به الفرد من آراء ووجهات نظر نحو موضوع معين اكتسبها من خبراته السابقة مع مثيرات هذا الموضوع مما يعده ويهيئه تاهبا للاستجابة لها وتقويمها في المواقف والظروف المتشابهة بنفس التفكير النمطي المبني على معرفته المسبقة لها.

ثانياً: المكون الوجداني أو العاطفي (درجة احساس الفرد تجاه هذا الموقف)

يشير الى مشاعر الشخص ورغباته نحو الموضوع ومن اقباله، نفوره، حبه، كرهه له، فيتأثر الاتجاه بالتعزيز والتدعيم النفسي الذي يتمثل في درجة الراحة والنفور التي تعود على الفرد اثناء تفاعله مع الموقف فتشكل تلك الانفعالات الشحنة الانفعالية التي تصاحب تفكير الفرد النمطي حول الموضوع الذي سياتخذ اتجاه نحوه¹.

المكون السلوكي (سلوك الشخص المترتب على ذلك)

يمثل الوجهة الخارجية له فهو انعكاس لقيام الفرد واتجاهاته وتوقعات الآخرين وهو الخطوات الاجرائية التي ترتبط بتصرفات الانسان ازاء موضوع الاتجاه والدالة على قبوله او رفضه بناء على تفكيره واحساسه، فهذا المكون معني بجميع السلوكيات المرتبطة بالاتجاه والتي هي عبارة عن استجابات ناتجة عن ترابط المكونين المعرفي والوجداني، فالاتجاه يرتبط بالسلوك حيث يعد منبئا للسلوك المستقبلي للفرد فعندما يكون الفرد خبرات مباشرة عن موضوع الاتجاه و التعبير عنها فهذا يسمى بالسلوك ومنه ثبات الاتجاه².

3_ خصائص الاتجاهات : Components of Research Directions

- تمتاز الاتجاهات بالثبات النسبي فالاتجاه استعداد نفسي مكتسب ثابت نسبيا ناتج عن مرور الفرد بمواقف وخبرات معينة اثناء تفاعله مع بيئته المحيطة به .
- تمتاز الاتجاهات بالذاتية فهي تعكس انحياز الفرد تجاه موضوع معين
- اتجاهات الفرد تعتبر حصيلة لخبراته السابقة فيتكون الاتجاه من الخبرات التي يعيشها الفرد فهي مكتسبة بالخبرة

¹ نشواني عبد المجيد، علم النفس التربوي، دار الفرقان للنشر، عمان، الاردن، 2003، ط4، ص471.

² القاضي يوسف محمد، السلوك التنظيمي، الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، ص81.

والتقليد والمحاكاة وبالتفاعل مع البيئة الاجتماعية والمادية وهو يواجه استجابة الفرد بالنسبة للمواقف والأشياء التي هي موضوع الاتجاه

_ يتأثر الاتجاه بالعوامل الخارجية والمتغيرات المحيطة

- التأثير بتطورات خاصة ظهور الانترنت وشبكات تواصل اجتماعي

- قابلية للتغيير باكتساب خبرات جديدة

- الارتباط بتطورات العلميه والتكنولوجيا

- الاتجاه سلوك قابل للقياس والتنبؤ به وبالتالي ضبطه والتحكم فيه

- الاتجاه مكتسب وليس فطري

- الاتجاهات تختلف وتعدد حسب الميزات التي ترتبط بها (القيم الشخصية _ الثقافة _ المحيط _ الاعلام)

- الاتجاهات مشحونة بالطابع الانفعالي حول موضوع معين وذلك لانها تتصل بالقيم والعادات

- التناقض :قال نيوكمب (newcomb) "التناقض ينشأ من الصراع بين اتجاهات الشخص التي تكونت خلال

خبراته الفردية والاتجاهات الواجبة عليه الاخر تبع لمعايير الثقافة والمجتمع"¹.

4_وظائف الاتجاهات البحثية Research Directions Jobs

4-1-الوظيفة النفعية المعرفية:

تهدف الى تقديم حلول تقنية فعالة تساعد على تحسين وسائل الاعلام ومجال الاعلام بصفة اوسع من خلال تحليل الظواهر والاتجاهات المستقبلية, ما يعني ان تحقق نتائج عملية ملموسة سواء تمكين مؤسسات او صناعة ابتكارات وتقديم حلول المشكلات وكذا تقديم تحسينات في مجال الاعلام والاتصال بمعنى اخر الابحاث او الاضافات التي تندرج ضمن الوظيفة النفعية يجب ان يكون لها تطبيق عملي ليس مجرد تحليل نظري اي تكون قابلة للوضع على ارض الواقع بشكل ناجح.

مثلا : تحليل كيفية تسهيل تفاعل الجمهور مع الاخبار الرقمية

ومن دراسات المذكرات الموجوده في جامعتنا هناك نموذج عنها:

العوائق المهنية للمراسل الصحفي دراسة ميدانية لعينة من مراسلي ولاية الوادي.

¹ بوسطيلة سمر. محاضرة الاتجاهات الجديدة في نظرية العلاقات الدولية. جامعة سطيف . plate-forme pédologique de l universite setif

4-2- الوظيفة الدفاعية:

تهتم بتأثير الإعلام على الجمهور وتحليل كيفية وطرق حماية الافراد والمجتمعات من التأثيرات السلبية الموجهة له عن طريق الإعلام كالتضليل الإعلامي والأخبار الكاذبة والعنف الإعلامي عن طريق الكشف عن الرسائل والإشارات الواضحة التي تؤدي للتأثيرات السلبية على المجتمع.¹

-مثلا : دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للافراد مثل القلق والاكتئاب المحتوى السلبي - الدراسة : الاثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب الجامعي بالوادي شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك

4_3_ الوظيفة التنظيمية:

تهتم بدور البحث العلمي في خلق القوانين والسياسات التي تنظم وتحكم عمل وسائل الإعلام, حيث يركز على ضبط وحماية الحقوق ومتابعة حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية أي وضع اطار قانوني واخلاقي محد لاستخدام وسائل الاعلام بشكل اخلاقي مؤطر قانونيا.

مثلا : تحليل سياسات تنظيم محتوى رقمي والتعامل مع الاخبار الكاذبة

-دراسة : الاطار القانوني للممارسات الاعلامية الالكترونية في الجزائر دراسة تحليلية

4_4_ الوظيفة التعبيرية:

تشير الى قدرة وسائل الإعلام على نقل وعكس مشاعر وافكار واءاء سواء الافراد أو المجتمعات, حيث يتمكن الافراد والمؤسسات عن طريقها من التعبير عن انفسهم و هويتهم وكذا افكارهم² وتوصيل رسائلهم عن طريق العديد من وسائل الاعلام مثل التلفزيون و شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي تكوين تفاعل مع الجمهور وايصال رساله تعكس ارائهم ومواقفهم مشاعرهم حيال قضايا معينه أو أحداث ما.

وبالتالي خلق علاقة طردية بين الوسيلة و المستقبل للرسالة الاعلامية (الجمهور)

-مثال : استخدامات تلاميذ الثانوية لمواقع التواصل الاجتماعي تيك توك نموذجان والاشباعات المحققة _دراسة حالة في متوسطة ابن باديس بولاية الوادي _

¹نشواتي عبد المجيد,علم النفس التربوي,دار الفرقان للنشر,عمان,الاردن,,2003,ط4,ص476

²باعمر الزهرة,إتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في بعض المتغيرات الديموغرافية,رسالة لنيل شهادة الماجستير,جامعة قاصدي مرباح,ورقلة,الجزائر,2006,ص38

المطلب 02: العوامل المؤثرة في تكوين اتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال:

(Factors affecting the formation of research trends in the field of media)

(and communication sciences

تتأثر اتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال بعدد من العوامل التي تساهم في تشكيل الموضوعات والمناهج المستخدمة في الدراسات و الأبحاث الأكاديمية, هذه العوامل تتنوع بين التحولات التكنولوجية، التغيرات الاجتماعية، والسياسات الإعلامية، بالإضافة إلى تأثيرات المؤسسات الأكاديمية والظروف الاقتصادية والسياسية وغيرها من التأثيرات.

وفيما يلي أبرز هذه العوامل بشكل مفصل:

5_1_ التطورات التكنولوجية:

ظهور وسائل الإعلام الرقمية: أسهمت التكنولوجيا في تغيير طبيعة الإعلام بشكل جذري، مما أدى إلى ظهور وسائل جديدة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، التي شكلت محورا رئيسيا في حياة الافراد ومنه تكون دراسات مستجدة تهتم بتأثيرات هذه التكنولوجيا على الجمهور وطريقة التفاعل مع الأخبار والمحتوى الإعلامي على حد سواء.

5_2_ التحولات الاجتماعية والثقافية:

التغيير في أنماط الاستهلاك الإعلامي: مع تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح جمهور الإعلام يميل بشكل أكبر إلى الاستهلاك الذاتي للمحتوى ومنه الوصول لكم هائل من المحتوى المراد بشكل سهل و سريع عن طريق العديد من التطبيقات والمواقع ، مما دفع الباحثين لدراسة أثر هذا التغيير على مفاهيم الإعلام الجماهيري.

الهوية الثقافية والمجتمعية: "يساهم الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية والاجتماعية للأفراد والمجتمعات عن طريق ما تبثه من محتوى سواء نافع او ضار، لذا يمكن أن تؤثر التحولات الثقافية والاجتماعية في تكوين اتجاهات البحث المتعلقة بالإعلام وكيفية التعبير عن هذه الهويات."¹

5_3_ التغيرات السياسية:

التأثيرات السياسية على وسائل الإعلام: تمثل السياسة عاملاً رئيسياً في توجيه البحث الأكاديمي في مجال الإعلام، حيث تساهم الأنظمة السياسية في تحديد أولويات الإعلام، وكذلك في التشريعات المنظمة له. دراسة تأثير الإعلام

¹ جرار لبلى، العلاقة بين التغيرات السياسية والإعلامية في مرحلة الربيع العربي، مجلة البحوث العلمية، جامعة المنصورة، عمان، 2014

على الرأي العام والسياسات العامة تعد من الموضوعات البحثية الرئيسية.

دور الإعلام في الأزمات السياسية: في حالات الأزمات السياسية أو الاقتصادية، وكون الإعلام يعتبر العجلة المحركة للرأي العام، يتزايد الاهتمام بدراسة دور الإعلام في تأجيج أو تهدئة الأوضاع، مما يدفع الباحثين لاستكشاف الوظائف المختلفة للإعلام في هذه السياقات¹.

5_4_ التوجهات الاقتصادية:

التحولات في نماذج الأعمال الإعلامية: تأثير تكنولوجيا المعلومات والإنترنت على النماذج الاقتصادية للإعلام التقليدي، مثل الصحافة الورقية والتلفزيون، أدى إلى ظهور أشكال جديدة من المحتوى الإعلامي المدعوم بالإعلانات أو الاشتراكات. هذه التحولات أثرت في طرق تحليل السوق الإعلامية وأدى إلى ظهور أبحاث تركز على التحديات الاقتصادية التي يواجهها الإعلام.

5_5_ التأثيرات الأكاديمية:

المناهج والاتجاهات البحثية: يساهم الاتجاه العام في العلوم الاجتماعية والإنسانية في توجيه اهتمامات البحث الإعلامي. على سبيل المثال، تطور المناهج النقدية والاجتماعية قد دفع الباحثين إلى تناول قضايا مثل التضليل الإعلامي، والتحليل النقدي للمحتوى الإعلامي، وعلاقته بالسلطة. البحث متعدد التخصصات: الاتجاهات الحديثة في البحث العلمي تتجه إلى البحث متعدد التخصصات، حيث يُدمج الإعلام مع مجالات أخرى مثل علم النفس الاجتماعي، العلوم السياسية، والاقتصاد. هذا التكامل يعزز و يهم في فهم تأثير الإعلام في تشكيل مواقف واتجاهات الجمهور.

5_6_ التحولات في الجمهور والمستهلك الإعلامي:

الجمهور التفاعلي: مع ظهور وسائل الإعلام الرقمية، تغير الجمهور من مجرد متلقٍ للمحتوى، الى مشاركٍ فعّالٍ في إنتاجه. لذا، فإن البحث في طبيعة هذا التفاعل وكيفية تأثيره على تشكيل الاتجاهات يعتبر من العوامل المهمة التي تؤثر في توجهات البحث في الإعلام.

الاستقطاب الإعلامي: مع تنوع منصات الإعلام وتعدد مصادر الأخبار، ظهر استقطاب الرأي العام المعني بتعريض الجمهور الى محتوى يندرج ضمن متطلباته، حيث يستهلك الأفراد الأخبار والمحتوى الذي يتماشى مع اهتماماتهم الشخصية ورغباتهم. هذا الاستقطاب هو موضوع بحث متزايد في مجال الإعلام.

¹ محمد جعفر، الاعلام والازمات السياسية، مجلة المحترف، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 10، العدد 2، يونيو 2023، ص 503

5_7_ التأثيرات القانونية والتنظيمية

التشريعات والسياسات الإعلامية: تؤثر السياسات الإعلامية المحلية والدولية في توجيه البحث الإعلامي، خصوصاً فيما يتعلق بحرية التعبير، الحق في الخصوصية، يعتبر البحث في الرقابة الإعلامية والحدود القانونية للأخبار من الموضوعات ذات الأهمية البالغة.

التشريعات الرقمية: أدى انتشار الإعلام الرقمي إلى ضرورة وجود تشريعات لحماية حقوق الأفراد وتنظيم المحتوى على الإنترنت ومنع الظواهر المتطرفة من التفشي، مما دفع العديد من الباحثين لدراسة هذه التشريعات وكيفية تأثيرها على ممارسات الإعلام في ظل هذه البيئة المستجدة .

تعد العوامل المؤثرة في تكوين اتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال متنوعة ومعقدة، إذ تتداخل شتى التأثيرات لتشكيل ملامح هذا المجال البحثي. يعتمد تطور هذه الاتجاهات على التفاعل بين هذه العوامل وتطورات السياقات المحلية والعالمية.

المبحث الثالث: تطورات اتجاهات البحث في مجال الإعلام والاتصال

المطلب 01: تحولات اتجاهات البحث في الاعلام والاتصال ..التحديات الراهنة والافا المستقبلية

01_التحديات التي تواجه الاتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال :

(Challenges facing research trends in the field of media and communication sciences)

يواجه البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال مجموعة من التحديات المتنوعة التي تؤثر على جودة وفعالية الدراسات والابحاث الأكاديمية, يمكن تصنيف هذه التحديات إلى عدة محاور رئيسية تشمل الإشكالات النظرية، المنهجية، التقنية، الأخلاقية، السياسية، الاقتصادية، التعليمية، وتحديات النشر العلمي. أولاً: التحديات النظرية:

1. غياب النظريات المحلية: يعتمد البحث الإعلامي في الدول العربية بشكل كبير على النظريات الغربية، مما يؤدي إلى نقص في تطوير نظريات تتناسب مع السياقات الثقافية والاجتماعية المحلية. يقول يوسف تمار بهذا الشأن إلى أن "البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال في البلدان العربية سيظل قاصراً، ما لم يتمكن من إنتاج نظريات خاصة به مناسبة سياقياً، وإن لم يحقق استقلاليته عن النظريات الغربية"¹ هذا يؤدي إلى عجز البحث

¹ يوسف تمار، مي عبد الله، سعد المشهداني وآخرون، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، المشكلات النظرية والتطبيقية. ط1. 1444_2023. ص280

العلمي عن وضع حد لهذه التبعية بابتكار نظرية خالصة بعلوم الإعلام والاتصال .

2. إشكالية النماذج والنظريات التقليدية: عدم توافق بعض النظريات التقليدية مع التحولات الرقمية والإعلام الجديد يخلق فجوة بين الدراسات الحديثة والإطار النظري المستخدم. يبرز هذا التحدي في "ظاهرة الترفيع والتلفيق المنهجى الفوضوي، وسطحية عملية البحث الإعلامي والتي بدورها تخلق حالة من الجمود في هذا الحقل المعرفي، بل وفي محتوى المعرفة الإعلامية ذاتها،

ثانيًا: التحديات المنهجية:

1. قصور المناهج التقليدية: التغيرات المستمرة في وسائل الإعلام تتطلب تطوير مناهج بحثية حديثة تتناسب مع البيئة الرقمية. يشير الباحثون إلى أن "الكثير من هذه البحوث يفتقر لثقافة منهجية وعدة فكرية ومداخل نظرية تساعد في فهم الظاهرة وتفسير متغيراتها.

2. صعوبة قياس التأثيرات الإعلامية: تداخل منصات الاتصال وتغير أنماط التلقي يجعل من الصعب تحديد الأثر الحقيقي للإعلام. حيث ان عملية تتبع وتحليل التغطية الإعلامية لتقييم تأثيرها على المدين الطويل والقصر اصبح يشكل تحديا يتطلب "ابتكار اطر معرفية تقوم عى ادوات جديدة وعدة ومنهجية تعددية لشرح وتاويل وفهم هذه الظواهر "الرقمية".¹

3. التحيز في جمع البيانات: قد تؤثر التوجهات الشخصية أو القيود المؤسسية على دقة البيانات البحثية، مما يؤدي إلى نتائج غير موضوعية.

4. صعوبة تطبيق المناهج الكمية والنوعية: التعقيد المتزايد للظواهر الإعلامية يتطلب الجمع بين المناهج الكمية والنوعية بشكل متكامل، وهو ما يمثل تحديًا للباحثين في هذا المجال.

ثالثًا: التحديات التقنية:

1. التغير السريع في التكنولوجيا: مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الإعلام الرقمي تتطلب تحديثًا مستمرًا للأدوات والمناهج البحثية. يشير الباحثون إلى أن "التطورات السريعة في وسائل الإعلام تفرض تحديات على المناهج البحثية التقليدية.

2. التعامل مع البيانات الضخمة: تزايد حجم البيانات وتنوعها يتطلب مهارات وأدوات تحليلية متقدمة، وهو ما قد يفتقر إليه بعض الباحثين.

¹ يوسف تمار، مي عبد الله، سعد المشهداني وآخرون، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، المشكلات النظرية والتطبيقية. ط1. 1444_2023. ص280

3. صعوبة الوصول إلى البيانات الرقمية: تقييد بعض المنصات لبياناتها يجعل من الصعب على الباحثين تحليل المحتوى الإعلامي بشكل شامل.

رابعًا: التحديات الأخلاقية:

1. انتهاك الخصوصية: جمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي يثير قضايا تتعلق بخصوصية الأفراد وحقوقهم.
2. الممارسات غير الأخلاقية في البحث: مثل فبركة البيانات أو توجيه النتائج لخدمة أجندات معينة، مما يهدد مصداقية البحث العلمي.

3. أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: يطرح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام تحديات أخلاقية تتعلق بالتحيز والشفافية.

خامسًا: التحديات السياسية:

1. الرقابة الحكومية: قد تحد من حرية البحث في بعض القضايا الإعلامية الحساسة، مما يؤثر على موضوعية واستقلالية الدراسات.

2. تأثير الأنظمة السياسية على الأبحاث: توجيه بعض الدراسات لخدمة مصالح سياسية معينة قد يؤدي إلى تحيز في النتائج وتقييد للباحثين.

3. القيود على التمويل البحثي: نقص التمويل الموجه للأبحاث المستقلة قد يحد من إمكانية دراسة موضوعات حساسة أو مبتكرة.

سادسًا: التحديات الاقتصادية:

1. نقص التمويل البحثي: خاصة في الدول النامية، مما يحد من قدرة الباحثين على إجراء دراسات معمقة وشاملة¹.

2. تأثير المصالح التجارية: تمويل الشركات للأبحاث قد يؤثر على موضوعية الدراسات ويدفع نحو نتائج تخدم المصالح التجارية.

3. هيمنة المؤسسات الإعلامية الكبرى: قد تمنع هذه المؤسسات الباحثين من الوصول إلى بيانات حساسة أو تؤثر على استقلالية الأبحاث.

سابعًا: التحديات التعليمية والأكاديمية:

1. نقص التدريب على المناهج الحديثة: قلة البرامج التعليمية والتدريبية التي تركز على مناهج البحث الحديثة في

¹ الديمقراطية "إشكاليات البحث الأكاديمي في الإعلام" 2024. متاح عبر democraticac.de

الإعلام والاتصال تؤدي إلى فجوة بين ما يتم تدريسه والتطورات الفعلية في المجال.

2. ضعف التعاون بين المؤسسات الأكاديمية: قلة الشراكات البحثية وتبادل الخبرات بين الجامعات ومراكز البحوث تحد من تطوير مناهج دراسية وبحثية متكاملة.

ثامناً: التحديات المتعلقة بالنشر العلمي:

1. صعوبة الوصول إلى مجلات علمية مرموقة:

تتطلب المجلات العلمية الرصينة معايير صارمة للنشر، مما يجعل من الصعب على الباحثين، خاصة في الدول النامية، نشر أبحاثهم في دوريات ذات معامل تأثير عالٍ. يشير الباحث "جوناثان دافيس" إلى أن "أحد أهم العوائق التي تواجه الباحثين في الإعلام هو الحاجة إلى تكييف أبحاثهم مع متطلبات النشر الصارمة، مما قد يؤثر على أصالة البحث وعمقه.

2. قلة المجلات المتخصصة في الإعلام والاتصال:

لا تزال هناك فجوة في عدد المجلات العلمية التي تهتم حصرياً بدراسات الإعلام والاتصال، خاصة في المنطقة العربية، مما يحد من انتشار الأبحاث في هذا المجال. وفقاً لدراسة نشرها المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، فإن "عدد الدوريات العربية المتخصصة في علوم الإعلام لا يزال محدوداً مقارنة بمجالات علمية أخرى"¹

3. المصداقية والأمانة العلمية:

تزايد حالات الانتحال العلمي والتلاعب بالبيانات يهدد نزاهة البحث الإعلامي، حيث تشير دراسة لمجلة "الاتصال الجماهيري والبحث الإعلامي" إلى أن "ارتفاع معدل الاقتباس غير الموثق والانتحال في الدراسات الإعلامية يعكس الحاجة إلى تعزيز ثقافة البحث النزاهة.

