

اتجاهات البحوث الإعلامية في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته (2015 – 2020م)

حسن عبد الله يحيى دجرة / جامعة الحديدة / اليمن h91973@gmail.com

تاريخ النشر

2021/2/25

تاريخ تقييم البحث

2021/2/22م

تاريخ ارسال البحث

2021/2/4م

الملخص: يهدف هذا البحث إلى رصد وتحليل اتجاهات البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته في الفترة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م. ويُعد من البحوث الوصفية، ويعتمد على منهج تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي وبأسلوب التحليل من المستوى الثاني على (58) بحثاً بالمسح الشامل، وأشارت النتائج إلى تعدد الجامعات التي ينتمي إليها الباحثون والتي بلغت (23) جامعة موزعة على (8) دول عربية، وأوضحت النتائج تنوع تخصصات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة كما تنوعت الموضوعات التي تناولتها تلك البحوث، واستأثرت البحوث التطبيقية على نسبة كبيرة، وفي مقدمتها تأتي البحوث الميدانية، وغالبية تلك البحوث تبنت "المنهج المسحي" يليه "المنهج الوصفي".

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، البحوث الإعلامية، مجلة كلية الفنون والإعلام.

Abstract

Trends of Mass Communication Research in The Faculty of Media and Arts Journal at Misurata University (2015-2020)

Hasan Abdullah Yahya Dejarah

This research seeks to monitor trends in media research that published in the Journal of the Faculty of Arts and Media at Misurata University from November 2015 until December 2020. On the other hand, this research is considered as a descriptive one, and it depends on the method of content analysis, both quantitative and qualitative, by applying melta analysis on (58) researches have been selected in a manner comprehensive survey. The results indicated the diversity of universities to which the researchers belong, which amounted almost (23) universities distributed among (8) Arabic

countries. The results showed the diversity of media researches' majors which is published in the magazine, as well as the various topics covered by those researches. Applied researches got a large percentage. On the summit of the researches were "field researches". Also, most of these researches have been prepared in different ways which they are "survey approach", followed by the "descriptive approach".

Key words: Trends, Mass Communication Researches, The Faculty of Media and Arts Journal

المقدمة:

يعتبر البحث العلمي ركناً أساسياً تستند عليه عجلة استمرار الحياة وتطويرها، حيث يحدد الباحثون المشكلات العلمية المختلفة ويقدمون التفسيرات الدقيقة لجوانب تلك المشكلات باستخدام المناهج العلمية السليمة للوصول إلى الحلول المناسبة، لذا تُولي الدول المتقدمة البحث العلمي اهتماماً كبيراً، وتخصص ميزانياتٍ كبيرة لحقل البحث العلمي ودعم الباحثين.

وفي إطار التخصص في مجال البحث العلمي تأتي البحوث الإعلامية لترتكز على الظواهر الإعلامية وتُخضع كافة عناصر العملية الاتصالية للبحث والدراسة لتطوير تلك العملية والوصول إلى الهدف المنشود.

واتجهت كثير من أقسام وكليات الإعلام والمراكز الإعلامية المتخصصة -في مختلف أنحاء العالم- إلى إصدار مجلات علمية إعلامية محكمة ينشر من خلالها الأكاديميون والباحثون إنتاجهم العلمي، وبما يسهم في تطوير الإعلام في مختلف المؤسسات والهيئات الإعلامية والمراكز.

وتُعد البحوث الإعلامية المنشورة في المجلات العلمية المحكمة مصدراً مهماً من مصادر المعلومات وإضافة نوعية في حقول المعرفة المتخصصة، حيث ينجز تلك البحوث متخصصون في مختلف مجالات الإعلام، فضلاً عن كونها تخضع لتقييم علمي دقيق وشفاف من أكاديميين متخصصين للوصول بالإنتاج الفكري إلى مستوى رفيع من الجودة.

ونظراً لأهمية تلك البحوث فإن هذا البحث يلقي الضوء على اتجاهات البحوث الإعلامية في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته بلبيبا خلال الفترة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م.

• مشكلة البحث:

تحدد المشكلة البحثية في رصد وتحليل اتجاهات البحوث الإعلامية في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته بلبيبا في الفترة الممتدة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م.

• أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته من أهمية البحث العلمي عموماً وأهمية البحوث الإعلامية على وجه الخصوص، وكذلك أهمية مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته -نفسها- باعتبارها مجلة علمية محكمة وتمثل أحد منابر النشر العلمي الأكاديمي الإعلامي المتخصص، وأيضاً أهمية هذا البحث نفسه كدراسة تحليلية نقدية لاتجاهات البحوث الإعلامية.

• أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى رصد وتحليل اتجاهات البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته في الفترة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م

• تساؤلات البحث:

يتمثل التساؤل الرئيسي لهذا البحث في: ما اتجاهات بحوث الإعلام في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته خلال الفترة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م، ومن خلال هذا التساؤل الرئيس تنبثق التساؤلات التالية:

- 1- ما سمات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال -فترة البحث-، وما سمات الباحثين المشاركين بالنشر في المجلة؟
- 2- ما التخصصات العلمية للبحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال فترة البحث؟
- 3- ما هي موضوعات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال فترة البحث؟
- 4- ما تصنيف البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة-خلال فترة البحث- حسب نوع الدراسة وفقاً لأدوات جمع البيانات؟
- 5- ما المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث؟
- 6- ما المجتمعات والعينات التي استهدفتها البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال فترة البحث؟
- 7- ما هي أدوات جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث؟
- 8- ما هي النظريات المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال فترة البحث؟

• الدراسات السابقة:

تناول بعض الباحثين في دراساتهم البحوث الإعلامية سواءً تلك التي أُعدت كرسائل للماجستير أو الدكتوراه أو تلك البحوث المنشورة في المجلات العلمية المتخصصة أو البحوث المقدمة للمؤتمرات العلمية المتخصصة، ولعلي هنا أستعرض ما تمكنت من الإحاطة به من تلك البحوث والدراسات:

لقد رصدت دراسة وسام نصر (2020م)⁽¹⁾ الدراسات العلمية التي تناولت استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية

بأبعادها وأنماطها المختلفة وذلك خلال الفترة من عام 2014 وحتى 2019م على عينة بلغت (127) بحثاً عربياً وأجنبياً، وأكدت النتائج تنوع المناهج البحثية في الدراسات العربية، في حين اعتمدت جميع الدراسات الأجنبية على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني.

وهدفت دراسة ماجد سالم تريان (2019م)⁽²⁾ إلى التعرف على الجوانب الإجرائية والمنهجية في بحوث الصحافة في فلسطين خلال العقدين الماضيين 2000/2018م، وذلك بتحليل (148) بحثاً، وبينت الدراسة أن أغلب الباحثين يميلون إلى التكامل في استخدام المناهج، كما يميلون إلى استخدام أكثر من أداة بحثية، وتتوعد العينات المستخدمة في تلك البحوث.

ورصدت دراسة السيد عبد الرحمن علي (2019م)⁽³⁾ الدراسات الإعلامية العربية الخاصة بالأزمات وتوصيفها وتحليلها من المستوى الثاني، وأجرى الباحث دراسته على (128) بحثاً ودراسة عربية معنية بالأزمات، وأبرزت النتائج هيمنة الدراسات الوصفية إضافة إلى هيمنة منهج المسح، وأكدت النتائج أن الاستبيان كان الأداة الأكثر استخداماً.

وتناولت دراسة سهير عثمان عبد الحليم (2018م)⁽⁴⁾ بالرصد والتحليل والتقييم واقع (37) دراسة عربية وأجنبية في مجال علاقات الصحافة بمواقع الشبكات الاجتماعية خلال الفترة من 2012م حتى 2017م، وقد أُجريت الدراسة على، وأكدت النتائج أن ثمة تقارب بين المدرستين العربية والأجنبية فيما يتعلق بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي داخل غرف الأخبار.