توضح هذه التحديات مدى تعقيد البحث في مجال الإعلام والاتصال، وتؤكد الحاجة إلى تطوير مناهج حديثة تجمع بين العلوم الاجتماعية والتكنولوجيا، وتعزيز التعاون الأكاديمي لدعم الأبحاث الجادة والمستقلة. كما أن معالجة هذه التحديات تتطلب جهوداً مؤسسية من الجامعات والمراكز البحثية، إضافة إلى سياسات تدعم حرية البحث العلمي وتمويله، وتوفير بيئة أكاديمية تساهم في إنتاج معرفة جديدة تتواءم مع التطورات الإعلامية المتسارعة.

¹ 5. Davis, J. (2020). Research Challenges in Media Studies. London: Sage Publications.

02-متغيرات الإعلامية وأثرها في تشكيل الاتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال: (Media variables and their impact on shaping research trends in the field of media (and communication sciences

يُعَدُّ مجال الإعلام والاتصال فضاءً معرفيًا ديناميكيًا يخضع لتحولات جوهرية مستمرة، تستدعي إعادة النظر في منهجيات البحث وأسس النظرية لمواكبة التطورات المتسارعة. إنَّ طبيعة الإعلام الجديد وما رافقه من تغيّرات تكنولوجية، واجتماعية، وسياسية، واقتصادية، وأكاديمية، تُشكِّل إطارًا معقدًا يتطلب مقاربة متعددة الأبعاد لفهم تأثير هذه المتغيرات في بناء الاتجاهات البحثية في الحقل الإعلامي. ووفقًا لدراسات حديثة، فإنَّ هذه التحولات لا تقتصر على الأطر المفاهيمية فحسب، بل تمتد إلى إعادة تشكيل البُنى المعرفية والمنهجيات البحثية المعتمدة في الدراسات الإعلامية.

أولاً: المتغيرات التكنولوجية وانعكاساتها على البحث الإعلامي

1. التحول الرقمي والتطورات التقنية:

أحدث التطور التقني ثورة في أنماط إنتاج المحتوى الإعلامي واستهلاكه، مما دفع الباحثين إلى مراجعة الأطر النظرية التقليدية التي لم تعد قادرة على تفسير الظواهر المستجدة. فقد أشار العبد الله إلى أنَّ "الاعتماد على النماذج الاتصالية الكلاسيكية بات قاصرًا عن استيعاب طبيعة التفاعل الرقمي الفوري والتشاركي الذي يميز الإعلام الجديد."

2. الإعلام الرقمي وتغير أنماط التلقي:

باتت بيانات الاتصال الرقمي تفرض تحديات على النظريات الاتصالية القائمة¹، إذ لم يعد المتلقي مجرد مستهلك سلبي، بل أصبح منتجًا للمحتوى، مما استدعى تبني مناهج بحثية تفاعلية مثل تحليل الشبكات الاجتماعية وتحليل البيانات الضخمة.

ثانيًا: المتغيرات الاجتماعية والثقافية وأثرها في البحوث الإعلامية

1. تغير أنماط الاستهلاك الإعلامي:

لم يعد استهلاك الإعلام مقتصرًا على النموذج التقليدي القائم على البث الأحادي الاتجاه، بل تحوّل إلى بيئة تفاعلية حيث يُسهم المستخدمون في إنتاج المحتوى. ونتيجة لذلك، تطوّرت الدراسات الإعلامية لتشمل أساليب

¹ بن احميدة امنة، محاضرة نظريات الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 3_ابراهيم شبوط 2023، ص8

تحليل الجمهور الرقمي، مثل نماذج تحليل السلوك على منصات التواصل الاجتماعي.

2. الهوية الثقافية والعملة الإعلامية:

يؤثر الإعلام الرقمي في إعادة تشكيل الهويات الثقافية، حيث يؤدي التدفق الإعلامي العابر للحدود إلى تفاعل معقد بين العملة والمحلية. يشير المشهداني إلى أن "البحوث الإعلامية المعاصرة باتت تولي اهتمامًا خاصًا لدراسة التهجين الثقافي وتأثيراته على المجتمعات الرقمية¹".

3. التغير في أخلاقيات الإعلام:

أصبح للمنصات الرقمية تأثير واضح في تشكيل القيم الأخلاقية المرتبطة بالممارسة الإعلامية، مما استدعى تطورات في البحوث المتعلقة بالأخلاقيات الإعلامية، خصوصًا في سياقات الأخبار الزائفة، والتضليل الإعلامي، والخصوصية الرقمية.

ثالثًا: المتغيرات السياسية والاقتصادية وانعكاساتها على الاتجاهات البحثية

1. التشريعات والرقابة على الإعلام:

تفرض القوانين والأنظمة الحكومية قيودًا على تدفق المعلومات، مما يؤثر في حرية البحث الإعلامي. ويؤكد مركز الجزيرة للدراسات أن "الرقابة الإعلامية أصبحت تُمارَس بطرق أكثر تعقيدًا في البيئة الرقمية، مما يتطلب تطوير أدوات بحثية قادرة على كشف أساليب التضليل والتلاعب بالمعلومات²".

2. الاقتصاد السياسي للإعلام:

تؤثر القوى الاقتصادية في تمويل البحوث الإعلامية، حيث قد تؤدي المصالح التجارية إلى توجيه الأبحاث نحو موضوعات تخدم مصالح المؤسسات الإعلامية الكبرى. ويوضح العبد الله أن "ارتباط البحوث الإعلامية بتمويلات من كيانات إعلامية وتجارية قد يؤثر في استقلالية الباحثين، مما يفرض تحديًا أمام إنتاج معرفة موضوعية³".

رابعًا: المتغيرات الأكاديمية والمنهجية في البحث الإعلامي

1. أزمة المناهج التقليدية في مواجهة الإعلام الرقمي:

أدت التغيرات المتسارعة في المشهد الإعلامي إلى بروز أزمة في المناهج التقليدية التي لم تعد تواكب التطورات

¹ Mass Communication and Media Research (2022). "Ethical Challenges in Media Studies". Journal of Mass Communicat

² د. شرين كذواني، د. شريهان توفيق، الإعلام الرقمي: تشريعات وأخلاقيات النشر، العربي للنشر والتوزيع، 2023، ص 25

³ العبد الله، مي. (2021). رؤية نقدية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. مركز الجزيرة للدراسات

الحديثة. وأشار المشهداني إلى أن "إعادة النظر في المناهج البحثية بات ضرورة ملحة لاستيعاب ديناميكيات الإعلام الرقمي، من خلال دمج أساليب البحث الكمي والنوعي مع التحليل الرقمي للبيانات الضخمة. "

2. التخصصات البينية كمسار جديد للبحث الإعلامي:

نظراً لتعقيد الظواهر الإعلامية، أصبحت الدراسات الإعلامية أكثر تداخلاً مع تخصصات أخرى مثل علم النفس الاجتماعي، وعلم البيانات، والذكاء الاصطناعي .

ويؤكد درويش أنّ "دمج الدراسات الإعلامية مع علوم البيانات أصبح توجّهاً بحثياً رائداً لفهم سلوك المستخدمين عبر الإنترنت بطريقة أكثر دقة".¹

3. التحديات الأخلاقية في البحث الإعلامي:

تثير الدراسات الحديثة في الإعلام الرقمي قضايا أخلاقية جديدة، لا سيما فيما يتعلق بجمع البيانات الشخصية وتحليلها. وقد أشارت الأبحاث إلى أن "الممارسات البحثية الحديثة في الإعلام الرقمي يجب أن تراعي حقوق الأفراد، من خلال وضع معايير صارمة لحماية البيانات وضمان عدم استغلالها في أغراض غير أخلاقية"²

إنّ التغيرات الإعلامية المتسارعة تفرض تحديات كبيرة على الاتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال، مما يستلزم تطوير مقاربات جديدة تستوعب هذه التحولات. ومن خلال دمج المنهجيات الكمية والنوعية، والتفاعل مع التخصصات البينية، يمكن للبحوث الإعلامية أن تستجيب بفاعلية لتعقيدات المشهد الإعلامي الرقمي، وتُقدّم إسهامات أكاديمية رصينة تواكب المتغيرات المتسارعة في هذا المجال الحيوي.

03_مستقبل الاتجاهات البحثية في مجال الإعلام والاتصال (The future of research trends in

(the field of media and communication sciences

1-تكامّل البحث الإعلامي مع الذكاء الاصطناعي:

- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة لفهم أنماط التفاعل الإعلامي.
- تطوير نماذج تحليلية تعتمد على التعلم الآلي لرصد التوجهات الإعلامية.

2- تعزيز الدراسات البينية: (Interdisciplinary Research)

- دمج الإعلام مع علوم البيانات، علم النفس، والاقتصاد لفهم التأثيرات الإعلامية بشكل أكثر شمولية.
- تطوير مناهج بحثية جديدة تجمع بين التحليل الكمي والكيفي لتعزيز دقة النتائج.

¹ درويش فرج الدمج بين النظريات الكلاسيكية والمتحدثة في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة لبحوث الاعلام الجديد. مجلة البحوث الاعلامية

². المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. مركز الجزيرة للدراسات. (2021)

3_ تحليل وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها:

- دراسة تأثير المنصات الرقمية على تشكيل الرأي العام والسياسات الاجتماعية¹.
- تطوير مناهج بحثية متقدمة لرصد الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي

4_ الاهتمام بالأخلاقيات الإعلام والخصوصية الرقمية:

- تحليل تأثير القوانين واللوائح الجديدة على حرية الإعلام في العصر الرقمي.
- تطوير نماذج حوكمة أخلاقية لحماية البيانات الشخصية في الأبحاث الإعلامية.

5_ الاتجاه نحو البحث التنبؤي:

- استخدام تقنيات تحليل البيانات الضخمة لرصد التوجهات المستقبلية في صناعة الإعلام.
- تطوير أدوات قياس تفاعلية تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك الجمهور.

6_ تحولات الهويات الثقافية في العصر الرقمي:

- دراسة تأثير الإعلام العابر للحدود على الهوية الثقافية المحلية.
- تحليل دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز أو تآكل القيم الثقافية التقليدية.

7_ استكشاف نماذج تمويل الإعلام الجديدة:

- دراسة أثر التمويل الجماعي والاشتراكات الرقمية على استقلالية الإعلام.
- تقييم تأثير الإعلانات الموجهة في تشكيل المحتوى الإعلامي.

8_ مستقبل الصحافة الاستقصائية الرقمية:

- استخدام تقنيات تحليل البيانات للكشف عن الفساد والممارسات غير القانونية.
- تطوير أدوات جديدة لحماية الصحفيين في البيئات الرقمية عالية الخطورة.
- تُشير الاتجاهات المستقبلية إلى تحولات جذرية في البحث الإعلامي، مع التركيز على التخصصات البينية، الذكاء الاصطناعي، الأخلاقيات الرقمية، وتأثير الإعلام على الهوية والمجتمع. هذه التحولات ستؤدي إلى تطور منهجيات البحث وأساليبه لمواكبة المشهد الإعلامي المتغير باستمرار.

¹د.خلف لافي الحماد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة البرموك، مجلد 21، عدد 2، إبريل 2022، ص 489

المطلب 02: الاسس النظرية والمتغيرات الاعلامية في بناء الاتجاهات البحثية

01_ النظرية البنائية الوظيفية والاتجاهات البحثية في الإعلام والاتصال (Functional constructivist theory and research trends in the field of media and communication sciences)

1. مقدمة حول النظرية البنائية الوظيفية:

تُعد النظرية البنائية الوظيفية من النظريات المركزية في علم النفس والاجتماع، وامتدت لاحقاً إلى مجالات الإعلام والاتصال، حيث تهتم بدراسة كيفية بناء وتطور الوظائف العقلية، وكذلك دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات والوعي الاجتماعي. تنطلق هذه النظرية من فرضية أن الأفراد يكتسبون المعرفة والمهارات من خلال التفاعل مع البيئة والتجارب الحسية، مما يؤدي إلى تطوير أنظمة فكرية معقدة تساهم في تنظيم المجتمع وتحقيق توازنه.

تطورت النظرية من خلال أعمال جان بياجيه في علم النفس، حيث ركز على دور البناء المعرفي في تطور الفكر البشري، بينما أسهم علماء الاجتماع مثل تالكوت بارسونز في تطبيقها على فهم النظم الاجتماعية، بما في ذلك وسائل الإعلام ودورها في استقرار المجتمع وتشكيل الاتجاهات العامة.

2. الأسس النظرية للنظرية البنائية الوظيفية في الإعلام

أ. البيئة والتجارب الحسية في بناء الاتجاهات الإعلامية:

تؤكد النظرية أن البيئة والتجارب الحسية تلعب دوراً أساسياً في تطوير الوظائف العقلية وتشكيل الاتجاهات الإعلامية. وسائل الإعلام الحديثة تقدم محتوى متنوعاً يشكل فهم الأفراد للأحداث والقضايا الاجتماعية، حيث تعتمد الاتجاهات البحثية على دراسة كيفية استقبال الأفراد للرسائل الإعلامية وتأثرهم بها. يرى بياجيه أن التعلم يتم من خلال التفاعل بين الفرد والبيئة، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور "المحفز المعرفي" الذي يُعيد تشكيل المفاهيم الاجتماعية¹.

يركز علماء الإعلام مثل ماك كويل على دور الوسائط في تعزيز الإدراك الحسي والتأثير على بناء الاتجاهات العامة من خلال التفاعل المستمر مع المعلومات.

¹ بياجيه، جان (1952). The Origins of Intelligence in Children. Norton.

ب. التكيف والتفاعل مع وسائل الإعلام:

تعمل وسائل الإعلام على تزويد الأفراد بالمعلومات التي تساعد على التكيف مع المتغيرات الاجتماعية والسياسية، مما يجعلها أداة مركزية في بناء الاتجاهات. التفاعل مع الإعلام الرقمي يُعزز هذا الجانب، حيث يشارك الأفراد في تشكيل المحتوى والتفاعل معه، مما يعكس مرونة النظام الإعلامي في الاستجابة للمتغيرات الاجتماعية. يشير بارسونز إلى أن الوظيفة الأساسية للإعلام تتمثل في "التكامل الاجتماعي"، حيث يساعد الإعلام في توجيه الأفراد للتكيف مع الأوضاع الجديدة وتعزيز القيم المشتركة. في الإعلام الرقمي، يؤكد كاستلز أن شبكات الإنترنت عززت "التفاعل الاجتماعي المعرفي"، حيث أصبح الأفراد أكثر انخراطاً في إنتاج واستهلاك المحتوى الإعلامي.

ج. الهيكل العقلي وتنظيم الرسائل الإعلامية:

تنظر النظرية البنائية الوظيفية إلى العقل على أنه يتكون من هياكل متكاملة تتفاعل مع المعلومات الجديدة، مما يساعد في بناء اتجاهات الأفراد تجاه القضايا الإعلامية. تشير دراسات علم النفس المعرفي إلى أن الأفراد يعيدون تنظيم معارفهم وفقاً للرسائل الإعلامية الجديدة، وهو ما يفسر تأثير الإطار الإعلامي (Framing) على تشكيل الاتجاهات. في الإعلام، يُعد التحليل البنائي للرسائل منهجاً هاماً لدراسة كيفية تنظيم النصوص الإعلامية وتفاعلها مع البنية المعرفية للجمهور.¹

د. العملية التطورية للوظائف العقلية ودورها في التأثير الإعلامي:

تفترض النظرية أن الوظائف العقلية تتطور استجابة للتغيرات في البيئة، مما يعني أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مستمراً في إعادة تشكيل اتجاهات الجمهور مع مرور الوقت. يشير بياجيه إلى أن عملية التطور المعرفي تحدث عبر مراحل تتأثر بالمدخلات البيئية، مما يفسر كيفية تطور الاتجاهات الإعلامية بناءً على التجارب السابقة والتعرض المستمر للمعلومات.² في الدراسات الإعلامية، يُظهر نموذج التحفيز-الاستجابة (Stimulus-Response Model) كيف أن التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي يؤدي إلى تكوين أنماط فكرية طويلة الأمد حول القضايا الاجتماعية والسياسية.

22, Piaget, Kuhn, Genetic Epistemology and Piaget Philosophy of Science, p204, University of Chicago

² بياجيه، جان (1970). Genetic Epistemology. Columbia University Press.

هـ. البناء والتكوين المعرفي للاتجاهات الإعلامية:

يركز هذا الجانب على دور الإعلام في تشكيل المعارف والاتجاهات من خلال التجارب الإعلامية المتراكمة. وفقاً للنظرية، فإن الأفراد يطورون فهمهم للعالم من خلال عملية بنائية تستند إلى التفاعل مع المحتوى الإعلامي.

يشير فيجوتسكي إلى أن التعلم يحدث في سياق اجتماعي، حيث تلعب وسائل الإعلام دور "الوسيط الثقافي" في نقل المعارف وتنظيم التفكير الجماعي.

تعتمد نظريات جدولة الأولويات (Agenda-Setting) على فكرة أن الإعلام لا يخبر الناس فقط بما يفكرون فيه، بل أيضاً كيف يفكرون فيه، مما يعكس تأثير الإعلام في إعادة تشكيل الهياكل المعرفية للجمهور.

3. انعكاسات النظرية البنائية الوظيفية على الاتجاهات البحثية في الإعلام

أ. تحليل دور الإعلام في بناء الاتجاهات العامة:

تساعد النظرية البنائية الوظيفية في فهم كيفية تأثير الإعلام على تشكيل الاتجاهات العامة، حيث يعتمد الباحثون على تحليل مضمون الرسائل الإعلامية وتأثيرها على الجمهور عبر الزمن.

ب. دراسة التفاعل بين الإعلام والجمهور:

نظراً لأن الإعلام أصبح أكثر تفاعلية في العصر الرقمي، فإن البحوث الحديثة تركز على دراسة كيفية استجابة الأفراد للرسائل الإعلامية وتفاعلهم معها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

ج. تقييم دور الإعلام في تعزيز التكيف الاجتماعي:

تُستخدم النظرية في تقييم دور الإعلام في دعم الاستقرار الاجتماعي أو إحداث التغيير، من خلال دراسة كيفية معالجة وسائل الإعلام للقضايا المجتمعية وإطارها العام.

تقدم النظرية البنائية الوظيفية إطاراً شاملاً لفهم دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات، حيث تركز على البيئة والتجارب الحسية، التكيف والتفاعل، الهيكل العقلي، العملية التطورية، والبناء المعرفي. كما تبرز أهميتها في البحوث الإعلامية الحديثة التي تسعى إلى تحليل كيفية استجابة الجمهور للرسائل الإعلامية وتأثيرها في تشكيل الوعي الاجتماعي¹.

¹ بوسيلة سمة، الاتجاهات الجديدة في نظرية العلاقات الدولية، ص 10.

02_ النظرية النقدية والاتجاهات البحثية في الإعلام (Critical Theory and Research Trends (in Media and Communication Sciences

1. مقدمة حول النظرية النقدية:

تعد النظرية النقدية إطاراً فكرياً شاملاً نشأ من مدرسة فرانكفورت، حيث جاءت كرد فعل على النزعة الواقعية الساذجة، والاقتصاد السياسي التقليدي، والتفسير الحتمي للتاريخ. تركز هذه النظرية على نقد المجتمع بهدف تغييره، من خلال الجمع بين الفكر الماركسي، والتحليل النفسي، والبحوث التجريبية. وتُعدّ النظرية أداة تحليلية لفهم السلطة، والهيمنة، والإيديولوجيا في النظم الاجتماعية الحديثة، بما في ذلك وسائل الإعلام.

2. جذور النظرية النقدية وتطورها:

ترجع جذور النظرية النقدية إلى الفلسفة الإغريقية، حيث كان سقراط أول من مارس النقد الفلسفي للمعتقدات السائدة. في العصر الحديث، تأثر مفكرو مدرسة فرانكفورت بأعمال كارل ماركس، لكنهم رفضوا الحتمية الاقتصادية، وركزوا على تحليل الأبعاد الثقافية والإيديولوجية في المجتمع، كما يظهر في أعمال كارل كورس وجورج لوكاتش.

ماكس هوركايمر وتيودور أدورنو ساهما في بلورة مفهوم "العقل الأداتي"، الذي يفسر كيف تُستخدم العقلانية كأداة لتبرير السيطرة والهيمنة، وهو مفهوم أساسي في نقد وسائل الإعلام الحديثة باعتبارها مؤسسات تعزز الوضع القائم.

3. الأسس النظرية للنظرية النقدية في الإعلام

أ. الإعلام كأداة للهيمنة الإيديولوجية:

تعتبر النظرية النقدية وسائل الإعلام مؤسسات إيديولوجية تُعيد إنتاج الهيمنة الطبقية عبر نشر أفكار تخدم المصالح المسيطرة. يرى ألتوسير أن الإعلام يشكل جزءاً من الأجهزة الأيديولوجية للدولة، حيث يسهم في تشكيل وعي زائف يُقنع الأفراد بقبول الأوضاع القائمة.

ب. نقد التنظيم المؤسسي للإعلام:

ترفض النظرية النقدية فكرة أن الحرية الإعلامية تتحقق عبر المؤسسات القائمة، إذ ترى أن هذه المؤسسات خاضعة لسلطة رأس المال، مما يجعلها تُعيد إنتاج الخطاب المهيمن بدلاً من تحديه¹

¹ تشومسكي، نعوم وهيرمان، إدوارد (1988) Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.