وكشفت دراسة شكريّة كوكز السراج (2018م)⁽⁵⁾ عن اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة من خلال تحليل مضمون (330) منشوراً في مجلة الباحث الإعلامي من آذار 2005م وحتى 2017/12/31م، وأجرت

الباحثة دراسة ميدانية على (100) عضو من أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام بجامعة بغداد والجامعات العراقية الأخرى، وأكدت النتائج تقدم البحوث التطبيقية بنسبة بلغت (56.37%) من البحوث عينة الدراسة.

كما سعت دراسة محمد علي القعاري (2018م)⁽⁶⁾ إلى التعرف على مناهج البحث في الدراسات الإعلامية العربية، وحدد الباحث اليمن أنموذجاً، وذلك من خلال دراسة واقع (98) رسالة ماجستير ودكتوراه، وتصنيفها علمياً من خلال بيان اتجاهاتها البحثية، وأكدت النتائج غلبة الدراسات الوصفية وقلة الدراسات التجريبية والارتباطية.

وكشفت دراسة رعد جاسم الكعبي (2017م)⁽⁷⁾ عن علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامية من خلال تحليل (100) بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي في الفترة 2007-2016م، وأكدت نتائج الدراسة أن 50% من بحوث العينة حققت الأهداف في النتائج، في حين أن 35% من نتائج تلك البحوث كانت مشتتة الأهداف.

ورصدت دراسة عائشة كعباش (2016م)⁽⁸⁾ اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني في الجزائر من سنة 2005 إلى سنة 2010م من خلال تحليل (25) رسالة جامعية تم اختيارها بالحصص الشامل من جامعة الجزائر3، وأوضحت النتائج اهتمام معظم الرسائل التي تم تحليلها بموضوع أثر الإعلام الإلكتروني على المستخدمين، وكان الجمع بين أكثر من منهج والجمع بين أكثر من أداة هو الغالب في تلك الرسائل.

وحددت دراسة Louisa Ha, et al. (2015م)⁽⁹⁾ الاتجاهات والممارسات في استخدام طريقة المسح في بحوث الاتصال الجماهيري بتحليل محتوى 479 مقالة بحثية منشورة في أربع مجلات اتصال جماهيري: Journal of Communication, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Journalism and Mass Communication Quarterly, and Communication

Research، وأظهرت النتائج أن المقالات في كل مجلة تختلف اختلافاً كبيراً في وضع الاستبيان، واختارت معظم الدراسات أخذ العينات غير الاحتمالية. ورصدت دراسة سيد بخيت (2010م)⁽¹⁰⁾ أبرز الاتجاهات والتيارات البحثية السائدة في عالم الصحافة من خلال مسح وتحليل الكتابات والدراسات المتعلقة بالتغيرات والبحوث الصحفية والتي نشرت في الفترة ما بين 2000 وحتى عام 2009م في أبرز الدوريات العلمية والأكاديمية الأجنبية، وكشفت هذه الدراسة أن كثرة اهتمام الدراسات الأولى بتحليل المحتوى واستخدام الجمهور للوسائل وتأثيراتها يرجع إلى الطبيعة غير النقدية لبحوث الاتصال.

وحللت دراسة **W. James Potter and Karyn Riddle (2007م)**⁽¹¹⁾ مضمون وسائل الإعلام من خلال دراسة تحليلية لأدبيات ست عشرة مجلة إعلامية في الفترة من 1993م إلى 2005م، وأكدت نتائج الدراسة أن مجلة (Journal of Broadcasting & Electronic Media) أكثر المجالات اهتماماً بدراسة تأثير وسائل الإعلام، وجاءت الدراسات التي تناولت التلفزيون والراديو والتسجيلات في المرتبة الأولى، ثم الانترنت، ثم الأفلام.

• نوع الدراسة ومنهجها وعينتها وأدوات جمع البيانات:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، ويعتمد البحث على منهج تحليل المضمون، كما يعتمد على أسلوب التحليل من المستوى الثاني لتحليل البحوث الإعلامية التي تم نشرها في مجلة كلية الفنون والإعلام في الفترة من نوفمبر 2015م وحتى ديسمبر 2020م. وبلغت البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال تلك الفترة- (58) بحثاً.

اتجاهات البحوث الإعلامية في مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته
(2015- 2020م)

جدول (1) يوضح عدد البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام خلال فترة البحث

عدد البحوث الإعلامية	التاريخ	العدد	عدد البحوث الإعلامية	التاريخ	العدد
2	ديسمبر 2018م	السادس	5	نوفمبر 2015م	الأول
3	يونيو 2019م	السابع	9	يونيو 2016م	الثاني
6	ديسمبر 2019م	الثامن	5	ديسمبر 2016م	الثالث
6	يونيو 2018م	التاسع	7	يونيو 2017م	الرابع
8	ديسمبر 2018م	العاشر	7	ديسمبر 2017م	الخامس

وتم تحديد الفئات الرئيسية لاستمارة التحليل بناءً على أهداف البحث

وتساؤلاته كما يلي:

- 1- فئة سمات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-،
وسمات الباحثين المشاركين في نشر تلك البحوث.
- 2- فئة التخصصات العلمية للبحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة
البحث.
- 3- فئة موضوعات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-.
- 4- فئة نوع الدراسة وفقاً لأسلوب جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة
في المجلة - خلال فترة البحث.
- 5- فئة المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة
خلال فترة البحث.
- 6- فئة المجتمعات التي استهدفتها البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال
فترة البحث.
- 7- فئة أدوات جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال
فترة البحث.

8- فئة النظريات المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال فترة البحث.

وبعد تحديد تلك الفئات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين⁽¹²⁾ وبلغ معامل الثبات (0.92%). بتطبيق معادلة (هولستي)⁽¹³⁾ من خلال إعادة الاختبار على عشرة بحوث وبفاصل زمني بلغ ثلاثة أسابيع. وتم إعداد دليل ترميز الاستمارة، ومن ثم إدخالها إلى الحاسب، وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج (SPSS V.23)، وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية في المعالجة الإحصائية للبيانات.

• الإطار النظري: البحوث الإعلامية في المجالات العلمية المتخصصة:

لعلي انطلق في تأصيل الإطار النظري لهذا البحث من تعريف الأستاذ الدكتور محمد عبد الحميد للبحث الإعلامي حيث عرفه بأنه "نشاط علمي منظم يكشف عن الظواهر الإعلامية والحقائق المتصلة بالظاهرة الإعلامية وأطرافها والعلاقات بينها وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف ووصف هذه الحقائق وتفسيرها والتوقع باتجاهات الحركة فيها"⁽¹⁴⁾.

ويميل البحث الإعلامي اليوم إلى التخصص، فهناك بحوث تتعلق بوسائل الإعلام تسمى "بحوث الوسيلة"، وهناك بحوث تتعلق بجمهور وسائل الإعلام تسمى "بحوث الجمهور"، وهناك بحوث تتعلق باستطلاعات الرأي حول ظاهرة معينة تسمى "بحوث الرأي العام" وجميع هذه البحوث تهتم بمعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل، وتسلط الضوء على أسباب الظواهر أو المشكلات الإعلامية ونتائجها، وتوازن هذه البحوث بين الأمور لتبين صحتها وتهدف إلى إبراز حقيقة ما أو تضع حلاً لمشكلة ما: ثقافية أو علمية أو اجتماعية أو

دينية أو تتوصل إلى اكتشاف جديد أو تطوير استخدام أو اشباع في وسيلة إعلامية أو تصحيح خطأ شائع في المجالات الإعلامية المتعددة⁽¹⁵⁾.