ج. دور الإعلام في تشكيل الوعي:

يرى ماركوز أن الإعلام يخلق "مجتمعاً أحادي البعد"، حيث يُوجّه الخطاب الإعلامي بطريقة تجعل الأفراد غير قادرين على إدراك البدائل الحقيقية، مما يسهم في ترسيخ النظام القائم.

د. الإعلام بين التفسير والتغيير:

على عكس النظريات التقليدية التي تركز على وصف الظواهر الإعلامية، تسعى النظرية النقدية إلى تغييرها، من خلال كشف المصالح الخفية التي توجه الخطاب الإعلامي وتحليل كيفية تعزيز الإعلام للهيمنة الثقافية.

4. أهداف النظرية النقدية في الإعلام:

وفقاً لهوركايمر، تهدف النظرية النقدية إلى:

1. كشف المصالح الاجتماعية الكامنة وراء الخطاب الإعلامي، عبر تحليل كيفية تشكيل المحتوى الإعلامي للخدمة القوية المسيطرة.

2. الوعي بتاريخية النظرية الإعلامية، إذ لا تدعي النظرية النقدية الحياد، بل تسعى إلى نقد الإعلام من منظور مصلحة الأغلبية الاجتماعية.

3. مواجهة الأشكال الزائفة للعقلانية الإعلامية، والتي تُستخدم لتبرير الواقع القائم بدلاً من تغييره.

5. انعكاسات النظرية النقدية على الاتجاهات البحثية في الإعلام

أ. دراسة الإعلام كأداة إيديولوجية:

تركز البحوث النقدية على تحليل كيفية توظيف الإعلام في تشكيل الرأي العام، من خلال دراسة المحتوى الإعلامي كأداة لنشر الأيديولوجيا السائدة¹.

ب. نقد الملكية الإعلامية وهيمنة رأس المال:

تبحث الاتجاهات النقدية في تأثير الاحتكارات الإعلامية على حرية التعبير وتعددية الأصوات في الفضاء العام.

ج. تحليل تأثير الإعلام على الوعي الجمعي:

تسعى الدراسات النقدية إلى فهم كيف يُسهم الإعلام في خلق وعي زائف يُقَيِّم الجماهير في حالة من الرضا عن الأوضاع القائمة.

¹ إيدروج، لخضر. "المحتوى والثقافة الجماهيرية وسياق النظرية الإعلامية الإسلامية: قراءة سوسيولوجية لأيديولوجية الإعلام." المجلة الجزائرية للدراسات الإسلامية 2، عدد 2 (28 ديسمبر 2024): 40-63.

تُقدّم النظرية النقدية رؤية تحليلية للإعلام باعتباره أداة للهيمنة الثقافية، وتنتقد التنظيم المؤسسي للإعلام، ودوره في تشكيل الوعي الجمعي. وعلى عكس النظريات الإعلامية التقليدية، لا تهدف النظرية النقدية إلى تفسير الواقع فقط، بل تسعى إلى تغييره من خلال كشف العلاقات الخفية بين الإعلام والسلطة.

03_ المتغيرات الإعلامية في بناء الاتجاه البحثي في علوم الإعلام والاتصال (Media variables in building the research trend in Media and Communication Sciences)

يُعَدّ البحث في علوم الإعلام والاتصال مجالاً متطوراً يتأثر بعدد من المتغيرات الإعلامية التي تحدد مساراته واتجاهاته. وتلعب هذه المتغيرات دوراً حيوياً في تصميم الدراسات وصياغة الفرضيات، كما تؤثر في اختيار المناهج البحثية المناسبة. ومن أبرز هذه المتغيرات:

1. الوسيلة الإعلامية وتأثيرها على البحث العلمي

مع التطور التكنولوجي، تعددت الوسائل الإعلامية من الصحف والإذاعة إلى التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي، ما أدى إلى تنوع طرق دراسة تأثير الإعلام على الجمهور. ويؤثر نوع الوسيلة على طبيعة المحتوى وسرعة انتشاره ومدى وصوله إلى الفئات المستهدفة، مما يجعل الباحثين يدرسون خصائص كل وسيلة إعلامية وتأثيرها المختلف. كما أن انتشار الإعلام الرقمي خلق تحديات جديدة تتطلب أساليب بحثية متطورة لدراسة مدى تأثيره وتفاعله مع الجمهور.¹

2. الرسالة الإعلامية وتحليل محتواها

تمثل الرسالة الإعلامية جوهر العملية الاتصالية، ويشمل تحليلها دراسة المضمون، اللغة، الأساليب السردية، والتأطير الإعلامي. وتؤثر كيفية بناء الرسالة وصياغتها على تفسير الجمهور لها، مما يجعل البحث في هذا المجال ضرورياً لفهم آليات التأثير الإعلامي. كما أن التحولات في أساليب السرد والتأطير تؤدي إلى تغيير أنماط التلقي لدى الجماهير، ما يدفع الباحثين إلى تطوير مناهج تحليلية جديدة تأخذ في الاعتبار هذه العوامل.

3. المصدر الإعلامي والمصدقية

تؤثر هوية المصدر الإعلامي وموثوقيته في مدى تقبل الجمهور للرسالة الإعلامية. ويُعَدّ تحليل التحيزات الإعلامية ودراسة دور المصادر الرسمية وغير الرسمية في تشكيل الخطاب الإعلامي من الموضوعات البحثية المهمة في

¹ المشهَداني، سعد سلمان. "أنواع المتغيرات البحثية في البحوث الإعلامية." في منهجية البحث الإعلامي، ص 161-164 (almerja.com).

مجال الإعلام والاتصال .

كما تؤدي وسائل الإعلام الرقمية إلى بروز إشكاليات جديدة متعلقة بالمصادقية، نظراً لانتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، مما يستوجب تطوير نماذج بحثية متخصصة لدراسة تأثير المصدر الإعلامي على الجمهور¹ .

4. التعرض الإعلامي وسلوك الجمهور

يُعدّ التعرض الإعلامي متغيراً رئيسياً في دراسة تأثير الإعلام على تشكيل الاتجاهات والآراء العامة. ويشمل هذا المتغير تحليل كمية ونوعية التعرض الإعلامي، حيث يختلف تأثير الإعلام بين المتعرضين المتكررين والمتابعين العرضيين. كما تلعب انتقائية الجمهور دوراً مهماً في تحديد طبيعة التأثير، خاصة مع ظهور الإعلام التفاعلي الذي يمنح الأفراد حرية أكبر في اختيار المحتوى الذي يستهلكونه. وبالتالي، أصبح من الضروري تطوير مناهج بحثية تأخذ في الاعتبار العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر في أنماط التعرض الإعلامي.

تساهم هذه المتغيرات الإعلامية في توجيه الاتجاهات البحثية في علوم الإعلام والاتصال، حيث توفر إطاراً لفهم طبيعة تأثير الإعلام على الأفراد والمجتمعات. ويظل تطور الوسائل الإعلامية، وتحولات الرسائل الإعلامية، وتغير سلوكيات الجمهور، والتحديات المرتبطة بالمصادقية، عوامل حاسمة في تحديد مسارات البحث العلمي في هذا المجال. ومن هنا، فإن تطوير مناهج بحثية تواكب هذه المتغيرات يُعدّ ضرورة لفهم أعمق لتأثير الإعلام في العصر الرقمي.

خلاصة:

سعت هذه الدراسة إلى الإلمام بما هو نظري حول الاتجاهات البحثية في علوم الاعلام والاتصال سواء من ناحية الادوات البحثية او النظرية والمتشكله في فك الابهام حول المفاهيم و المصطلحات الموجوده في الدراسه او من ناحية ابراز الجوانب المخفيه لهذا الموضوع.

¹مصطفى، معتصم بابكر. "بحوث الاتصال في العالم العربي وفعاليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية." مجلة لباب، العدد 15، 2022 .
(lubab.aljazeera.net)

الفصل الثاني

الإجراءات المنهجية

تمهيد:

يتكون هذا الفصل من مبحثين. في المبحث الأول، تناولنا منهج وأدوات الدراسة المستخدمة، والتي تمثلت في الملاحظة، والاستبيان، وتحليل المحتوى. أما في المبحث الثاني، فقد قمنا بتحليل وتفسير ومناقشة النتائج في ضوء التساؤلات المطروحة، بالإضافة إلى الدراسات السابقة. وقد تم معالجة البيانات المستخرجة من الاستبيان باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

المبحث الاول: منهج وادوات الدراسة

المطلب 01: نوع ومنهج الدراسة

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

• نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن "الدراسات الوصفية" التي تهدف إلى تقديم صورة شاملة للاتجاهات البحثية السائدة في مذكرات الماجستير بجامعة الوادي. ومن خلال القراءة السطحية لهذه المذكرات، تسعى الدراسة إلى استنتاج أنماط البحث الأكاديمي الأكثر انتشاراً بين الطلبة ومدى ارتباطها بالمنهج البحثية الحديثة

• المنهج المستخدم:

- المنهج الوصفي:

يُعد المنهج الوصفي أحد أكثر المناهج العلمية استخداماً في الدراسات الاجتماعية والإنسانية، حيث يعتمد على "وصف الظواهر المدروسة بشكل منهجي"، دون التدخل في مسارها الطبيعي. حيث ان المنهج الوصفي طريقة علمية، منظمة لوصف الظاهرة عن طريق جمع وتصنيف المعلومات وترتيب وعرض وتحليل وتفسير وتعليل وتركيب المعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية الوصول الى نتائج علمية بهدف الكشف عن الخلل واصلاحه.¹

في هذه الدراسة، سيتم وصف الاتجاهات البحثية السائدة في مذكرات الماجستير بناءً على مجموعة من المؤشرات البحثية الرئيسية منها، مثل نوع المواضيع المختارة، المناهج المستخدمة، وأدوات البحث المعتمدة، حيث قمنا في دراستنا للاتجاهات البحثية بقسم الاعلام والاتصال بجمع وتصنيف البيانات والمعلومات النظرية والتي دعمناها بالنتائج المتحصل عليها من عملية الجرد لمذكرات الماجستير واسقاطها على البيانات الاحصائية المتحصل عليها للوصول الى نتائج الدراسة .

¹ بلخير سديد، منهجية البحث العلمي واصالته عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص122

- مبررات اختيار المنهج:

- المنهج الوصفي: يسمح بفهم الاتجاهات البحثية من خلال وصف مضمون المذكرات الأكاديمية.
- يسمح بفهم العلاقات الواقعة بين العناصر المختلفة ذات التأثير في الاتجاهات البحثية مثل المناهج المستخدمة, وأدوات جمع البيانات.
- يساهم في كشف الجوانب الهشة نسبيا و الغنية في البحوث الخاصة بقسم الإعلام والاتصال.

-المطلب 02:ادوات الدراسة

- الاستبيان:

تعد استمارة الاستبيان اداة فعالة لجمع المعلومات,البيانات,والحقائق المتعلقة بظروف محددة,يتم تقديمها في مجموعة من الاسئلة الموجهة لمجموعة من الاشخاص للاجابة عليها,والذين يكونون ذوي صلة بموضوع الاستبيان.¹ تم توظيف هذه الاداة في موضوع بحثنا عن طريق تصميم استبيان موجه لأساتذة قسم الإعلام والاتصال، لجمع البيانات الميدانية لكثرة خصائصها وتسهيلها لعملية جمع المعلومات بسرعة واقل جهد، فتمثلت في استمارة مطبوعة محتوية لمجموعة من الاسئلة الموجهة لمجتمع بحثنا حول موضوع دراستنا، حيث احتوت الاستمارة على "05"محاور المحور الاول : متعلق بالبيانات العامه 3 اسئلة خاصه بالمبحوث، الجنس، المستوى الاكاديمي والتخصص الدقيق في علوم الاعلام والاتصال

__المحور الثاني: بعنوان الاتجاهات البحثية على المستوى المنهجي البحثي وتقنيته يحتوي على 4 اسئلة من 4 الى 7
__المحور الثالث : متعلق بالاتجاهات البحثية على المستوى عناصر العملية الاتصالية وفيه 3 اسئلة من 8 الى 10
__المحور الرابع : الاتجاهات البحثية على المستوى الموضوعات وفيه 5اسئلة من 11 الى 14
__المحور الخامس متعلق بمستقبل الابحاث العلمية في قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الشهيد حمه الاخضر بالوادي وفيه اربعة اسئلة ثلاثة اسئلة مفتوحة وسؤال مغلق الجدول رقم 15

المطلب 03:مجتمع الدراسة وعينته

- مجتمع البحث كعينة كلية للدراسة:

- المسح الشامل (Census) هو طريقة لجمع البيانات من جميع أفراد أو العناصر في مجتمع معين. يُستخدم هذا الأسلوب لضمان دقة عالية في جمع البيانات وتقديم صورة شاملة للمجتمع المدروس.
- وقد استخدمنا في دراستنا المسح الشامل لكل لاساتذة المتوجدون في قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة

¹دوقان، عبيدات وآخرون: البحث العلمي، مفهومه، ادواته، اساليبه، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2020، ص105

الوادي

- مبررات اختيار العينة على أساس المجتمع ككل:

- "حجم مجتمع البحث صغير ومحدد" مما يتيح إمكانية دراسة جميع أفرادها دون الحاجة لأخذ عينة جزئية قد لا تعكس بدقة جميع الاتجاهات البحثية.

- "الأساتذة المشرفون على المذكرات هم المصدر الأكثر معرفة بالاتجاهات البحثية" السائدة، حيث يعتمد الطلبة بشكل كبير على توجيهاتهم في اختيار المواضيع والمناهج البحثية.

- "ضمان شمولية ودقة النتائج"، إذ يسمح تحليل جميع أفراد المجتمع بالحصول على صورة متكاملة حول البحث الأكاديمي في القسم، دون الحاجة إلى استخدام تقنيات إحصائية لتعميم النتائج كما هو الحال عند التعامل مع عينات جزئية

- طريقة جمع البيانات من العينة:

- تم جمع البيانات من خلال "استبيانات موجهة لجميع أساتذة القسم" تتناول آرائهم حول المواضيع البحثية الشائعة، المناهج المستخدمة، الأدوات البحثية المفضلة، والتحديات التي تواجه البحث الأكاديمي في القسم.

الفصل الثالث: عرض ومناقشة النتائج

المبحث الأول: إجراءات الصدق والثبات

المطلب الأول: إجراءات التحقق من صدق وثبات ادوات الدراسة

• حدود الدراسة:

الإطار المكاني: تتمثل حدود الدراسة المكانية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، وبالتحديد قسم الإعلام والاتصال، وهو المجال الجغرافي الذي قمنا فيه بتطبيق الدراسة الميدانية.

□ **الإطار الزمني:** يُشير الإطار الزمني إلى الفترة التي استغرقتها في إنجاز هذه الدراسة.

فقد تم الشروع في العمل خلال الموسم الجامعي 2025/2024، مباشرة بعد اختيار عنوان المذكرة، والمتمثل في: "اتجاهات البحث في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي".

انطلقنا في البداية بجمع المواد العلمية النظرية المتعلقة بموضوعنا، ثم قمنا بجدد وتحليل مذكرات الماستر الخاصة بقسم الإعلام والاتصال، خلال شهري جانفي وفيفري 2025، ما أسفر عن جمع كمية معتبرة من المصادر والمراجع والمعلومات الخاصة بالدراسة.

كمرحلة ثانية، بدأنا بالجانب التطبيقي، حيث تم تصميم استمارة الاستبيان، وعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكّمين، وبعد تلقي التعقيبات والملاحظات، قمنا بإعادة تنسيق الاستبيان بما يتوافق مع هذه التوصيات. ثم تم توزيع الاستبيان على أفراد العينة المختارة في شهر ماي 2025، تلتها المرحلة الأخيرة، والتي تمثلت في تفرغ الاستبيانات، وتحليلها، وتفسير نتائجها، وصولاً إلى النتائج النهائية للدراسة.

1_1_ عرض وتحليل النتائج

لغرض وضع دراستنا قيد البحث ميدانيا استخدمنا أداة استمارة الإستبيان التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة للوصول لمجموع البيانات (اجابات المبحوثين) التي ادخلناها في البرنامج الإحصائي spss بغية الحصول على معلومات رقمية قابلة للتفسير والتحليل للاستخلاص النتائج المرجوة.

وقبل تطبيقنا لاستمارة الاستبيان قمنا بقياس مدى مصداقيتها وثباتها من خلال تحكيمها من طرف اساتذة مختصين في الإعلام والاتصال وهم ثلاث محكمين وهم كالتالي:

قيطة فاطمة الزهراء "1" _ هابة طارق "2", بن بوزيان عبد الرحيم "3" ثم قمنا بحساب معامل ثبات الاستبيان (ألفا كرونباخ).

حساب معامل الثبات:

_ الطريقة الاولى (يدويا):

تم حساب معامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ، وهي طريقة لقياس الثبات الداخلي للاستبيان. قمنا بالعملية وفق الخطوات التالية:

1. حساب التباين لكل سؤال في الاستبيان.
 2. حساب التباين الكلي لمجموع الإجابات لكل مبحوث (عينة)
 3. استخدام الصيغة التالية لحساب ألفا كرونباخ:
- $$\alpha = (K / (K - 1)) * (1 - \sum \sigma_i^2 / \sigma^2)$$

في هذه المعادلة:

α = معامل كرونباخ ألفا

K = عدد البنود أو الأسئلة في الأداة

σ_i^2 = التباين لكل بند أو سؤال

σ^2 = التباين الكلي للأداة

.. الطريقة الثانية:

عن طريق برنامج الاحصائيات Spss

الجدول التالي عبارة عن بيانات الاستبيان مدرجة بصفة منسقة اوليا تم حسابها لاحقا.

Q17	Q18	Q19	مجموع عدد اجابات المبحوثين
-----	-----	-----	-------------------------------

الأسئلة العينة	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16
1	5	1	1	1	1	6	2	3	5	2	2	1	1	1	2	1
2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	2
3	1	1	1	7	3	2	2	3	1	1	2	2	3	3	2	3
4	1	2	2	1	3	8	2	2	2	1	1	4	4	3	1	4
5	5	3	1	4	1	2	1	3	4	2	3	4	3	4	3	4
مجموع عدد درجات الاسئلة	14	8	6	14	9	20	8	13	13	7	11	14	14	13	14	15
متوسط درجات الاسئلة	2.8	1.6	1.2	2.8	1.8	4	1.6	2.6	2.6	1.4	2.2	2.8	2.8	2.6	2.8	3

40	2	1	3
34	2	1	3
43	1	1	2
52	2	2	4

52	1	1	3
222	8	6	14
44.4	3	1.2	1.6

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على نتائج الاستبيان

الجدول 01 : يوضح قيمة معامل الثبات ألفا كرونوباخ

البيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونوباخ
معامل ثبات لجميع فقرات الاستبيان	17	0.656

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29.

يتبين من الجدول رقم 01 الخاص بمعاملات الثبات للاستبيان المستخدم في هذه الدراسة يقدر بـ (0.646) بعد الاعتماد على معامل ألفا كرونوباخ وهذا يعني أن المقياس يتمتع بدرجة جيدة من الثبات، فهذا المعامل مقبول بالقدر الذي يسمح لنا بقبولها واعتبار الاستبيان ثابت.

المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

المطلب الاول: عرض نتائج الدراسة

1_ الإجراءات الإحصائية للدراسة: Statistical procedures for the study

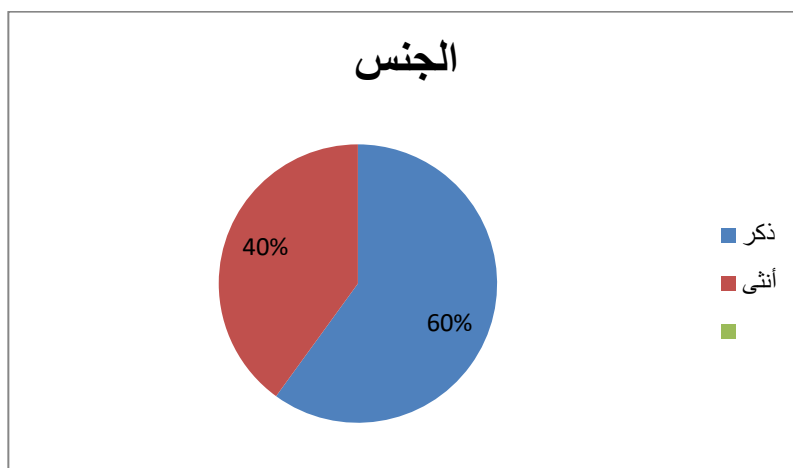
أ_ عرض وتحليل نتائج محور المعلومات الشخصية

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	18	60

40	12	أنثى
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

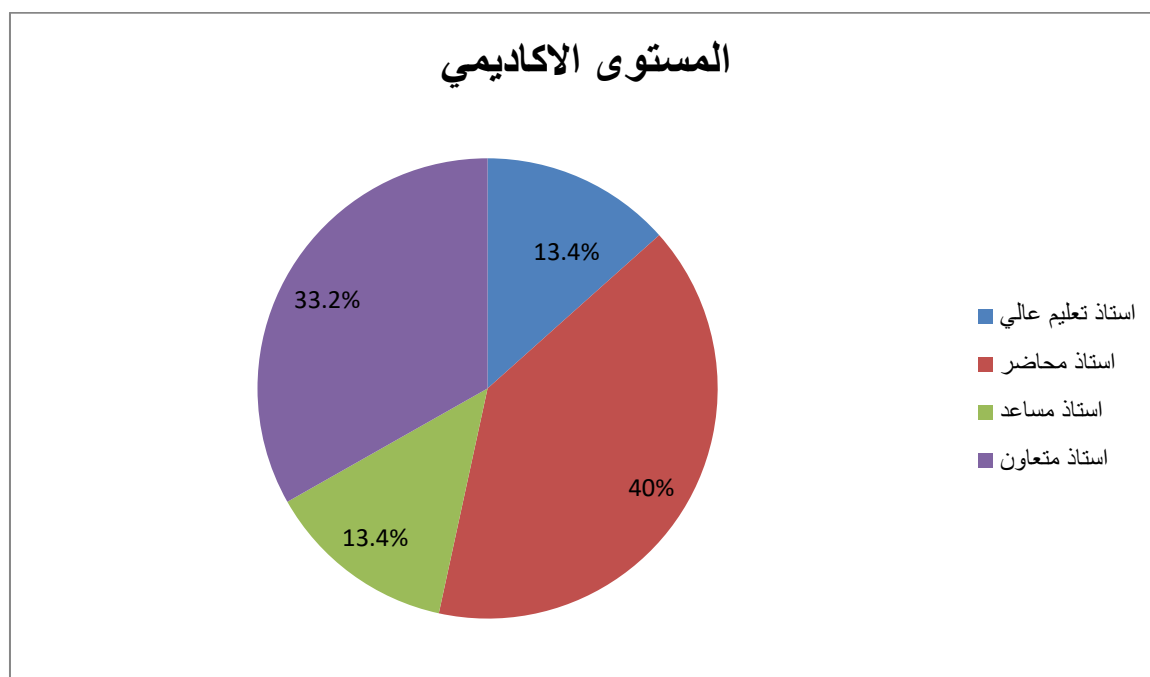


يتضح من خلال الجدول رقم 2 والتمثيل البياني المرفق ان توزيع افراد العينة من ذكور واناث حيث بلغت نسبه الذكور 60% اما الاناث فقد بلغت 40% وقد يرجع هذا الاختلاف على ان الذكور اكثر في من الاناث في قسم الاعلام بجامعة الوادي.

الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الأكاديمي

المتغير	التكرار	النسبة %
أستاذ تعليم عالي	04	13.4
أستاذ محاضر	12	40
أستاذ مساعد	04	13,4
استاذ متعاون	10	33.2
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



من خلال الجدول رقم (3) والتمثيل البياني المرفق، نلاحظ أن توزيع أفراد الهيئة الأكاديمية يختلف بشكل واضح حسب المستوى الأكاديمي. حيث تُظهر المعطيات أن فئة الأساتذة المحاضرين تمثل النسبة الأكبر ضمن الهيئة بنسبة 40%، أي ما يعادل 12 أستاذًا، وهو ما يدل على أن هذه الفئة تُعد الركيزة الأساسية في العملية التعليمية داخل المؤسسة. تليها فئة الأساتذة المساعدين بنسبة 13.4%، ما يعكس وجود عدد معتبر من ذوي الخبرة المتوسطة، مما يساهم في تدعيم جودة التعليم الجامعي. في المقابل، تسجل فئة أساتذة التعليم العالي نسبة قليلة لا تتجاوز 13.4%، أي 4 أساتذة فقط، وهو ما قد يُشكل عائقًا أمام التأطير الجيد خاصة في برامج الدراسات العليا التي تتطلب إشرافًا من ذوي الرتب العليا. كما نجد أن فئة الأساتذة المتعاونين تمثل نسبة 13.4% كذلك، أي 4 أساتذة، وهي نسبة ضئيلة لتغطية بعض التخصصات أو الساعات الإضافية، و غير كافية في حال وجود توسع في عدد الطلبة أو المواد.

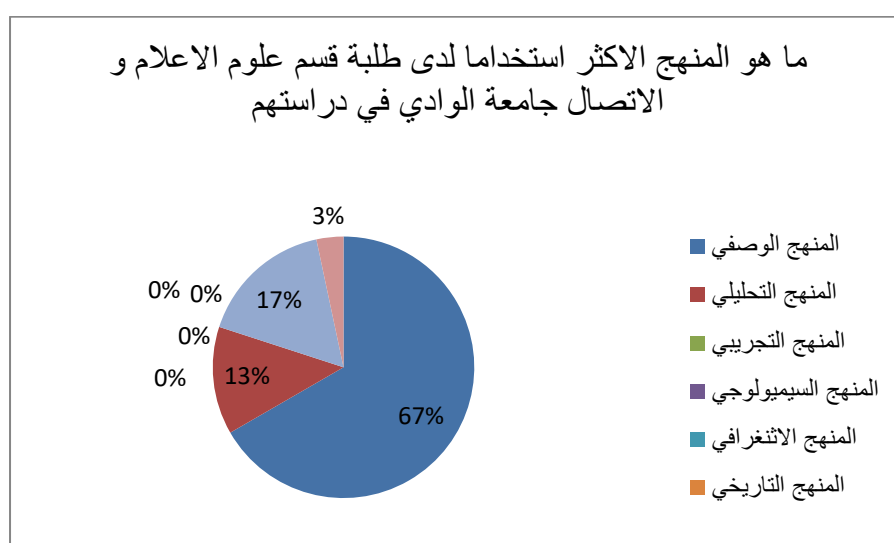
ب_ عرض وتحليل نتائج المحور الثاني: الاتجاهات البحثية على مستوى المنهج البحثي والتقنيات

الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الثالثة

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ما هو المنهج الأكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي في دراستهم	المنهج الوصفي	20	66
	المنهج التحليلي	4	13
	المنهج التجريبي	0	0

0	0	المنهج السيميولوجي	
0	0	المنهج الاثنوگرافي	
0	0	المنهج التاريخي	
17	5	المنهج دراسة الحالة	
3	1	أخرى	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29 .



يتضح من خلال الجدول رقم (4) والتمثيل البياني أن المنهج الوصفي يُعد الأكثر استخداماً من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، حيث صرّح 66% من أفراد العينة (أي 20 من أصل 30) بأنهم يعتمدون عليه في دراستهم. ويعزى هذا التوجه إلى طبيعة البحوث الإعلامية التي غالباً ما تهدف إلى وصف الظواهر وتحليلها كما هي، دون التطرق إلى التجريب أو التغيير، مثل وصف التغطية الإخبارية أو دراسة الجمهور، وهذا ما أكدته دراسة "حسين تومي" حيث اتخذ كذلك فيها المنهج الوصفي أكبر نسبة بين المناهج الأكثر استخداماً لدى الطلبة بـ 33,33%¹، وكذا تم تأكيد هذا بالنتائج التي توصلت لها دراسة "سهم بوزيدي" حيث إن غالبية البحوث تركز على المنهج الوصفي بنسبة 78,5%².

¹ الدكتور حسين تومي بعنوان "الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف انجازها"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مجلة المعيار، مجلد 23، عدد 47، 15_06_2019، ص 319

² سهم بوزيدي، الاتجاهات البحثية لعلوم الاعلام الجديد في الجزائر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، ص 307

في المرتبة الثانية، نجد أن منهج دراسة الحالة استخدم من قبل 5 طلاب بنسبة 17%، وهو ما يدل على وجود وعي لدى بعض الطلبة بأهمية دراسة ظاهرة معينة بشكل معمق، خاصة في الأبحاث التطبيقية التي تتطلب تركيزاً على حالة إعلامية محددة (كقناة، حملة إعلامية، أو مؤسسة تواصلية).

أما المنهج التحليلي فقد ورد استخدامه لدى 4 طلبة فقط بنسبة 13%، مما يشير إلى قلة الاعتماد على هذا المنهج، رغم أهميته في تحليل المحتوى والخطاب الإعلامي من منظور نقدي أعمق.

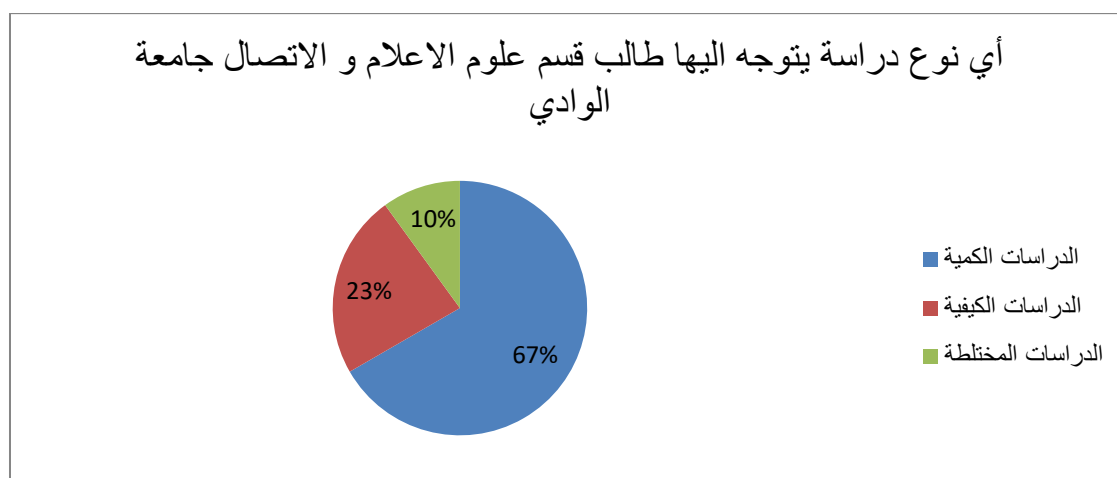
من جهة أخرى، يلاحظ غياب تام لاستخدام مناهج مهمة مثل المنهج التجريبي، المنهج السيميولوجي، المنهج الأنثروبولوجي، والمنهج التاريخي، ما يدل على قصور في التنوع المنهجي، وربما يرجع ذلك إلى قصور نسبي في التكوين المنهجي أو عدم تمكين الطلبة من المهارات اللازمة لاستخدام هذه المناهج الأكثر تعقيداً.

كما لوحظ وجود إجابة واحدة فقط ضمن فئة "أخرى" بنسبة 3%، دون تحديد نوع المنهج، وهو ما قد يعكس عدم وضوح في التصنيف أو تردداً في اختيار المنهج المناسب.

الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الرابعة

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
أي نوع دراسة يتوجه اليها طالب قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي	الدراسات الكمية	20	67
	الدراسات الكيفية	7	24
	الدراسات المختلطة	3	10
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS



من خلال الجدول رقم "5" والتمثيل البياني نلاحظ ان اغلبية المبحوثين اختاروا الدراسات الكمية كنوع

دراسة يتوجه اليها الطلبة بنسبة 67% قابلتها البحوث الكيفية بنسبة 24% التي تعتبر مرتفعة نسبيا على عكس الدراسات المختلطة والتي اخذت بنسبة 10% وهذا ما يفسر ان اغلبية الطلبة لديهم ميل واضح نحو الدراسات الكمية ما يبرز تفضيلهم للادوات الاحصائية واعتمادهم على التحليل الاحصائي والبياني اكثر منه التفسير النوعي، وهذا ما اكدته كل من الدراسات الثلاث حيث ان دراسة "حسن تومي" اكدت ذلك وكذا دراسة "سهام بوزيدي" حيث توصلت الى ان هناك عزوف للباحثين عن البحوث الكيفية والنقدية في ظل التركيز على البحوث الكمية،¹ و الامر منطبق كذلك في دراسة م "محمد شتاه" حيث ان نسبة توظيف المناهج الكيفة مقارنة بالكمية لا تتجاوز 43,62%²

الجدول رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الخامسة

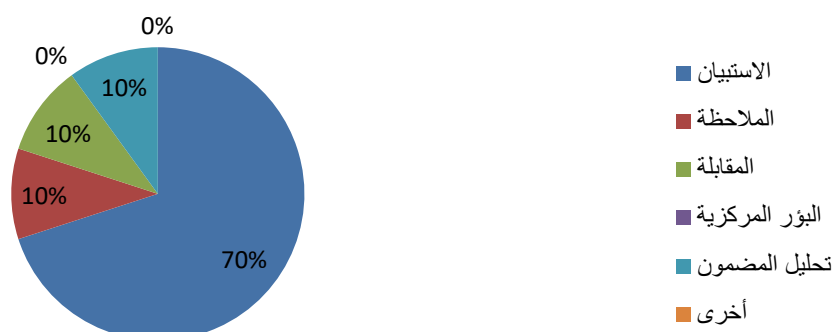
العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ما هي اكثر الادوات استعمال لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعي الشهيد حمة لخضر الوادي	الاستبيان	21	70
	الملاحظة	3	10
	المقابلة	3	10
	البؤر المركزية	0	0
	تحليل المضمون	3	10
	أخرى	0	0
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

¹ سهام بوزيدي، الاجاهات البحثية لعلوم الاعلام الجديد في الجزائر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، ص308

² محمد شتاه، محمد نور العدوان، اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة العين، ابو ظبي، الإمارات، 5 مارس 2022، ص57

ما هي أكثر الأدوات استعمال لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال
جامعى الشهيد حمة لخضر الوادي



من خلال الجدول رقم "6" والتمثيل البياني نلاحظ ان اغلبية المبحوثين توجهوا نحو الاستبيان كأكثر أداة استخداما لدى الطلبة بنسبة 70% قابلتها نسبة 10% للملاحظة والمقابلة وتحليل مضمون على التوالي تليها نسبة 0% لكل من البؤرة المركزية وأدوات أخرى هذا ما يبرز ان الاستبيان أكثر أداة استخداما من طرف الطلبة وهذا ما يبرز الاعتماد الكبير على الدراسات الكمية بشكل مباشر، مما وجدناه كذلك في دراسة "سهم بوزيدي" ان التركيز جله منصب على الاداة البحثية الاستبيان، وما أكدته كذلك دراسة "حسين تومي" حيث اخذ الاستبيان نسبة 40,9%¹ في المرتبة الاولى، وينطبق الامر كذلك على دراسة "محمد شتات" لاداة الاستبيان بنسبة 43,62%².

الجدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب العبارة السادسة

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ما العينة الأكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الشهيد حمة لخضر	العينة العشوائية البسيطة	11	36
	العينة العنقودية	0	0
	العينة الطبقية	0	0
	العينة المنتظمة	0	0

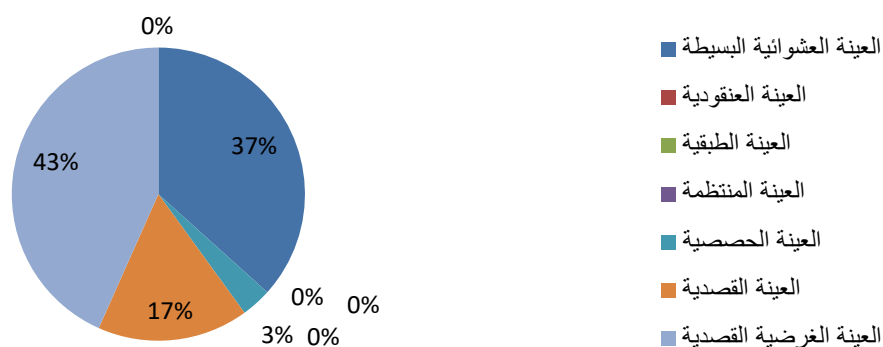
¹ الدكتور حسين تومي بعنوان "الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف انجازها"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مجلة المعيار، مجلد 23، عدد 47، 15_06_2019، ص 320

² محمد شتات، محمد نور العدوان، اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية المتخصصة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة العين، ابو ظبي، الإمارات، 5 مارس 2022، ص 64

4	1	العينة الحصصية	
17	5	العينة القصدية	
43	13	العينة الغرضية القصدية	
0	0	عينة كرة الثلج	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

ما العينة الأكثر استخداماً لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الشهيد حمه لخضر



من خلال الجدول رقم "7" والتمثيل البياني نلاحظ ان اغلبية المبحوثين اختاروا العينة الغرضية القصدية كأكثر عينة استخداماً بنسبة 43% قابلتها نسبة 36% للعينة العشوائية البسيطة تلاها العينة القصدية بنسبة 17% بينما باقي العينات اتخذت قيمة صفرية نفس هذا بان اختيار الطلبة للعينة موجه حسب الغرض الكامن من البحث.

جـ عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: الإتجاهات لبحثية على مستوى عناصر العملية الإتصالية

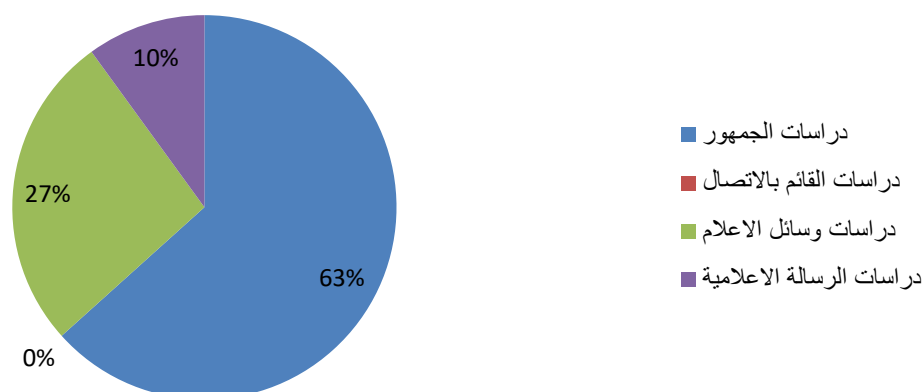
الجدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب العبارة السابعة

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ما هو أكثر عنصر من عناصر العملية الاتصالية التي يتم دراستها	دراسات الجمهور	19	63
	دراسات القوائم بالاتصال	0	0
	دراسات وسائل الاعلام	8	27

10	3	دراسات الرسالة الاعلامية	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss

ما هو اكثر عنصر من عناصر العملية الاتصالية التي يتم دراستها



من خلال الجدول رقم "8" والتمثيل البياني لاحظنا ان اغلبية المبحوثين اتفقوا على ان دراسات الجمهور هي اكثر عنصر يتم دراسته بنسبة 63% لدى الطلبة وهذا عكس ما توصل اليه دراسة "سهم بوزيدي" والتي توصلت الى ان دراسات الجمهور ثاني اكثر عنصر من عناصر العملية الاتصالية بنسبة 19,23¹ % قابلتها نسبة 27% لدراسات وسائل الاعلام تلتها دراسات الرسالة الاعلامية بنسبة 10% ثم دراسات القائم بالاتصال بنسبة صفرية هذا ما يفسر ان تركيز الطلبة الاكبر على دراسات الجمهور دليل على اهتمامهم بتأثير الرسالة الاعلامية على الجمهور او المتلقي مع اهمال واضح للقائم بالاتصال (المرسل) هذا ما اكده كذلك دراسة "سهم بوزيدي" علان هناك شح في اقبال الباحثين على دراسات القائم بالاتصال²

الجدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الثامنة

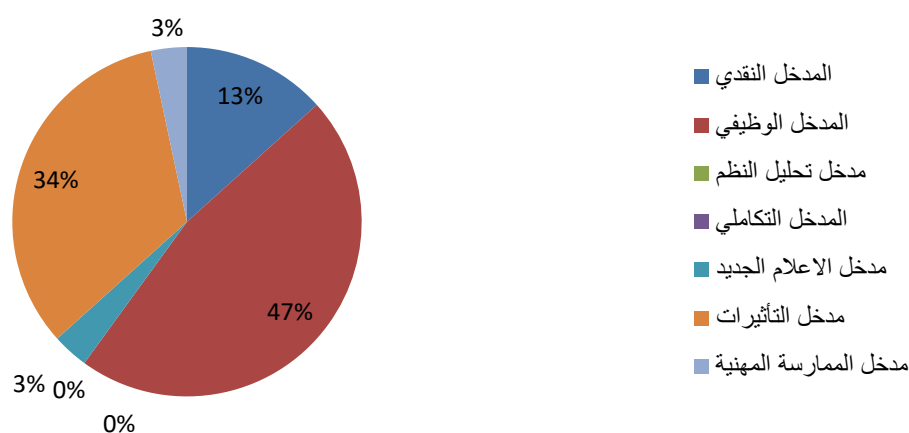
¹ سهم بوزيدي، الاجاهات البحثية لعلوم الاعلام الجديد في الجزائر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، ص 67

² سهم بوزيدي، الاجاهات البحثية لعلوم الاعلام الجديد في الجزائر، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، ص 306

النسبة	التكرار	الاجابة	العبارة
13	4	المدخل النقدي	ما هي النظريات الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة شهيد حمة لخضر الوادي
47	14	المدخل الوظيفي	
0	0	مدخل تحليل النظم	
0	0	المدخل التكاملي	
3	1	مدخل الاعلام الجديد	
34	10	مدخل التأثيرات	
3	1	مدخل الممارسة المهنية	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

ما هي النظريات الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة شهيد حمة لخضر

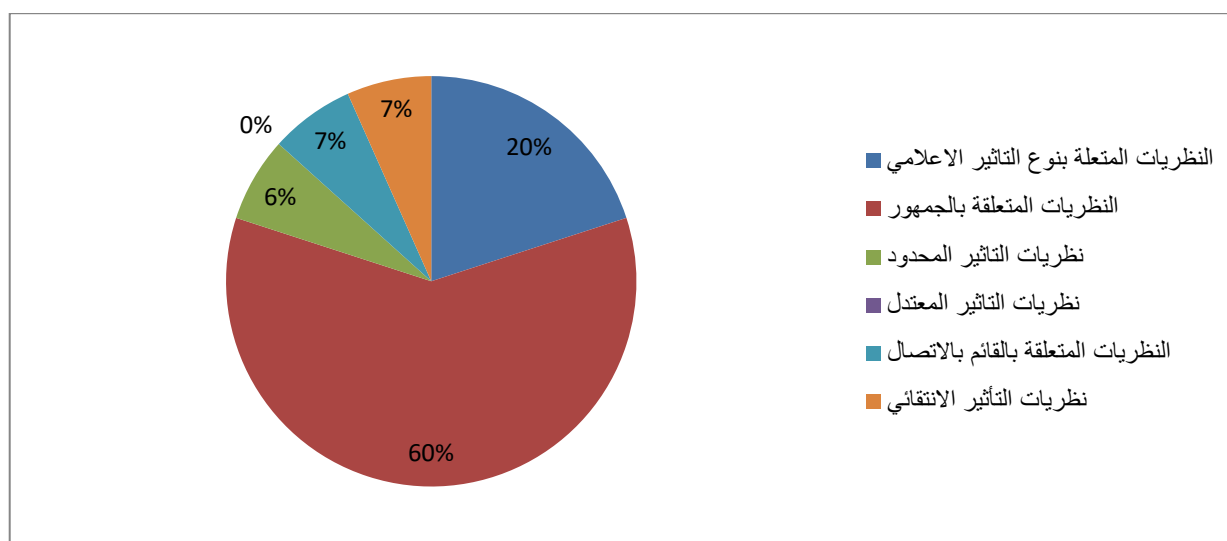


من خلال الجدول رقم "9" والتمثيل البياني نلاحظ ان المدخل الوظيفي اخذ اكبر نسبة والتي هي 47% مقابل نسبة 34% لمدخل التأثيرات تليها نسبة 3% لكل من مدخل الممارسة المهنية والاعلام الجديد بينما كانت النسبة صفيرية لكل من مدخل تكاملي وتحليل النظم 0% اي ان تركيز الطلبة منصب على دور وسائل الاعلام والتأثيرات الناتجة عن وسائل الاعلام على الفرد والمجتمع.

الجدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب العبارة التاسعة

النسبة	التكرار	الاجابة	العبارة
21	6	النظريات المتعلقة بنوع التأثير الاعلامي	ما هي النظريات الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة شهيد حمة لخضر الوادي
61	18	النظريات المتعلقة بالجمهور	
6	2	نظريات التأثير المحدود	
0	0	نظريات التأثير المعتدل	
6	2	النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال	
6	2	نظريات التأثير الانتقائي	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



من خلال الجدول رقم "10" والتمثيل البياني نلاحظ ان اكبر نسبة للنظريات المتعلقة بالجمهور 61% تقابلها نسبة 21% للنظريات المتعلقة بنوع التأثير الاعلامي تليها كل من نظريات التأثير المحدود والمتعلقه بالقائم بالاتصال والتاثير الانتقائي نسبة 6% بين انعدمت نسبة استخدام نظريات التأثير المعتدل ومنه نفسر ان تركيز الطلبة على نظريه التأثير المباشر يعكس قصورا في فهم اهمية ادوار جمهور والقائم بالاتصال مما يبرز الحاجة لتوسيع الاطر النظرية في دراسه الاعلام.

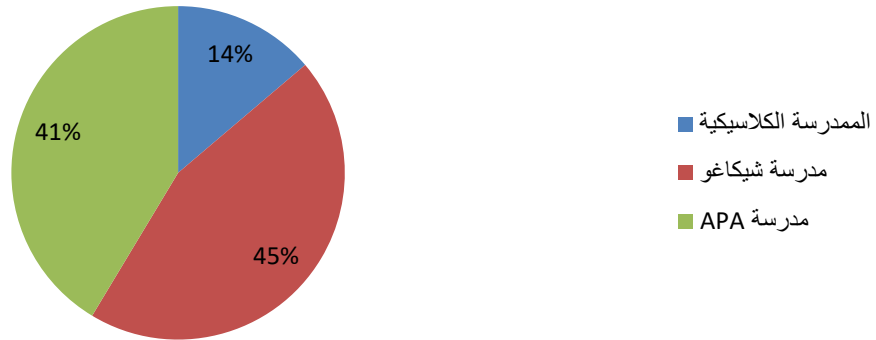
هـ_المحور الرابع:الإتجاهات البحثية على مستوى الموضوعات

الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب العبارة العاشرة

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ماهي المدارس التي يستخدمها طلبة قسم الاعلام والاتصال في دراساتهم	المدرسة الكلاسيكية	4	13
	مدرسة شيكاغو	13	45
	مدرسة APA	12	41
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

ماهي المدارس التي يستخدمها طلبة قسم الاعلام والاتصال في دراساتهم



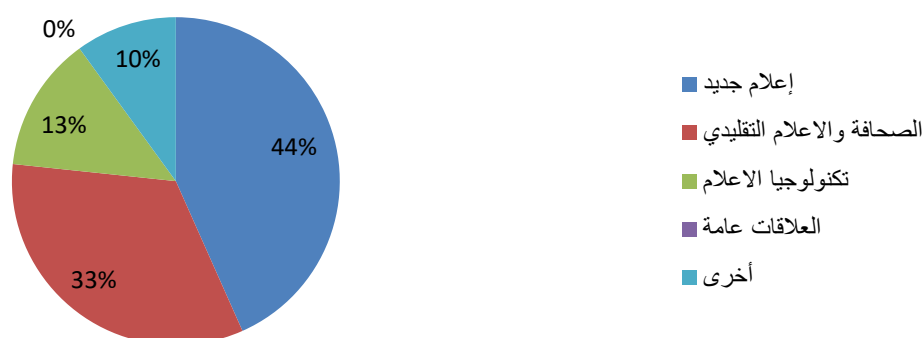
من خلال جدول رقم 11 و التمثيل البياني احتلت مدرسة شيكاغو راس القائمة كأكثر مدرسة استخداما بنسبة 45% يقابلها نسبة 41% لمدرسة apa وفي الاخير المدرسة الكلاسيكية بنسبة 13% نفس هذا لان الطلب لديهم انفتاح فكري واستيعاب المقاربات النقدية والحديثة في فهم الاعلام.

الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الحادية عشر

النسبة	التكرار	الاجابة	العبارة
43	13	إعلام جديد	ما هي المجالات البحثية التي اشرفت عليها او طرحتها في البحوث السابقة او الحالية
34	10	الصحافة والاعلام التقليدي	
13	4	تكنولوجيا الاعلام	
	0	العلاقات عامة	
10	3	أخرى	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

ما هي المجالات البحثية التي اشرفت عليها او طرحتها في البحوث السابقة او الحالية



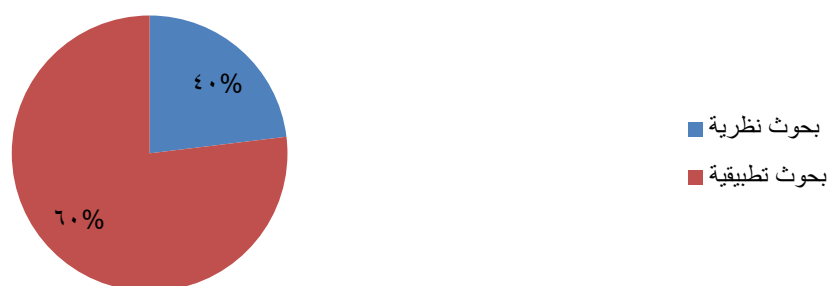
من الجدول رقم 12 والتمثيل البياني نلاحظ ان النسبة الاكبر للاعلام الجديد 43% تقابلها نسبة 34% للصحافة والاعلام التقليدي ثم تكنولوجيا الاعلام بنسبة 13% والعلاقات العامة بنسبة 0% بينما مجالات اخرى اخذت نسبة 10% ومن هنا نلتزم ان للطلاب احساس واعى بالتغيرات التكنولوجية الطارئة على مستوى مجال الاعلام.

الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الثانية عشر

النسبة	التكرار	الاجابة	العبارة
60	18	بحوث تطبيقية (دراسة ظواهر ميدانية)	ما هو نوع البحوث التي يفضلها طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي
40	12	بحوث نظرية(تحليل مفاهيم و نظريات)	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29

ما هو نوع البحوث التي يفضلها طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الشهيد حمة لخضر



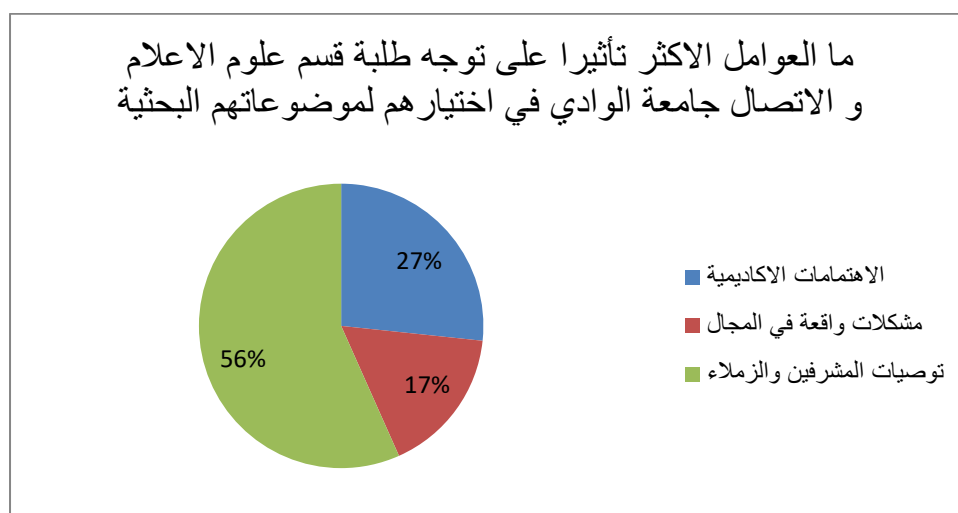
من الجدول رقم 13 والتمثيل البياني نلاحظ ان البحوث التطبيقية اخذت النسبة الاكبر ب 60% مقابل البحوث النظرية بنسبة 40% هذا يفسر تفضيل الطلبة للبحوث التطبيقية كونها اكثر ارتباطا بالواقع الميداني وسهولة التنفيذ.

الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الثالثة عشر

النسبة	التكرار	الاجابة	العبارة
26	8	الاهتمامات الاكاديمية	ما العوامل الاكثر تأثيرا على توجه طلبة قسم

17	05	مشكلات واقعة في المجال	علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي في اختيارهم لموضوعاتهم البحثية
57	17	توصيات المشرفين والزملاء	
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



من خلال الجدول رقم 14 والتمثيل البياني نلاحظ النسبة الغالبة لتوصيات المشرفين والزملاء ب 57% تقابلها نسبة 20% للاهتمامات الأكاديمية للطلبة ونسبة 17% لمشكلات واقعة في المجال مما لاحظناه نفسر النتائج بان بعض الطلبة لديهم صعوبة وضعف في القدره على اختيار موضوعاتهم بشكل مستقل, من جهة أخرى يفسر بكون الجامعات و الأقسام أصبحت تحدد المواضيع البحثية مسبقا تفاديا للجوء الطلبة إلى المواضيع المكررة والتقليدية بشكل كبير كنتيجة للكسل العلمي¹

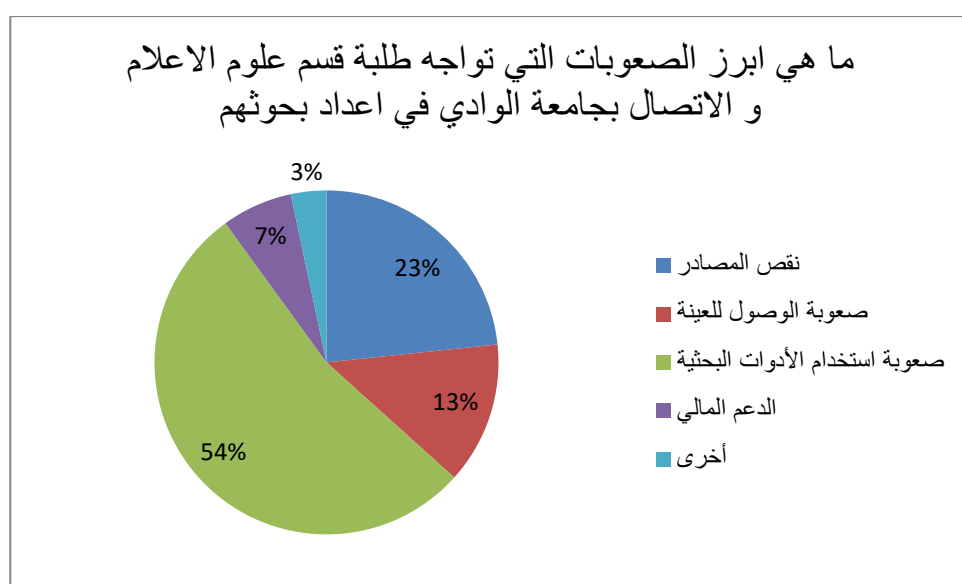
¹ مقابلة مع الاستاذة صالحى دليلا، أستاذ محاضر - أ - قسم الإعلام والاتصال، جامعة الوادي، 2025، بمقر الكلية.

د_المحور الخامس: مستقبل الابحاث العلمية في قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي

الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الرابعة عشر

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
ما هي ابرز الصعوبات التي تواجه طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الوادي في اعداد بحوثهم	نقص المصادر	07	24
	صعوبة الوصول للعينة	04	13
	صعوبة استخدام الأدوات البحثية	16	54
	الدعم المالي	2	6
	أخرى	1	3
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



من الجدول رقم 15 والتمثيل البياني نلاحظ ان ابرز مشكلة هي صعوبة استخدام الادوات البحثية لدى الطلبة بنسبة 54% تقابلها نسبة 24% لنقص المصادر والتي تم معالجتها في دراسة "محمد شتاج" حيث اتخذت نسبة 38,53%¹ يليها صعوبة الوصول للعينة بنسبة 13% يقابلها نسبة 6% للدعم المالي ثم نسبة 3%

¹ محمد شتاج, محمد نور العدوان, اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في المجلات العلمية العربية المتخصصة, كلية الإعلام والاتصال, جامعة العين, ابو ظبي, الإمارات, 5 مارس 2022, ص 325

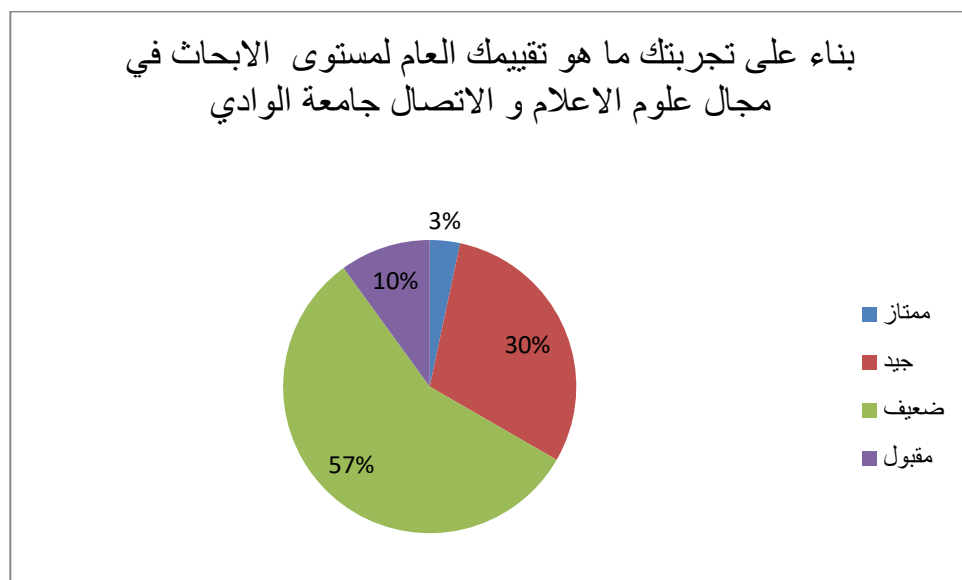
لصعوبات أخرى مما يبرز ان الصعوبات التقنية وقلة المراجع بصفة أولى هي العائق الأكبر لدى الطلبة في اعداد بحوثهم وهذا راجع لافتقار بعد الطلبة للمهارات التقنية اللازمة لتطبيق ادوات البحث بشكل صحيح ومناسب كتصميم الاستبيانات وتحليل البيانات كما ان صعوبة الوصول للمراجع يحبط بشكل كبير عملية بناء محتوى علمي موثوق وقوي.

ي_المحور السادس:تقييم عام

الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب العبارة الخامسة عشر

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
بناء على تجربتك ما هو تقييمك العام لمستوى الابحاث في مجال علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي	ممتاز	01	3
	جيد	09	30
	ضعيف	17	57
	مقبول	3	10
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss

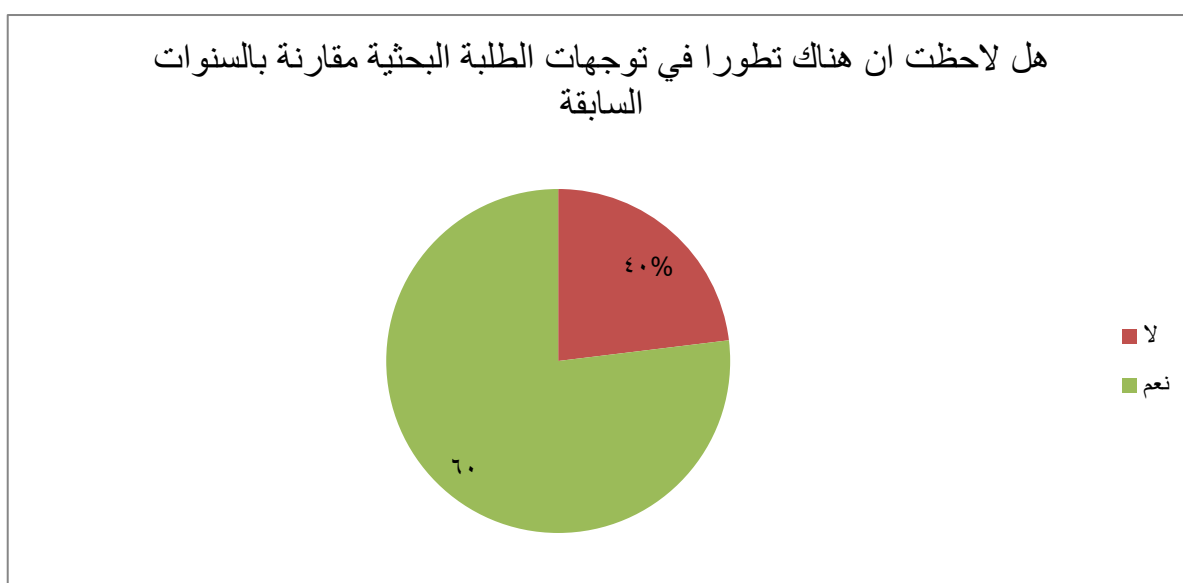


من خلال الجدول رقم 16 و التمثيل البياني نلاحظ ان النسبة الأكبر للتقييم ضعيف ب 57% مقابل نسبة 30% لجيدة نسبة 10% لمقبول و 3% لممتاز اي ان مستوى البحوث عموما يعد ضعيفا والذي يستلزم اعادة مراجعة وتعديل المنظومة البحثية والتكوينية على مستوى قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي.

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب العبارة السابعة عشر

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
هل لاحظت ان هناك تطورا في توجهات الطلبة البحثية مقارنة بالسنوات السابقة	نعم	18	60
	لا	12	40
المجموع		30	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



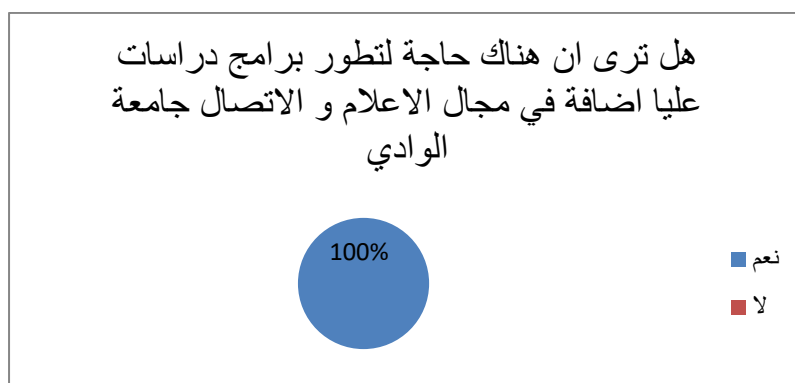
من الجدول رقم 17 والتمثيل البياني نلاحظ ان نسبة 60% كانت مؤيدة ومقابل نسبة 40% معارضة اي ان هناك اجتهدا من طرف الطلبة وجدية تجاه المواضيع والتوجهات الخاصة بهم. خاصة في ظل سعي الأساتذة و قسم الإعلام إلى حث الطلبة على التوجه نحو موضوعات مستحدثة خاصة موضوعات الذكاء الإصطناعي كون مجال الإعلام وثيق الارتباط به، وفي حاجة إلى دراسات وابحاث في مجاله.

الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب العبارة السادسة عشر

العبارة	الاجابة	التكرار	النسبة
هل ترى ان هناك حاجة لتطور برامج دراسات	نعم	30	100

0	0	لا	عليا اضافة في مجال الاعلام و الاتصال جامعة الوادي
100%	30	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V29



من الجدول رقم 18 والتمثيل البياني نلاحظ ان النسبة الساحقة 100% كانت لنعم اي انه ضروري

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
						البدايل
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	

تطوير برامج الدراسات العليا ومنه وجود فجوة محسوسة من طرف المبحوثين في التكوين الحالي وملزمات البحث العلمي.