وتتبع أهمية الحاجة إلى إجراء البحوث الإعلامية من أهمية وسائل الإعلام ذاتها، ومن الأسباب التي دعت إلى ضرورة البحث في الموضوعات الإعلامية ودراستها بأسلوب علمي ما يلي:⁽¹⁶⁾

- 1- اهتمام الجمهور والحكومات بتأثير وسائل الإعلام.
- 2- فهم أنواع الاتصال ووسائله.
- 3- نمو تخصص الإعلام وتعدد مجالاته.
- 4- حاجة المعلنين إلى التعرف على الجمهور المستهلك وتحديد سبل الوصول إليهم.

ولأهمية البحوث الإعلامية حرصت كثير من أقسام وكليات الإعلام ومراكز بحوث الإعلام المتخصصة على إصدار مجلات علمية محكمة بهدف تشجيع البحث العلمي الإعلامي وبما يسهم في تطوير المؤسسات الإعلامية. ولعلنا نستطيع أن نقسم المجلات العلمية التي تهتم بنشر البحوث الإعلامية إلى مجلات عامة تهتم بنشر البحوث الإعلامية إلى جانب بحوث في مجالات أخرى، وأخرى متخصصة تهتم بنشر البحوث الإعلامية في مختلف المجالات الإعلامية. ووضعت تلك المجلات شروطاً وقواعد للنشر كما أنها تستعين بهيئات استشارية علمية من متخصصين وأكاديميين من ذوي الخبرة والكفاءة وبما يحقق رصانة النشر.

عن مجلة كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته بليبيا:

هي مجلة علمية محكمة متخصصة تصدر عن كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته، صدر عددها الأول في نوفمبر من العام 2015م، وعرفت المجلة نفسها بأنها "مجلة علمية محكمة نصف سنوية". وأوضحت المجلة في

عدها الأول بأنها تعني بنشر البحوث والدراسات العلمية في علوم الفنون والإعلام، كما أكدت المجلة أنها تهتم أيضاً بنشر مراجعات وعروض الكتب العلمية في شتى صنوف المعرفة المتعلقة بالفنون والإعلام، كما تنشر التقارير عن المؤتمرات والندوات والأنشطة العلمية في مجال الفنون والإعلام". وحددت المجلة في عددها الأول قواعد النشر كما هو معمول به في جميع المجالات العلمية الأكاديمية المحكمة.

وتحمل المجلة رقم الايداع المحلي (2016/210) بدار الكتب الوطنية – بنغازي، كما تحمل الرقم الدولي " (Online) ISSN 2523-272x، ISSN (Print) 2523-2711"، وحصلت على معامل "أرسييف Arcif" لسنة 2020م بمعامل بلغ (0.0556)، وقد صُنفت المجلة ضمن الفئة (الثانية Q2) وهي الفئة الوسطى المرتفعة في تخصص العلوم الإنسانية (متداخلة التخصصات) على المستوى العربي، كما صُنفت المجلة ضمن الفئة (الثالثة Q3) وهي الفئة الوسطى في تخصص (الإعلام والاتصال) على المستوى العربي. وتتألف هيئة تحرير المجلة من (رئيس التحرير: د. مفتاح محمد اجعيه بلعيد، مدير التحرير: أ. معز علي السريتي) ولدى المجلة هيئة استشارية من عدد من الجامعات الليبية والعربية.

- نتائج البحث:
- سمات العينة:

جدول (2) يوضح سمات العينة

السمات		ك	%	السمات		ك	%		
الدولة والجامعة	اليمن	1	1.4	نكر	النوع	60	81.1		
	اجمالي الباحثين من اليمن	11	14.9	أنثى		14	18.9		
	الجزائر	خنشلة	1	1.4	دكتوراه	المؤهل	56	75.7	
		جيلالي بونعامة	2	2.7	باحث		18	24.3	
		الجزائر	1	1.4	منفرد	عدد المؤلفين	44	75.9	
	اجمالي الباحثين من الجزائر	4	5.4	مؤلفان	12		20.7		
	السودان	كردفان	3	4.1	ثلاثة مؤلفين		2	3.4	
		أم درمان	1	1.4	ليبيا	الدولة والجامعة	22	29.7	
	اجمالي الباحثين من السودان	4	5.4	مصراته			6	8.1	
	الامارات	كلية الامارات	3	4.1			سرت	5	6.8
		العين	1	1.4			بنغازي	4	5.4
	اجمالي الباحثين من الامارات	4	5.4	طرابلس			3	4.1	
	الأردن	جدارا	3	4.1			الأكاديمية الليبية	1	1.4
		العراقية	1	1.4			عمر المختار	1	1.4
	العراق	الأنبار	1	1.4			الزيتونة	1	1.4
		اجمالي الباحثين من العراق	2	2.7			الأسمرية	1	1.4
	الكويت	1	1.4	اجمالي الباحثين من ليبيا			43	58.1	
	لم يحدد	2	2.7	الحديدة	اليمن	6	8.1		
				صنعاء		3	4.1		
			العلوم الحديثة	1		1.4			

المجموع: عدد الأبحاث (58 بحثاً) ، عدد الباحثين (74 باحثاً)

أظهرت نتائج الجدول السابق أن عدد الباحثين الذين شاركوا بنشر بحوثهم الإعلامية في مجلة كلية الفنون والإعلام - خلال فترة البحث - بلغ (74) باحثاً

وباحثة، ويلاحظ التفوق الواضح في عدد المؤلفين من الذكور بعدد بلغ (60) باحثاً وبنسبة (81.1%) مقابل (14) باحثة بنسبة بلغت (18.9%)، ومن خلال رصد الباحث لمشاركات المؤلفات من الإناث فقد تبين أن مشاركاتهن قد توزعت على مختلف أعداد المجلة -خلال فترة البحث- كما أن سبعاً من المشاركات انفردن بأبحاث مستقلة، وأشتركت الأخريات مع باحثين آخرين. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة فيما يتعلق بتفوق الذكور على الإناث في النشر العلمي⁽¹⁷⁾.

ولعلنا نفسر قلة عدد المشاركات باعتباره ظاهرة عالمية منتشرة في مختلف التخصصات حسب ما أكده التحليل البليومتري الذي أجرته كاسيدي ر. سوجيموتو وزملاؤها حول أوجه التفاوت بين الجنسين في الإنتاج العلمي على مستوى العالم، حيث أكد هذا التحليل أن مشاركة النساء على مستوى العالم أقل من 30% من المؤلفين المشاركين⁽¹⁸⁾.

وأوضحت النتائج غلبة الباحثين من ذوي المؤهل العلمي "الدكتوراه" ممن يعملون في المجال الأكاديمي في الجامعات والكليات والمعاهد وبنسبة عالية بلغت (75.7%) من البحوث الإعلامية المنشورة، وهي نتيجة مقبولة حيث وأن الحاصلين على درجة الدكتوراه أكثر مهارة في إعداد البحوث العلمية إضافة إلى حرصهم على النشر في المجالات العلمية المحكمة بغرض الترقية إلى درجات علمية أعلى.

وكشفت النتائج هيمنة التأليف "المنفرد" بنسبة عالية بلغت (75.9%) من البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال فترة البحث-، وبلي ذلك البحوث ذات الجهد المشترك لاثنتين من الباحثين بنسبة بلغت (20.7%)، وتم رصد بحثين فقط أنجزهما ثلاثة باحثين -لكل بحث- وبنسبة ضعيفة بلغت (3.4%)،

في حين لم تظهر دراسات أنجزها أربعة باحثين فأكثر خلال فترة البحث. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسات سابقة فيما يتعلق بغلبة التأليف المنفرد في البحوث الإعلامية⁽¹⁹⁾.

وهذا مؤشر على غياب التعاون والتنسيق بين الباحثين لإنجاز بحوث مشتركة، ولعل تفسير ذلك يكمن في حرص الأساتذة على البحوث الفردية في انتاجهم العلمي بغية الترقية.

وتشير نتائج الجدول -أعلاه- إلى الانتشار الجغرافي الذي حققته المجلة على مستوى الوطن العربي حيث تعددت الجامعات التي ينتمي إليها الباحثون من مختلف الدول العربية، حيث نشر بها أربعة وسبعون باحثاً وباحثة من ثلاث وعشرين جامعة موزعين على ثمان دول عربية.