الجدول رقم 19: يمثل توزيع افراد العينة حول المنهج الاكثر استخداما لدى طلبة قسم الاعلام وفق متغير

الجنس

المنهج الوصفي	15	%83.3	5	%41.7	20	%66.6
المنهج التحليلي	0	%0	4	%33.3	4	%13.4
المنهج التجريبي	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج السميولوجي	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج الانثوغرافي	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج التاريخي	0	%0	0	%0	0	%0
منهج دراسة الحالة	2	%11.2	3	%25	5	%16.66
اخرى	1	%5.5	0	%0	1	%3.33
المجموع	18	%100	12	%100	30	%100

المصدر: اعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبررنامج spss

تحليل الجدول 19: يمثل توزيع افراد العينة حول المنهج الاكثر استخداما لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي حسب متغير الجنس

الجدول يوضح تفضيلات المناهج لدى الطلبة حسب الاساتذة الذكور والاناث في عينة من 30 شخص يظهر الجدول ان المنهج الوصفي هو الاكثر استخداما حيث نسبة 66.6% من المبحوثين اختاروه ما يقارب 20 فرد تم اختياره من طرف نسبة 83.3% من الذكور و 41.7% من الاناث ما يوضح ان الذكور يميلون بشكل اكبر الى ان الطلبة يستخدمون المنهج الوصفي مقارنة بالاناث هذا ما يشير الى ان الذكور لديهم نظرة نحو الطلبة انهم يفضلون الاساليب التي تعتمد على وصف وتحليل الوقائع دون الحاجة الى التجريب او التعمق في مناهج اخرى اكثر تعقيدا في المقابل جاء منهج دراسة حالة في المرتبة الثانية كاكثير منهج استخداما تم اختياره بنسبة 16.66% من المبحوثين حيث فضلت نسبة 25% من الاناث هذا المنهج مقابل 11.2% من الذكور هذا يبرز تفضيل الطلبة لمنهج دراسة حالة ما يظهر ميلهم لدراسة الحالات الفردية او الظواهر بشكل معمق يتيح لهم فهمها اكثر وبشكل مفصل ومن جهة اخرى تلعب قدرة الطلبة على الملاحظة الدقيقة والفهم المركز وكذا الميل النفسية نحو

التفاصيل والعلاقات دور مؤثرا في اختيار هذا المنهج بصفة اولى لانه يتناسب مع تفضيلاتهم وهذا ما نجده كذلك في المنهج التحليلي تتابعا حيث تم اختياره فقط من قبل الاناث بنسبة 33.3% حينما لم يختاره اي من افراد العين الذكور ما يشير الى ان هناك تفضيل للتحليل العميق للبيانات والمعطيات وهو ما يتطلب مهارات فكرية تحليلية يجب ان يمتلكها الطالب، بالنسبة للمناهج الاخرى كالمنهج التجريبي والتاريخي والاستثنوغي والسيميولوجي فان عدم استخدامها من طرف الطلبة يظهر ربما قلة توافق هذه الاخيرة مع احتياجات الدراسة وموضوعاتها ما يدل على عدم توافق هذه المناهج مع البيئة البحثية او احتمال التركيز على الاساليب التي تعتبر واضحة وسهلة في التطبيق حسب راي الطلبة، في المقابل نسبة 5.5% والتي هي عبارة عن فرد واحد اختار مناهج اخرى دلالة على ان هناك ميل لمناهج غير معتادة واقل شيوعا لكن بصفة ضئيلة من النتائج لاحظنا ان هناك تباين في اختيار المناهج من طرف الطلبة حسب الاساتذة الذكور والاناث وهذا لاختلاف اساليب التفكير حيث ان ميولات الطلبة للمناهج تتناسب مع اهدافهم البحثية وخلفياتهم المعرفية واحتياجاتهم بصفة اولى.

الجدول رقم 20: يمثل توزيع افراد العينة حول المنهج الاكثر استعمالا لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال

وفق متغير المستوى الاكاديمي

المجموع		استاذ متعاون		استاذ مساعد		استاذ محاضر		استاذ تعليم عالي		مستوى الاكاديمي	
										البدائل	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%66.7	20	%70	7	%50	2	%58.3	7	%100	4	المنهج الوصفي	
%13.3	4	%10	1	%0	0	%25	3	%0	0	المنهج التحليلي	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	المنهج التجريبي	
										المنهج السيميولوجي	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	المنهج الاثنوغرافي	
										المنهج التاريخي	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0		

منهج دراسة الحالة	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	اخرى
	0	%0	1	%10	2	%50	2	%0	5	%16.7
	0	%0	1	%10	0	%0	0	%0	1	%3.3
المجموع	4	%100	10	%100	4	%100	12	%100	30	%100

المصدر: اعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبررنامج spss

الجدول رقم 20: يمثل توزيع افراد العينة حول المنهج الاكثر استعمالا لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال وفق متغير المستوى الاكاديمي:

يظهر الجدول ان الاساتذة بمختلف رتبهم الاكاديمية يلاحظون توجه الطلبة بشكل كبير للمنهج الوصفي حيث شكلت نسبة 66.7% اختيار الاساتذة لهذا المنهج كالمناهج الاكثر استعمالا لدى الطلبة وكان اكثر حضور لدى اساتذة التعليم العالي بنسبة 100% والمتعاونين بنسبة 70% والمساعدين بنسبة 50% ما يدل على ان معظم الطلبة يفضلون هذا المنهج لسهولة استخدامه وتطبيقه وعدم تطلبه تعقيدات ومنهجية او ادوات معقدة يليه منهج دراسة حالة بنسبة 16.7% وسجل اعلى استخدام له من قبل الطلبة من طرف الاساتذة المساعد بنسبة 50% يليه الاساتذة المحاضرون بنسبة 16.7% ومنه اعتماد الطلبة عليه في بحوث تطبيقية او دراسات فردية بالنسبة للمنهج التحليلي لوحظ استخدامه لدى الطلبة بنسبة 13.3% من طرف الاساتذة المحاضرين 25% هذا يظهر ان قلة قليلة من الطلبة يلجؤون الى هذا المنهج الذي يتطلب مهارات تفسيرية ونقدية في المقابل هناك غياب محسوس او ملحوظ للمناهج الاخرى كالمناهج التجريبي، التاريخي، سيميولوجي، الاثنوغرافي، هذا الغياب شبه تام لاستعمال مثل هذه المناهج اما بسبب ضعف المهارات المنهجية للطلبة او الصعوبات التي تواجههم اثناء التنفيذ الميداني وسجلت نسبة ضئيلة 3.3% من المناهج المصنفة تحت اطار اخرى ما يدل على محدودية التنوع

في اختيار الطلبة لادواتهم المنهجية هذا التوزيع للنسب والتوجهات يبين لنا ان المناهج الامنة وسهلة التطبيق هي المنتهجة لدى الطلبة بصفة اولى وهذا ما يستلزم الحاجة الملحة لتعزيز التكوين المنهجي للطلبة وتشجيعهم على خوض ضمار استكشاف مناهج اخرى اكثر حيوية وتنوع.

الجدول رقم 21: يمثل توزيع افراد العينة حول الاداة الأكثر استخداما لدى طلبة الاعلام والاتصال حسب

متغير الجنس

الجنس البدايل	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
الاستبيان	15%	83.3%	6	50%	21	70%
الملاحظة	2%	11.2%	1	8.3%	3	10%
المقابلة	1%	5.5%	2	16.7%	3	10%
البؤرة المركزية	0%	0%	0	0%	0	0%
تحليل مضمون	0%	0%	3	25%	3	10%
اخرى	0%	0%	0	0%	0	0%
المجموع	18	100%	12	100%	30	100%

المصدر: اعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج SPSS

تحليل الجدول 21: الذي يمثل توزيع افراد العينة حول الادوات الأكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي حسب متغير الجنس:

الجدول يوضح تفضيلات الادوات البحثية لدى الطلبة حسب افراد العينة سواء الذكور او الاناث في عينة من 30 فردا يظهر الجدول ان اداة الاستبيان هي الاداة الأكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الوادي حيث نسبة 70% من المبحوثين انتقوها .

38.3% من الذكور ومن الاناث 8.3% ما يشير ان الذكور يتوجهون بشكل واضح في نظرهم الى ان الطلبة يستخدمون اداة الاستبيان بشكل كبير هذا ما يرجع الى ان لديه نظرة ان الطلبة يحبسون اداة الأكثر بساطة

وسهولة في التعامل معها وفي كيفية تطبيقها مع الدراسات الكمية خاصة وانها موجزة في المقابل الاناث نسبتهم اقل بكثير من الذكور هذا ما يعكس وجهة نظرهم على طبيعة الاداة المنتقات من قبل طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي في بحوثهم الاكاديمية ,فيما تليها اداة الملاحظة التي بلغت نسبة اختيارها من قبل العينة 10% حيث اختارها الذكور بنسبة 11.5% على غرار الاناث 8.3% هذا ما يرجع ان العينة من الذكور لهم نظرة ان الطلبة يميلون الى هذا النوع من الاداة كاداة مساعدة في دراساتهم الاكاديمية اما بالنسبة الى المقابلة واداة تحليل المضمون فقد كانت نسبتهم الاجمالية 10% بالنسبة الى الاولى فاخترها الذكور بنسبة 5.5% والاناث بنسبة 61.7% والاخيرة اداة تحليل المضمون فقد كانت نسبة الذكور في اختيارها 0% والاناث 25% وهذا ما يدل على ان نظرة الاناث لاستخدام الطلبة لهذا النوع من الادوات لانها تستخدم في غالب في الدراسات النوعية كاكثير الادوات تطبيقا حيث اكدت فرقة اباحث الاعصاب بالمدرسة النظامية الارجنطينية ان الاناث لديهم القدرة على ربط الحقائق والدقة والقدرة على الترجمة والتفصيل لذلك اختاروا الادوات كالمقابلة وتحليل المضمون كاداة الاكثر استخداما في نظرهم لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي.

الجدول رقم 22: يمثل توزيع افراد العينة حول المنهج الاكثر استعمالا لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال وفق متغير المستوى الاكاديمي

مستوى الاكاديمي		استاذ تعليم عالي		استاذ محاضر		استاذ مساعد		استاذ متعاون		المجموع	
البدايل		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار

المنهج الوصفي	4	%100	7	%58.3	2	%50	7	%70	20	%66.7
المنهج التحليلي	0	%0	3	%25	0	%0	1	%10	4	%13.3
المنهج التجريبي	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج السيميولوجي	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج الاثنوگرافي	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المنهج التاريخي	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
منهج دراسة الحالة	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
اخرى	0	%0	2	16.7	2	%50	1	%10	5	%16.7
	0	%0	0	%0	0	%0	1	%10	1	%3.3
المجموع	4	%100	12	%100	4	%100	10	%100	30	%100

المصدر: اعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الاستبيان وبرنامج spss

الجدول 22 يمثل توزيع افراد العينة حول الاداة الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الواد وفق متغير المستوى الاكاديمي

نظرا للجدول يتبين لنا ان اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال باختلاف رتبهم الاكاديمية يلاحظون ميول الطلبة بشكل واضح نحو اداة الاستبيان حيث اظهرت النتائج ان نسبة 70% من العينة اختارت هذه الاداة كالاداة اكثر استخداما لدى الطلبة في بحوثهم الاكاديمية، وكان الاكثر حضورا في هذا التوجه هم الاساتذة المتعاونون حيث بلغت نسبتهم 80% واساتذة التعليم العالي والاساتذة المحاضرون بلغت نسبتهم 75% اما المساعدون

فكانت نسبتهم هي الأقل فبلغت 25% ما يوضح ان توجه الطلبة نحو هذه الاداة واضحا وهذا يرجع الى سهولة التعامل معها ودقة نتائجها، تليها الملاحظة والمقابلة وتحليل المضمون اللذان بلغت نسبة اختيارهم 10% فالملاحظة كانت نسبتها بالنسبة للأساتذة التعليم العالي 25% والأساتذة المتعاونون 10% وأساتذة المحاضرين 8.3% اما المساعدون فكانت 0%، هذا يرجع الى نظرة الاساتذة نحو توجه الطلبة وهذا ايضا يدفع الى ان الاداة هي اداة مساعدة للطلاب في الوصول الى مجموعة من النتائج الدقيقة وهي من أكثر الادوات دقة في استخلاص النتائج وتليها اداة المقابلة حيث اختارها الاساتذة المتعاونون بنسبة 25% والأساتذة المحاضرين بنسبة 6.7% على غرار اساتذة التعليم العالي والمتعاونين بنسبة 0% ويرجع اختيار الاساتذة المساعدين والمحاضرين، لهذه الاداة وهو نظرهم لتوجه الطلبة في قسم علوم الاعلام والاتصال لها و يعود الى جوده اداة المقابلة حيث يتم استخدام الوسائل السمعية والبصرية في الحصول على المعلومات والحصول على مجموعة كبيرة من البيانات حول الموضوع محل الدراسة ايضا فهي تمتاز بالمرونة في جمع البيانات والمساعدة في ملاحظة سلوك المعايين وبالتالي جمع المعلومات الصحيحة، بالنسبة للاحيرة وهي اداة تحليل المضمون حيث كانت نسبة 50% للأساتذة المساعدين ونسبة 10% للأساتذة المتعاونين وهذا يعود لاهمية الاداة خاصة في البحوث النوعية والكمية حيث تمتاز هذه الاداة بالموضوعية وتخضع للمتطلبات المنهجية وتقدم للدراسة وصفا موضوعيا منظما وكميا للمحتوى الذي اخضعه الطلبة للدراسة.

اما بالنسبة للاداة البؤرة المركزية كانت نسبتها 0% يرجع على ان الاساتذة لم يروا ان الطلبة يطبقون هذا النوع من الادوات على بحوثهم ودراساتهم الاكاديمية.

نتائج التحليل الكيفي للأسئلة المفتوحة لاستمارة الاستبيان:

بما ان نتائج الاسئلة المفتوحة غير قابلة للدخال ضمن برنامج احصائي تم تحليل وتفسير نتائجها كالتالي:

السؤال الاول: التخصص الدقيق في علوم الاعلام والاتصال:

يتضح من إجابات الأساتذة على السؤال الثاني المتعلق بالتخصص الدقيق أن الغالبية تنتمي إلى تخصصات ذات صلة مباشرة بالإعلام، على رأسها تخصص السمي البصري، علوم الإعلام والاتصال، والاتصال والعلاقات العامة .

هذه النتيجة تعكس أن الأساتذة المشاركين في الاستبيان يمثلون التخصصات الأكثر ارتباطاً بالجانب العملي والتطبيقي في ميدان الإعلام، مما يعزز من موثوقية ودقة البيانات المتحصل عليها.

أما التخصصات الأخرى فقد توزعت على مجالات متعددة مثل الاتصال بالمؤسسات، الاتصال الاستراتيجي،

الصحافة المكتوبة والإلكترونية، السينما، الإذاعة والتلفزيون، الدعوة والإعلام. رغم قلتهم مقارنة بالتخصصات الأساسية، إلا أنهم شكلوا دعماً واضحاً من خلال تجاوبهم مع الاستبيان، مما يدل على مستوى من التعاون والتفاعل الأكاديمي بين مختلف التخصصات الفرعية في الإعلام.

السؤال الثاني: "ما الموضوعات التي تعتقد أنها تفتقر إلى البحث في قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي"

كشفت إجابات أفراد العينة على سؤال حول المواضيع التي تفتقر إلى الدراسة في قسم علوم الإعلام والاتصال، عن وجود فجوة واضحة في عدد من المجالات البحثية، لا سيما في البحوث الكيفية المعمقة. وأبرز المشاركون غياباً ملحوظاً للدراسات المتعلقة بالإعلام الجديد، إلى جانب ندرة البحوث التحليلية والدراسات السيميولوجية، التي تعد من بين الركائز الأساسية لفهم الخطاب الإعلامي المعاصر.

كما تمت الإشارة إلى غياب الدراسات التي تتناول موضوعات حديثة، مثل الذكاء الرقمي وتأثيره على مستقبل الإعلام، إضافة إلى شح الدراسات التأويلية، والبحوث ذات الطابع التكنولوجي الرقمي، والدراسات التي تسعى إلى التأصيل النظري والممارسة التطبيقية في آن واحد.

من بين الفجوات الملحوظة أيضاً غياب الدراسات المعنية بتحليل الخطاب، والدراسات القائمة على نظريات الاتصال، فضلاً عن قلة الأبحاث الاثنوغرافية التي تعنى بفهم الممارسة المهنية في السياقات الإعلامية المختلفة. ويجدر بالذكر أن جميع هذه المواضيع تندرج ضمن ما يُعرف بالبحوث الكيفية المعمقة، التي تتطلب جهداً بحثياً وتحليلياً كبيراً.

ويعزى هذا النقص، وفقاً لآراء أفراد العينة، إلى عدة عوامل، يأتي في مقدمتها ميل الطلبة إلى اختيار المواضيع السهلة والبسيطة، إضافة إلى غياب الحافز المعرفي والمنهجي للانخراط في مشاريع بحثية تتطلب وقتاً وجهداً أكبر، مما انعكس سلباً على نوعية الإنتاج العلمي.

السؤال الثالث: "ما هي الموضوعات التي تعتقد أنها سستكون الأكثر أهمية في مجال الاعلام والاتصال خلال السنوات القادمة"

أظهرت نتائج الاستبيان المتعلق بموضوعات البحث المستقبلية في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي أن أغلب الأساتذة المشاركين يرون أن الموضوعات ذات الصلة بالتحول الرقمي والتكنولوجي ستكون الأكثر أهمية خلال السنوات القادمة. وقد احتل الذكاء الاصطناعي صدارة الاهتمام، حيث اعتبره المبحوثون محوراً مركزياً ينبغي التركيز عليه أكاديمياً، لما له من تأثير مباشر على بنية الرسالة الإعلامية وآليات إنتاجها وتوزيعها واستقبالها. كما أشار الأساتذة إلى أهمية دراسة التلقي الإعلامي في ظل هذا التطور، لا سيما من حيث تغير طبيعة الجمهور

وتفاعله مع المحتوى، إضافة إلى الأساليب الحديثة في إنتاج الرسائل الإعلامية بما يتماشى مع التقنيات الرقمية المتطورة.

وتبرز كذلك مسألة مصير وسائل الإعلام التقليدية كإحدى القضايا التي تستدعي تحليلاً عميقاً خاصة في ظل تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية وتراجع نسب المتابعة للوسائط التقليدية، وهو ما يفرض البحث في سبل التكيف أو إعادة التموقع ضمن المشهد الإعلامي الجديد. كما اعتبر عدد من الأساتذة أن موضوعات الإعلام الرقمي والإعلام الجديد والفجوة الرقمية تمثل قضايا استراتيجية تقتضي البحث والدراسة، بالنظر إلى تأثيرها على ممارسات الاتصال والإنتاج الإعلامي وعلى العدالة في الوصول إلى المعرفة والتكنولوجيا.

السؤال الرابع: "الموارد أو الخدمات التي تفتقر إليها الجامعة لدعم البحث العلمي في مجال علوم الاعلام والاتصال"

كشفت إجابات أفراد العينة على سؤال حول الموارد التي تفتقر في قسم علوم الاعلام والاتصال، عن وجود فجوة واضحة في عدد من المجالات البحثية، لا سيما في البحوث الكيفية المعمقة. وأبرز المشاركون غياباً ملحوظاً للدراسات المتعلقة بالإعلام الجديد، إلى جانب ندرة البحوث التحليلية والدراسات السيميولوجية، التي تعد من بين الركائز الأساسية لفهم الخطاب الإعلامي المعاصر.

كما تمت الإشارة إلى غياب الدراسات التي تتناول موضوعات حديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتأثيره على مستقبل الإعلام، إضافة إلى شح الدراسات التأويلية، والبحوث ذات الطابع التكنولوجي الرقمي، والدراسات التي تسعى إلى التأصيل النظري والممارسة التطبيقية في آن واحد.

من بين الفجوات الملحوظة أيضاً غياب الدراسات المعنية بتحليل الخطاب، والدراسات القائمة على نظريات الاتصال، فضلاً عن قلة الأبحاث الاثنوغرافية التي تعنى بفهم الممارسة المهنية في السياقات الإعلامية المختلفة. ويجدر بالذكر أن جميع هذه المواضيع تندرج ضمن ما يُعرف بالبحوث الكيفية المعمقة، التي تتطلب جهداً بحثياً وتحليلياً كبيراً.

ويعزى هذا النقص، وفقاً لآراء أفراد العينة، إلى عدة عوامل، يأتي في مقدمتها ميل الطلبة إلى اختيار المواضيع السهلة والبسيطة، إضافة إلى غياب الحافز المعرفي والمنهجي للانخراط في مشاريع بحثية تتطلب وقتاً وجهداً أكبر، مما انعكس سلباً على نوعية الإنتاج العلمي.

السؤال الخامس: "ما هي التوصيات التي تقدمها لتحسين جودة البحث العلمي في جامعة الوادي في مجال علوم الاعلام والاتصال"

يتضح من خلال اجابه الاساتذه افراد العينه على السؤال التوصيات لتحسين جوده البحث العلمي من خلال تحليل السؤال الاخير حول توصيات التي قدمها اساتذة قسم علوم الاعلام بجامعة الوادي وذلك لتحسين جودة البحث العلمي في قسم علوم الاعلام والاتصال وهي تطوير البنية التعليمية والمنهجية كتصميم مقررات دراسية متخصصة تعكس التطورات العلمية الحديثه مع ادخال مواضيع جديدة ومنهجيات مبتكرة في مجال الاعلام و ايضا ادخال اللغة الانجليزية لانها توفر وتعزز استخدامها في البحث العلمي وايضا انفتاحها على المصادر العالمية, وفي نقطة اخرى ومن بين اهم التوصيات تعزيز كفاءة الطلاب والاساتذة عن طريق فرض الانضباط الاكاديمي اي الزام الطالب بالحضور والمشاركة الفعالة والانضباط الجيد في بحوثهم الاكاديمية والثانية تاهيل الاساتذة مع توفير تكوين منهجي متقدم لهم مع التركيز على الامانة العلمية ودعم استخدام التكنولوجيا, ايضا اشار الاساتذة من خلال اجابتهم الى توفير المخابر البحثية اي توفير بيئة داعمة للتجارب وتطبيق ما تم دراسته على ارض الميدان عبر مختبرات اعلامية واستوديوهات ايضا ذكر افراد العينة من خلال اجابتهم على الاستبيان انه لزام توفير الموارد المادية اي توفير دعم مالي وتقني واقحام التكنولوجيا الحديثة كدمج التكنولوجيا الرقمية في المناهج البحثية والمشاركة في المنصات الرقمية العالمية.

والتركيز على الحلقات العلمية كتنظيم ندواتها المتخصصة في استخدام الوسائل الاعلامية لتوصيل الرسالة الاعلامية للجمهور ، والاستثمار في التكنولوجيا، مع الحفاظ على القيم العلمية الرصينة.

المطلب 02: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

النتائج في ضوء التساؤلات:

1_النتائج الجزئية

من خلال تحليلنا الاستمارة الموجهة لعينة الدراسة ومن خلال تصنيفنا ووصف مذكرات الماستر بقسم الاعلام الاتصال كما موضح في الجدول المرفق ضمن قائمة الملاحق اتضح ان:

أ_ النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الاول: والذي هو "ما مدى تنوع الابحاث في قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي"

_من الجدول رقم "5" وجدنا ان هناك اعتمادا كبيرا على المنهج الوصفي على غرار المناهج الاخرى رغم كثرتها ما يوضح ان هناك محدودية في التنوع المنهجي

_من الجدول رقم "6" وجدنا ان جل التركيز موجه نحو اداة الاستبيان مع غياب محسوس لادوات النوعية كالتحليل والمقابلة هذا ما يشير الى افتقار نسبي لتنوع تقنيات واساليب جمع البيانات.

__من الجدول رقم "10" وجدنا ان هناك مشكل لدى الطلبة والذي هو قصور نسبي في التكيف النظري مع التحولات الحديثة الطارئة وهذا راجع لتركيز جل الابحاث على نظريات الجمهور والتاثير المباشر في ظل غياب جزئي للنظريات النقدية او المعاصرة

__من الجدول رقم "18" وجدنا ان هناك تطورا محسوسا في التوجهات البحثية على مستوى قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي وما هو الا دلالة على تحسن نسبي نظرا لتقارب الاجابات بين نعم و لا في هذا السؤال
__من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الفرعي الاول: "ما مدى تنوع الابحاث في الجامعة ومدى انعكاسها على التحولات الحديثة في الاعلام والاتصال"

اظهرت النتائج انه رغم الاهتمامات المتزايدة بالمواضيع الاعلامية المستحدثة و مرفقاتها الا ان هناك عوائق تحد من قدرة الابحاث على مواكبة التطورات العلمية والمعرفية في مجال الاعلام والاتصال والمتمثلة في غياب التنوع المنهجي والنظري وكذا من ناحية النظريات حيث ان النظريات المعتمدة محصورة ضمن الاطر الكلاسيكية دون انفتاح كافي على النظريات الحديثة المواكبة لتحولات الاعلام الرقمي وهذا ما التمسناه في نتائج الدراسة والتي ابرزت محدودية في تنوع الابحاث الاكاديمية التي يسود فيها الاعتماد على مناهج وادوات كلاسيكية مع درجة من المحدودية في استخدام كل من المناهج النوعية والمختلطة.

ب_النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثاني: "ما هي الادوات البحثية والمنهجية المستخدمة من قبل الباحثين في مجال الاعلام والاتصال"

__من الجدول رقم "7" وجدنا ان الاعتماد مركز بشكل شامل على العينة الغرضية القصدية والعشوائية البسيطة توازيا مع غياب لباقي العينات ما يعني ان اختيار الطلبة للعينة يتم على حساب اهداف الدراسة ومدى توفر الباحثين ما يبرز ان هناك توجه نحو العملية في التنفيذ والبساطة هذا ما يفتح باب تفضيل الطلبة لهذه العينة لانها سهلة الاستخدام وهو ما يرتبط بدوره اساسا باختيار الموضوع.

__من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الفرعي الثاني: "ما هي الادوات البحثية والمنهجيات المستخدمة من قبل الباحثين في مجال الاعلام والاتصال"

اظهرت النتائج ان معظم الباحثين في حقل الاعلام واتصال يتوجهون صوب استعمال المنهج الوصفي مع اعتماد شبه كلي على الدراسات الكمية كذلك هذا الاسلوب يتجلى من خلال تفضيل الباحثين للادوات البحثية سهلة وسريعة الاجراء مثل الاستبيان في توازي مع اغفال ملحوظ للادوات النوعية كالمقابلة والملاحظة وكذا تحليل مضمون والتي تتمتع بعدة مزايا كالمرونة واتاحة فهم السياق ضمن الاطر الثقافية والاجتماعية للباحث ,وكذا فتح

باب التعبير للباحث بلغته الخاصة، إلا أن هذا الميل للباحثين راجع إلى التأثير بعده عوامل ليس الاختيار الشخصي فقط بل كذلك الاعتماد الكبير للطلبة على توجيهات المشرفين والزملاء عند انتقاء منهج البحث وكذا وجود بعض الصعوبات في استعمال الأدوات المنهجية كل هذا يتجلى في انجذاب الباحثين للبحوث التطبيقية بشكل شائع ما يعكس تركيز على جمع البيانات بدل تحليلها والتعمق فيها، من جهة أخرى كشفت النتائج عن وجود صعوبات تقنية ومنهجية تواجه الطلبة في استخدامهم للأدوات البحثية بالشكل الصائب مما يزيد من اعتمادهم على المنهجيات البسيطة ويقف في وجه تنوع المقاربات العلمية المعتمدة، كل ما تطرقنا إليه يشير إلى أنه لا بد من تطوير مهارات البحثية والمنهجية للطلبة بدفعهم صوب استخدام أدوات أكثر تنوعاً ملائمة مع التغيرات المتسارعة والطارئة في مجالنا مجال الإعلام والاتصال.

جـ. النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث: والذي هو "ما هي المواضيع البحثية الأكثر تناولاً في بحوث الإعلام والاتصال بجامعة الوادي"

— من الجدول رقم "5" وجدنا أن توجه معظم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي مركز نحو الدراسات الكمية ومنها اختيارهم لمواضيع قابلة للقياس والملاحظة الكمية كاستخدامات وسائل الإعلام وتأثيراتها.

— من الجدول رقم "8" وجدنا أن اهتمام الطلبة منصب نحو دراسات الجمهور أي حول المواضيع التي تدرس تأثير الإعلام على المتلقي وتفاعل هذا الأخير مع المحتوى الإعلامي

— من الجدول رقم "9" وجدنا أن اختيارات الطلبة للمواضيع مركزة بصفة كبيرة على دور وسائل الإعلام والتأثيرات الناتجة على الفرد والمجتمع

— من الجدول رقم "12" وجدنا أن من أكثر المجالات المتوجه إليها والمفضلة لدى الطلبة هي الإعلام الجديد وهذا ما يبرز أن هناك اهتماماً ملحوظاً بالتحويلات الرقمية وتأثيرات الوسائط الحديثة

— من جدول رقم "13" وجدنا أن معظم الطلبة يحبذون البحوث التطبيقية أي أن المواضيع المختارة تكون غالباً لها ارتباط بالظواهر الواقعية وهذا ما ينصب في نفس نتيجة الجدول "5"

— من خلال هذه النتائج نجيب على التساؤل الفرعي الثالث: "ما هي المواضيع البحثية الأكثر تناولاً في بحوث الإعلام والاتصال بجامعة الوادي"

أظهرت نتائج التساؤل الفرعي الأول أن المواضيع البحثية الأكثر تناولاً لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي تعتمد بشكل واضح على الدراسات الكمية التطبيقية كدراسة الإعلام التفاعلي بشتى وسائطه كمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية وتأثيرها على الجمهور إضافة لتوظيف المدخل الوظيفي ونظريات التأثير والجمهور في أغلب البحوث وهذا ما يعكس ميلاً واضحاً نحو الموضوعات السهلة في التنفيذ ميدانياً في

المقابل تم اهمال موضوعات اخرى كالقائم بالاتصال والرسالة الاعلامية بشكل واضح ومنه حضور متفاوت للتنوع النظري والمنهجي والذي يمنح الدراسة عمقا وتكاملا، وهذا ما ينتج قصور في التنوع الموضوعي والوصول الى نتائج محدودة او غير شاملة.

د_النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الرابع: "ما هي الفجوات البحثية التي يمكن معالجتها لتطوير البحث الاكاديمي"

_من الجداول رقم "4" و"5" و"6" و"8" و"9" و"10" و"14" و"15" والتي اسهنا في تحليلها ووضع معانيها في التساؤلات السابقة وكذلك من التساؤل الثاني من المحور الخامس للاستبيان نجيب على:

_التساؤل الجزئي الرابع مباشرة والذي هو: "ما هي الفجوات البحثية التي يمكن معالجتها لتطوير البحث الاكاديمي"

اظهرت النتائج المتحصل عليها ان وجود ثغرات بحثية تعرقل تقدم البحث الاكاديمي في مجال الاعلام والاتصال على مستوى جامعة الوادي تكمن الثغرة الاولى في الاعتماد الشبه دائم على المنهج الوصفي والدراسات الكمية مع التركيز بشكل واضح على اداة الاستبانة في ظل غياب ادوات بحثية اكثر عمقا وتحليلا كالمقابلات وتحليل محتوى وكذا التركيز على الدراسات الجمهور دون غيرها ، مع اسقاط الاهتمام ببقية عناصر العملية الاتصالية. فضلا عن ذلك تسيطر المقاربات النظرية الكلاسيكية على الميدان ما يشير الى غياب النظريات الحديثة وكذلك تم خلق فجوة بين واقع البحث والمتطلبات المستقبلية في الاعلام فلا تحضر المواضيع الحيوية للبيئة الاعلامية الرقمية و التكنولوجيات المستحدثة في هذا المجال بالاهتمام المنشود ما يجعل البحث العلمي في هذا الميدان راكدا غير محدث وغير مواكب للمستجدات ومن زاوية اخرى تتجلى فجوة بارزة في المهارات البحثية للباحثين نتيجة صعوبات سواء في استخدام الادوات والمناهج وهذا راجع الى عوامل ذاتية لدى الطلبة كالامبالاة واخذ البحث العلمي بعين الجدية هذا ما يستوجب خلق حلول لسد الثغرات وتطوير البحث العلمي وتنويع المناهج والاساليب البحثية.

2_النتائج الرئيسية:

_النتائج للتساؤل الرئيسي :

"_ما طبيعة الاتجاهات البحثية السائدة في قسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الشهيد حمه لخضر"

يظهر من خلال المعطيات المتاحة أن الطروحات البحثية التي تتبناها مذكرات التخرج لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي تميل إلى نمط يتسم بالطابع الإجرائي والتقريري. فالغالبية العظمى تنجذب نحو مسارات بحثية تلائم سهولة التنفيذ الميداني، مما يؤدي إلى اعتماد مفرط على الأساليب الكمية والاستبيانات الجاهزة. هذا الاتجاه

يعكس سطحية في التجديد والعمق التحليلي، حيث تبرز معظم الموضوعات حول التحولات في الوسائط الرقمية وسلوكيات المستخدمين. ورغم أن هذه البحوث قد تبدو معاصرة في ظاهرها، إلا أنها تفتقر في العديد من الأحيان إلى أطر نظرية حديثة أو أدوات منهجية متطورة. كما يبرز ضعف في الانفتاح على المقاربات النقدية والنماذج التفسيرية البديلة، مما يشكل عائقاً أمام إنتاج معرفي يفتقر للحيوية والتأثير. وبناءً على ما سبق، يتطلب تحقيق تحول نوعي في البحث الأكاديمي أكثر من مجرد انتقاء الموضوعات أو الأدوات، بل يستدعي إصلاحاً شاملاً للبنية البحثية والتعليمية. وهذا ما أكدته الأساتذة المشاركون في الدراسة عبر مجموعة من التوصيات البارزة. من بين هذه التوصيات، يأتي ضرورة تحديث المقررات الدراسية لتواكب المستجدات العلمية، ودمج مواضيع حديثة مثل الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وتعزيز استخدام اللغة الإنجليزية لتسهيل الوصول إلى المصادر العالمية. كما دعت التوصيات إلى تأهيل الطلبة والأساتذة منهجياً من خلال توفير تكوين متقدم، وترسيخ القيم الأكاديمية والانضباط والمشاركة الفاعلة. إلى جانب ذلك، يُستحسن تعزيز البنية التحتية للبحث عبر إنشاء مخبر إعلامية واستوديوهات تطبيقية، وتقديم دعم مادي وتقني يمكن من توظيف التكنولوجيا الحديثة والمنصات الرقمية في العمل البحثي. إن الارتقاء بجودة البحث العلمي في هذا السياق يتطلب أيضاً استثماراً في الحلقات العلمية والندوات المتخصصة، وتعزيز ثقافة البحث القائم على الابتكار والتجريب، مع المحافظة على القيم العلمية الأساسية مثل الأمانة والانضباط والانفتاح المعرفي. ومن خلال ذلك، يمكن تجاوز دائرة الاجترار الأكاديمي، وبناء حقل بحثي أكثر مرونة ونقداً، قادر على الاستجابة للتحولات العميقة التي يشهدها عالم الإعلام المعاصر.

المطلب 03: مناقشة نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

__الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف انجازها جامعة مولود معمري بتيزي وزو نموذجاً دكتور حسين تومي 2019 /6/15.

__رؤيه نقدية لمناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال مي عبد الله 29 ماي 2022,مجلة الجزيرة.

_trends in media and communication research in specialized scientific arab journals: an analytical study. Mohammed chattah. Mohammed nori al adwan

أشارت نتائج دراسة " الاتجاهات الشكلية في مذكرات الماستر وظروف انجازها إلى أن مذكرات الماستر في تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري في تيزي وزو، تميل بشكل كبير إلى النمط التقليدي للبحث العلمي. هذا يشمل اختيار المواضيع، المناهج المعتمدة، وأدوات جمع البيانات. إذ أوضحت النتائج أن أكثر من ثلثي الطلبة

يعتمدون على المنهج الوصفي التحليلي أو التحليل الكمي البسيط، بينما نلاحظ ندرة ملحوظة في استخدام المناهج النوعية مثل السيميولوجيا، دراسات الحالة، والمقاربات النقدية الحديثة. ومن الملفت أن اختيار المواضيع غالباً ما يستند إلى معايير سطحية مثل سهولة الإنجاز أو جاذبية العنوان، بدلاً من التركيز على الأصالة العلمية أو أهمية الظاهرة المدروسة هذا ما توصلت إليه دراستنا كذلك في النتائج. وكذا الكثير من الطلبة يعتبرون إنجاز المذكرة مجرد إجراء إداري ضروري للحصول على الشهادة، وليس محطة علمية مفصلية تُضيف لرحلتهم الأكاديمية. هذه الملاحظات تتوافق بوضوح مع ما توصلت إليه دراسات سابقة، مثل دراسة محمد شتاه (2022) التي أظهرت أن البحوث الجامعية العربية تعاني من تكرار المواضيع، ضعف التجديد المنهجي، وندرة التأصيل النظري. كما أكدت دراسة د. حسين تومي (2019) أن معظم البحوث الجامعية الجزائرية تفتقر إلى أسس معرفية قوية، وتعتمد بشكل رئيسي على المنهج الوصفي البسيط دون تكامل حقيقي في المعالجة. تدعم هذه النتائج الدراسة الميدانية لمولود معمري نُشرت في مجلة "المعيار" (2013)، حيث حلت 222 مذكرة ماستر، وأبرزت أن 60% من الطلبة يعتمدون على أدوات تقليدية مثل الاستبيانات (42%) والمقابلات (18%)، في حين أن نسبة استخدام المناهج النوعية والمقاربات الحديثة لم تتجاوز 5%. ومن بين أهم القضايا التي رصدتها هذه الدراسات، بما في ذلك الدراسة الحالية خاصتنا والذي يعتبر نقطة فاصلة، هو ضعف التأهيل المنهجي للطلبة، خصوصاً في مراحل بناء الإشكالية، تحديد العينة، واختيار أدوات البحث. بالإضافة إلى ذلك، تظهر صعوبات تتعلق بنقص المراجع (20%)، ضيق الوقت (87%)، ضعف التواصل مع المشرفين، إضافة إلى مشكلات لغوية ومنهجية جلية. كما كشفت النتائج أن 88% من الطلبة يختارون مواضيعهم بناءً على معايير غير علمية، مثل "سهولة الإنجاز" أو "جاذبية العنوان". ومع ذلك، أبرزت دراستنا بعض المؤشرات الإيجابية التي لم تُعالج بوضوح في الدراسات السابقة. فقد أظهر تحليل الاستثمارات والمحتوى أن حوالي 20% من الطلبة يمتلكون وعياً نسبياً بطبيعة المذكرة كمشروع علمي له قيمة أكاديمية ومهنية في المستقبل.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل، هدفنا إلى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من الاستمارة الموزعة على أفراد العينة خلال الدراسة الميدانية. يتضمن ذلك تحليل البيانات ومناقشتها، بالإضافة إلى تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة والأسئلة المطروحة في البحث. وفي الختام، تم استعراض النتائج العامة التي تم التوصل إليها في الدراسة.

حيث انه من خلال نتائج تحليلنا للدراسات السابقة و اسقاطها على دراستنا وصلنا الى ان الاتجاهات البحثية في قسم الاعلام والاتصال لا تختلف كثيرا عن غيرها من الاتجاهات البحثية في اغلب الجامعات الجزائرية وهو ما اكدته الدراسات السابقة من حيث وجود نتائج متقاربة ومتشابهة مع ما توصلنا اليه مثل معرفة ان اكثر المناهج استخداما في اعداد مذكرات الماستر هو المنهج الوصفي توازيا مع ضعف استخدام المناهج الكيفية، في ظل طغيان لادوات الكمية كالاستبيان، مع الاخذ بالاعتبار وجود لامبالاة من طرف الطلبة تجاه مذكرات التخرج، وهو ما يطرح سؤال مهم وهو ما السبب؟ وما هو الحل؟، والذي اجاب عليه افراد العينة في بعض التوصيات والاقتراحات المقدمة، لعل اهمها تحفيز وتشجيع الطلبة على الخوض في مجالات دراسية جديدة وكذا تطوير البنية المنهجية والتعليمية بتصميم مقررات متخصصة تعكس التطورات العلمية الحديثة، وهذا طبعا في كنف فرض الانضباط الاكاديمي للطلبة و تاهيل الاساتذة مع توفير تكوين منهجي متقدم لهم، وذلك لتعزيز كفاءتهم ضمن بيئة داعمة لهم.

خاتمة عامة

تظهر نتائج هذه الدراسة واقعًا بحثيًا في مجال الإعلام لا يزال محكومًا بسياقات كلاسيكية وأطر منهجية محدودة، حيث يميل العديد من الباحثين إلى استخدام نماذج وأدوات مألوفة، مما يعكس ضعفًا في الاستثمار في التفكير التحليلي والانفتاح على مفاهيم ومقاربات أكثر حداثة. ويبدو أن هذا الوضع لا يعود فقط إلى نقص في الموارد أو القدرات، بل أيضًا إلى غياب بيئة أكاديمية محفزة قادرة على إثارة التساؤلات، وتعزيز روح الإبداع، وتنمية الحس النقدي لدى الباحثين.

وفي هذا السياق، تُعاني العديد من الدراسات في مجال الاعلام و الاتصال من قصور بيّن في تناول عناصر العملية الاتصالية، حيث يتركز الاهتمام غالبًا على "المستقبل" مع إغفال العناصر الأخرى كالمُرسل، والرسالة، والوسيلة، والأثر. كما يُلاحظ ضعف حضور الدراسات الكيفية التحليلية المعمقة، في ظل تصاعد هيمنة المناهج الكمية التي تعتمد على القياس والإحصاء، دون تقديم تفسيرات معمقة أو فهم شامل للظواهر الاتصالية. وقد أسهم هذا الميل المفرط نحو الكم على حساب الكيف في إضعاف القيمة التحليلية للعديد من الدراسات، مما يبرز الحاجة إلى تحقيق توازن منهجي بين المقاربتين الكمية والنوعية، لضمان فهم أكثر شمولاً وعمقاً للواقع الاتصالي.

استنادًا إلى هذه المعطيات، يتطلب تطوير البحث العلمي في هذا المجال تحولاً أعمق من مجرد تحديث المحتوى أو تغيير الأدوات. إذ يستلزم الأمر إعادة بناء الذهنية البحثية نفسها، وخلق فضاءات أكاديمية أكثر حرية وانفتاحًا، تشجع على الابتكار، وتدعم التجريب، وتعزز التفكير النقدي في معالجة قضايا الإعلام الحالية والمستقبلية. من هذا المنظور، تصبح الدعوة إلى تجديد البحث الإعلامي دعوة لتحرير العقل الأكاديمي من نمطية التلقين، واستعادة المعنى الحقيقي للبحث كفعل اكتشاف، وليس مجرد تكرار.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع والمصادر:

- __ باعمر الزهرة، إتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في بعض المتغيرات الديموغرافية، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2006.
- __ بسطيلة سمرة، محاضرة الاتجاهات الجديدة في نظرية العلاقات الدولية، جامعة سطيف.
- __ بن احميدة امنة، محاضرة نظريات الاعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 3، 2023.
- __ بوسطيلة سمرة ومحاضرة بنفس العنوان، جامعة Plate-forme pédologique de l'Université Sétif، سطيف،
- __ تشومسكي، نعوم وهيرمان، إدوارد (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.
- __ جرار، ليلي، العلاقة بين المتغيرات السياسية والإعلامية في مرحلة الربيع العربي، مجلة البحوث العلمية، جامعة المنصورة، عمان، 2014.
- __ درويش، فرح، الدمج بين النظريات الكلاسيكية والمتحدثة في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة لبحوث الاعلام الجديد، مجلة البحوث الإعلامية.
- __ د، خلف لافي الحماد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، مجلد 21، عدد 2، إبريل-يونيو 2022.
- __ د، شرين كدواني، د، شريهان توفيق، الإعلام الرقمي: تشريعات وأخلاقيات النشر، العربي للنشر والتوزيع، 2023.
- __ دافيس، ج. (2020). Research Challenges in Media Studies. London: Sage Publications.
- __ العبد الله، مي (2021). رؤية نقدية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. مركز الجزيرة للدراسات.
- __ عبد الفتاح محمد دويد، علم النفس الاجتماعي: أصوله ومبادئه، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1994.
- __ الاعلام والازمات السياسية، محمد جعفر، مجلة المحترف، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 10، العدد 2، يونيو 2023.
- __ الاعلام والاتصال بالجماهير، إمام إبراهيم، القاهرة، دار المعرفة، 1971.
- __ إيدروج، لخضر، المحتوى والثقافة الجماهيرية وسباق النظرية الإعلامية الإسلامية: قراءة سوسيولوجية لأيديولوجية الإعلام، المجلة الجزائرية للدراسات الإسلامية، 2(2)، 28 ديسمبر 2024، ص. 40-63.
- __ الديمقراطية، إشكاليات البحث الأكاديمي في الإعلام، 2024، عبر: democraticac.de
- __ سمير روجي الفيصل، مهارات الاتصال في اللغة العربية، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2004.
- __ سهام بوزيدي، الاتجاهات البحثية لعلوم الإعلام الجديد في الجزائر، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 10 يونيو 2019.
- __ شطح، محمد والعدوان، محمد نور، اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في المجالات العلمية العربية، كلية الإعلام، جامعة العين، الإمارات، 5 مارس 2022.
- __ فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (د.ت).
- __ فيصل، سمير روجي، مهارات الاتصال في اللغة العربية، ط1، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2004.
- __ قاضي يوسف محمد، السلوك التنظيمي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- __ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، القاهرة، 2003، ط1.
- __ مصطفى، معتصم بابكر، بحوث الاتصال في العالم العربي وفعاليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية، مجلة لباب، العدد 15، 2022.
- __ نشواتي، عبد المجيد، علم النفس التربوي، دار الفرقان للنشر، عمان، الأردن، 2003، ط4.

__يوسف تمار، مي عبد الله، سعد المشهداني وآخرون، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال: المشكلات النظرية والتطبيقية، ط1، 2023/1444.

__المشهداني، سعد سلمان، أنواع المتغيرات البحثية في البحوث الإعلامية، في "منهجية البحث الإعلامي"، (almerja.com).

تومي، حسين، الاتجاهات الشكلية للبحث في مذكرات الماستر وظروف إنجازها، مجلة المعيار، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مجلد 23، عدد 47، 15 يونيو 2019.

__Piaget, Jean (1952). The Origins of Intelligence in Children. Norton

__Piaget, Jean (1970). Genetic Epistemology. Columbia University Press.

__Ghiglione, R. & Richard, G. F. (1999). Cœurs de psychologie: origines et bases. Dunod, 3e éd., Paris

__Mass Communication and Media Research (2022). "Ethical Challenges in Media Studies". Journal of Mass Communication

الملاحق

ملحق (1): استمار الاستبيان

جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

إتجاهات البحث في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي

دراسة ميدانية على أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي-

في إطار القيام بدراسة ميدانية حول إتجاهات البحث في علوم الإعلام والاتصال، إعدادا لنيل شهادة ماستر في مجال الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، ونظرا لأهمية هذا الموضوع نتوجه بتساؤلاتنا لأساتذة قسم الإعلام والاتصال , نرجو منكم الإجابة عن أسئلة الاستمارة بدقة وموضوعية، لدعم الانتاج في البحث العلمي ، ونؤكد أن هذه البيانات موجهة للإستخدام في البحث العلمي .

__ إشراف الأستاذة:

__ إعداد الطالبات:

__ صالحى دليلة

__ تجاني ملاك

__ سعود نسرين

— يرجى وضع علامة (✓) عند الإجابة المناسبة.

-المحور الاول: المعلومات الشخصية

- 01_ النوع : ذكر ☐ انثى ☐
- 02_ المستوى الاكاديمي: استاذ تعليم عالي ☐ استاذ ☐ استاذ محاضر ☐ استاذ مساعد ☐ استاذ متعاون ☐
- 03 _ التخصص الدقيق في علوم الاعلام والاتصال: (.....)

المحور الثاني: الاتجاهات البحثية على المستوى المنهج البحثي وتقنيات

01_ ما هو المنهج الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي في دراستهم

- ☐ المنهج الوصفي(المسحي) ☐ المنهج التحليلي ☐ المنهج التجريبي ☐ المنهج السميولوجي
- ☐ منهج دراسة حالة ☐ المنهج التاريخي ☐ المنهج الاثنوغرافي اخرى ☐

02_اي انواع الدراسة يتوجه اليه طالب قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الوادي في دراسته

- ☐ الدراسات الكمية ☐ الدراسات الكيفية ☐ الدراسات المختلطة الكمية و الكيفية

03 ما هي أكثر الادوات استخداما في دراسات طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي في بحوثهم الاكاديمية

- ☐ الاستبيان ☐ الملاحظة ☐ المقابلة ☐ البؤر المركزية ☐ تحليل المضمون

04_ ما العينات الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الوادي في بحوثهم الاكاديمية

- ☐ العينة العشوائية البسيطة ☐ العينة العنقودية ☐ العينة الطبقية ☐ العينة المنتظمة
- ☐ لعينة الحصصية ☐ العينة الصدفية ☐ العينة الغرضية القصدية ☐ عينة كرة الثلج

— المحور الثالث: الاتجاهات البحثية على مستوى عناصر العملية الاتصالية

01_ ما هو أكثر عنصر من عناصر العملية الاتصالية يتم دراسته لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي

- ☐ دراسة جهور ☐ دراسة القائم بالاتصال ☐ دراسة لوسائل الاعلام ☐ دراسة الرسالة الاعلامية

02_ ما هو المدخل الاكثر توظيف لدى طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال في دراستهم

- المدخل النقدي ○ المدخل الوظيفي ○ مدخل تحليل النظم ○ المدخل التكاملي
○ مدخل الاعلام الجديد ○ مدخل الممارسات المهنية ○ مدخل التأثيرات

03_ ما هي النظريات الاكثر استخداما لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال

- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي ○ النظريات المتعلقة بالجمهور ○ نظريات التأثير المحدود
○ النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال ○ نظريات التأثير المعتدل ○ نظريات التأثير الانتقائي

المحور الرابع : الاتجاهات البحثية على مستوى الموضوعات

01_ ما هي المدارس التي يستخدمها طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي في دراستهم

- مدرسة شيكاغو ○ مدرسة الكلاسيكية ○ مدرسة APA

02_ ما هي المجالات البحثية التي اشرفت عليها او طرحتها في البحوث السابقة و الحالية

- إعلام جديد ○ الصحافة و الاعلام التقليدي ○ تكنولوجيا الاعلام ○ العلاقة العامة
○ اخرى

03_ ما نوع البحوث التي يفضلها طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال كمجال لاهتمام

- بحوث تطبيقية (دراسة ظواهر ميدانية) ○ بحوث نظرية (تحليل مفاهيم ونظريات)

04_ ما العوامل الأكثر تأثير على توجه طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال في اختيار موضوعاتهم البحثية

- اهتمامات أكاديمية ○ مشكلات واقعة في المجال ○ توصيات المشرفين او الزملاء

05_ ما الموضوعات التي تعتقد انها تفتقر الى البحث فيقسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الوادي

(.....)

المحور الخامس : مستقبل الابحاث العلمية في قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الشهيد حمة لاخضر الوادي

01_ ما هي ابرز الصعوبات التي تواجه طلبة قسم الاعلام بجامعة الوادي اثناء اعداد بحوثهم

- نقص المصادر ○ صعوبة الوصول للعينة ○ صعوبة استخدام الادوات البحثية
○ الدعم المالي ○ اخرى

02_ ما هي الموضوعات التي تعتقد انها ستكون الاكثر اهمية في مجال الاعلام و الاتصال خلال السنوات القادمة

(.....)

03 _ ما هي الموارد او الخدمات التي تفتقر اليه الجامعة لدعم البحث اعلمي في مجال علوم الاعلام و الاتصال

(.....)

04 _ ما هي التوصيات التي تقدمها لتحسين جودة البحث العلمي في جامعة الوادي في مجال علوم الاعلام والاتصال

(.....)

المحور السادس : تقييم عام

01 _ بناء على تجربتك ما هو تقييمك العام لمستوى الابحاث في مجال علوم الاعلام و الاتصال جامعة الوادي

○ ممتاز ○ جيد ○ مقبول ○ ضعيف

02 _ هل ترى ان هناك حاجة لتطور برامج داراسات عليا اضافة في مجال الاعلام الاتجال جامعة الوادي

○ نعم ○ لا

03 _ هل لاحظت ان هناك تطورا في توجهات الطلبة البحثية مقارنة بالسنوات السابقة

○ نعم ○ لا

ملحق (2): قائمة المحكمين

اسم ولقب المحكمين	الرتبة	التخصص
قيطة فاطمة الزهراء	استاذ محاضر	إعلام وإتصال
هابة طارق	أستاذ محاضر	إعلام وإتصال
بن بوزيان عبد الرحيم	استاذ تعليم عالي	اعلام واتصال

ملحق(3): جدول مذكرات الماجستير

الرقم	عنوان الدراسة	المنهج	الادلة	العيبة
1	الخطاب الديني في البرامج الإذاعية دراسة تحليلية لعينة من برامج دينية بأذاعة الجزائر من ورقة	المسحي	تحليل مضمون	بسيطة
2	الأيديولوجية الاجتماعية لغة الجسد دراسة تحليلية سيميولوجية لرقص التانغ والفايزي بواي سوف	السيميولوجي	مقارنة سيمي	قصيدة
3	دور إذاعة الوادي في نشر الثقافة السياحية دراسة ميدانية لعينة من المستمعين 2018	المسحي	استبيان	قصيدة
4	التغطية الإخبارية للآزمة الميمنية على قناة فرانس 24 انطلاقة بالمربية دراسة تحليلية لعينة من الفترات الرئيسية	المسحي	تحليل محتوى	قصيدة
5	تأثير مشاركة الجمهور عبر الفيسبوك في بناء الإحدى دراسة تحليلية لصفحة الشروق أون لاين ونشرة الأخبار الرئيسية لقد الوصفي	الوصفي	تحليل محتوى	قصيدة
6	تجاهات النخبة نحو تغطية قناة الجزيرة الإخبارية للآزمة الليبية دراسة ميدانية على عينة من اساتذة جامعة الوادي	الوصفي	استبيان	طريقة
7	التغطية الإعلامية لحوادث المرور بأذاعة الجزائر من الوادي -دراسة تحليلية-	الوصفي	تحليل محتوى	غ احتمالية
8	أثر السلطة السياسية على توجهات القنوات الفضائية الإخبارية العربية-دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي " الجزيرة" و" المرصد تحليل مضمون	الوصفي	تحليل مضمون	بسيطة
9	الفضاء التثقيفي بنشرات الأخبار بأذاعة الجهوية إذاعة الوادي - نموذجاً-	الوصفي	تحليل مضمون	غ- احتمالية
10	تجاهات الإعلاميين نحو أداء سلطة ضبط السمعي البصري بالجزائر دراسة ميدانية على أعالي القطاع السمعي البصري في الوصفي	الوصفي	استبيان مقارنة	غ- احتمالية
11	تجاهات الطلبة الجامعيين نحو الجرائم المرتكبة عبر وسائل الإعلام الجديد-دراسة ميدانية بجامعة الوادي-	المسحي	استبيان	قصيدة
12	البيئة الاجتماعية والمهنية للمراسل الصحفي بالجنوب الجزائري-دراسة ميدانية لعينة من مراسلي القنوات التلفزيونية الخ المسحي	المسحي	ملاحظة	قصيدة
13	استخدامات الطلبة الجامعيين للبرامج التلفزيونية "الكلمة الخفية" والأشعارات المحققة-دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة ح الوصفي تحليلي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
14	إنشاء خدمة الاتصال السمعي البصري في التشريع الجزائري-دراسة ميدانية لعينة من الأكاديميين والإعلاميين-	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
15	القيم الخيرية في نشرات أخبار الإذاعات المحلية -دراسة تحليلية لإذاعة الوادي الجهوية-	المسحي	تحليل محتوى	ع- منتظمة
16	السياسة الإعلامية في إذاعات الدولة الموجهة-دراسة ميدانية تحليلية لإذاعة الجزائر الدولية-	المسحي	تحليل محتوى	قصيدة
17	استخدامات الطلبة الجامعيين للبرامج التلفزيونية "الكلمة الخفية" والأشعارات المحققة-دراسة ميدانية لعينة من طلبة الوادي الوصفي	المسحي	استبيان ملاحظة	طريقة
18	دور إذاعة الوادي في نشر الثقافة المربية -دراسة ميدانية على عينة من السائقين بولاية الوادي-	الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
19	دور الإشهار في تقوية الوضعية التنافسية للمؤسسة-مكثرة	الوصفي	ملاحظة مقارنة مسح شامل	قصيدة
20	الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشرب الجملي بالوادي لشركات التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية على عينة من المسحي	المسحي	استبيان	طريقة
21	تجاهات الطلبة الجامعيين نحو السلسلة الترفيهية المنبلجة في القنوات الوطنية-دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة ح الوصفي تحليلي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
22	المعيار المهني والأخلاقي لحقوق الطفل الإعلامية في القنوات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين والإعلاميين-	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
23	تجاهات المراسلين المحليين نحو خلية الاتصال لولاية الوادي-دراسة ميدانية-	المسحي الوصفي	استبيان	غ- احتمالية
24	دور الموقع الإلكتروني لشركات الطيران في الاتصال مع الزبون-دراسة ميدانية لعينة من زبائن شركة الخطوط الجوية الجزائرية حالة	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
25	تأثير الهولوفات النكية على قيم وسلوكيات الأطفال المتمدرسين-مكثرة	الوصفي	ملاحظة استبيان	حصصية
26	تعرض المستهلك الجزائري للإشهار الإذاعي دراسة في الاستخدامات والإشعارات زبائن مؤسسة موبيليس- الوادي- نموذج مسحي	الوصفي	استبيان ملاحظة	تعليمية
27	مصفوفة الصفحات الإخبارية الجزائرية عبر الفيسبوك-دراسة ميدانية لطلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي-	وصفي	استبيان	عشوائية
28	فعالية الإشهار الإلكتروني لمؤسسة صفات الجزائر-دراسة ميدانية لعينة من زبائن الوكالة التجارية لاصفات الجزائر بالوصفي	المسحي	مقابلة استبيان	قصيدة
29	تجاهات الطلبة الجامعيين نحو مرفوقين الصحافة الإلكترونية-دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بديوي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
30	إخفاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة-من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين والصحفيين-دراسة مسح تحليلي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
31	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مسحي	المسحي الوصفي	ملاحظة مقارنة	قصيدة
32	دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء المذيعين -مذيعي إذاعة وهران نموذجاً-	الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
33	تجاهات الشباب الجامعي حول دور موقع الفيسبوك في التوعية السياسية -دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر مسحي	المسحي الوصفي	ملاحظة استبيان	قصيدة
34	استخدامات الأطفال المتمدرسين لموقع يوتيوب والإشعارات المحققة-دراسة حالة لمتوسطة ابن باديس بولاية وادي سد المسح الوصفي	المسحي الوصفي	ملاحظة استبيان	قصيدة
35	معالجة قناة الجزيرة الثانية للانتخابات الرئاسية بالجزائر 2019م-دراسة تحليلية لعينة من نشرات أخبار الثامنة مساء المسح الوصفي	المسحي الوصفي	ملاحظة تحليل	احصائية
36	تمثيل الدراما التلفزيونية الجزائرية للظواهر الاجتماعية في المجتمع الجزائري-تحليل سيميولوجي للسلسلة الجزائرية أولا تحليل أدوات استنشاد	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
37	استخدامات طلابية للتقنيات الحديثة في التواصل الاجتماعي التيك توك ونموذجاً والأشعارات المحققة منه-دراسة ميدانية لعينة من تلامذات الطالب الجامعي الجزائري للهاتف النقال-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي- المسح الميداني	المسح الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
38	تجاهات الجمهور المحلي نحو تغطية إذاعة وادي سوف للتحرك الشعبي	المسح الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
39	دلالات القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل-دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الوضعات الإشهارية السيميولوجي	المسحي	مقارنة سيمي	قصيدة
40	أثر الإشهارات الإلكترونية على سلوك المستهلكين-دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين في ولاية الوادي-	المسحي	استبيان	قصيدة
41	إتقافية القائم بالاتصال لدى جريتي الجديد والتحرير وفق نظرية حارس البوابة-مكثرة	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
42	دور الإذاعة في زيادة الوعي الثقافي لدى سائقي سيارات الاجرة-دراسة ميدانية لعينة من سائقي سيارة الاجرة بولاية الوادي-	المسحي	عرضية	قصيدة
43	دور العنف اللغوي في تدعيم الرسالة الانتخابية لدى الجمهور الجزائري-دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر مسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
44	المعالجة الإعلامية لفضاء الفساد المالي في الجزائر-دراسة تحليلية لفئة النهار tv والشروق نيوز	المسحي	تحليل مضمون	قصيدة
45	خصوصية المجموعات الاجتماعية الجزائرية-دراسة اتوغرافية لدراسة صفات الفيسبوك	الأتوغرافي	ملاحظة مقارنة	قصيدة
46	أثر استخدام المكثف لموقع الفيسبوك على السلوك الاجتماعي للطلقات الجامعات-دراسة ميدانية لعينة منطلقات مسحي	وصفي تحليلي	استبيان مقارنة	قصيدة
47	دور القنوات المتخصصة في التثنية الإعلامية للطفل-دراسة ميدانية-	وصفي تحليلي	استبيان مقارنة	قصيدة
48	استخدامات الطلبة الجامعيين لراديو الانترنت-دراسة ميدانية على عينة من طلبة العلوم الإنسانية بجامعة الشهيد حمه ا مسحي	المسحي	ملاحظة استبيان	قصيدة
49	صورة المستفيدين في السلسلات التلفزيونية العربية تحليل سيميولوجي لنمسل*التغريب الفسطينية*	سيميولوجي	مقارنة	قصيدة
50	القيم الاجتماعية في برامج قناة الشروق الجزائرية-دراسة تحليلية لعينة من برنامج *فتح قلب*	الوصفي	تحليل مضمون ع منتظمة	قصيدة
51	تغطية وسائل الاعلام الدولية لحادثة مقتل الأطفال الرضع بالوادي-دراسة تحليلية على عينة من وسائل الاعلام الدولية- الوصفي	الوصفي	تحليل مضمون	قصيدة
52	تجاهات الصحفيين نحو موقع الفيسبوك كمصدر للإخبارات الكاذبة -دراسة مسحية للصحفيين المراسلين في ولاية الوادي- المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
53	تفاعلية التعليقات الإلكترونية في الهولوفات النكية-يوتيوب نموذجاً*-دراسة ميدانية لعينة من طلبة الاعلام بجامعة الواد الوصفي المسحي	المسحي الوصفي	تحليل مضمون	قصيدة
54	التنقل الإعلامي لفضاء الفساد الإداري في البرامج التلفزيونية الساعرة في المجتمع الجزائري-دراسة تحليلية لعينة من برنام الوصفي المسحي	المسحي الوصفي	تحليل مضمون	قصيدة
55	المعالجة الإعلامية لظاهرة العنف الجماعي في الملاعب الجزائرية-دراسة تحليلية لبرنامج المكتشف في قناة الهدف- المسحي	المسحي	ملاحظة استبيان	قصيدة
56	التسويق الاجتماعي لفضاء البيئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة مسحية بولاية الوادي-	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
57	تجاهات الشباب الجامعي نحو حق الخصوصية في البرامج الحوارية للقنوات الجزائرية-دراسة ميدانية لطلبة الاعلام ولا المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
58	أثر الفيسبوك في نشر القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين-دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة الوادي لسنة 2021 الوصفي	الوصفي	تحليل مضمون ع- منتظمة	قصيدة
59	التنقل الإعلامي للمكثفات لاسرية في البرامج الاجتماعية -دراسة تحليلية على عينة من برنامج *عندي* من تلكلقة الفتح المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
60	انكساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات المهنية بالمؤسسة -دراسة حالة جامعة الوادي الوصفي المسحي	المسحي الوصفي	ملاحظة استبيان	قصيدة
61	دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي حول جلثة كورونا داخل المجتمع -دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الر الوصفي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
62	تأثير الأساليب الإشهارية المسموعة على السلوك الشرائي للمستهلك المحلي-دراسة مسحية على عينة من مستمعي إذاعة المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
63	أثر استخدام الاندماج الإلكتروني-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من الذكور لطلبة - المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
64	أثر الإشهار التلفزيوني لفئة النهار على القرار الشرائي للمستهلك الجزائري-دراسة ميدانية على عينة من جامعة الوادي- المسحي	المسحي	استبيان مقارنة	قصيدة
65	القياس بؤ ودور في متاربة الجريمة -دراسة ميدانية لعينة من طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية الوصفي	الوصفي	ملاحظة بالمشارة	قصيدة
66	استخدامات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية مضامين الصفحات الإخبارية في الفيسبوك-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
67	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
68	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
69	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
70	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
71	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
72	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
73	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
74	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
75	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
76	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
77	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
78	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
79	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
80	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
81	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
82	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
83	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
84	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
85	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
86	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
87	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
88	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
89	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
90	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
91	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
92	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
93	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
94	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
95	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة
96	أثر الإشهارات الإلكترونية-المتنوعة على اتجاهات وسلوكيات المراهقين-دراسة ميدانية على عينة من طلبة لاروصفي مسحي	المسحي الوصفي	استبيان مقارنة	قصيدة