وقد حظيت ليبيا بالصدارة ونسبة بلغت (58.1%) ولعلنا نجد مبرراً لذلك كونها دولة مقر المجلة، وعلى مستوى الجامعات الليبية تصدرت جامعة مصراته قائمة الجامعات الليبية بنسبة بلغت (29.7%) ولعلنا أيضاً نستطيع تفسير ذلك كون المجلة تصدر عنها، ثم جامعة سرت تليها جامعة بنغازي ثم طرابلس فالأكاديمية الليبية، وأخيراً جامعات (عمر المختار والزيتونة والأسمرية).

وتأتي اليمن في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (14.9%) وبمشاركة باحثين من أربع جامعات (الحديدة وصنعاء والعلوم الحديثة وحضرموت)، ثم جاءت الجزائر في المرتبة الثالثة بنسبة (5.4%) وبمشاركة باحثين من جامعات (جبلالي بونعامة والجزائر وخنشلة)، ثم باحثين من جامعتي (كردفان وأم درمان الإسلامية) من السودان، وباحثين من جامعتي (كلية الإمارات للتكنولوجيا وكلية العين للعلوم والتكنولوجيا) من الإمارات، وباحثين من جامعة (جدارا) بالأردن، وجامعتي (العراقية والأنبار) بالعراق، وأخيراً جامعة الكويت.

وهذا الانتشار الجغرافي الكبير يعطي مؤشراً على النجاح الذي حققته المجلة في استقطابها للباحثين في مجال الإعلام من عدد من الدول العربية ومن جامعات مختلفة في فترة وجيزة.

● تخصص البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة – خلال فترة البحث –:

جدول (3) يوضح تخصص البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة – خلال فترة البحث

التخصص	ك	%
الإعلان	5	1.03
الصحافة	6	8.6
الإذاعة	7	3.4

التخصص	ك	%
الإعلام الجديد	18	31.0
التلفزيون	12	20.7
إعلام عام	8	13.8
العلاقات العامة	7	12.1

المجموع: 58 بحثاً

أوضحت نتائج الجدول أعلاه تنوع تخصصات البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام – خلال فترة البحث – وهذا يؤكد اهتمام الباحثين بدراسة وبحث كافة تخصصات الإعلام المختلفة وإن تفاوت ذلك الاهتمام بتخصص دون آخر، ولعلنا نُعزي ذلك إلى اختلاف تخصصات الباحثين الذين شاركوا بنشر أبحاثهم في المجلة خلال فترة البحث، وفيما يلي تفصيل ذلك:

– جاءت بحوث "الإعلام الجديد" في مقدمة البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة – خلال فترة البحث – بنسبة بلغت (31.0%) ومرد ذلك يكمن في حداثة هذا التخصص وحرص الباحثين على تناول موضوعات تواكب التطور التكنولوجي والتقني في مجال الإعلام حيث أوضحت وسائل الإعلام تؤدي مهامها بسهولة في بيئة الويب وبما يحقق التفاعلية، فتناولت بعض البحوث دور الإعلام الجديد في تعزيز المواطنة⁽²⁰⁾، وتشكيل الهوية الاجتماعية⁽²¹⁾،

وكذلك التأثير على الهوية الثقافية والاجتماعية⁽²²⁾، ودور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي⁽²³⁾، وتوظيف الإعلام الجديد في أوقات الأزمات⁽²⁴⁾، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الثقافة العلمية⁽²⁵⁾، وواقع استخدام الانترنت وتقنيات الاتصال والمعلومات في البحث العلمي⁽²⁶⁾، وأبعاد التفاعلية في الصحافة الإلكترونية⁽²⁷⁾، ومعالجة الصحف الإلكترونية لظاهرة الهجرة غير القانونية⁽²⁸⁾، والتغييرات التي طرأت على المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة⁽²⁹⁾.

- تلا ذلك بحوث "التليفزيون" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (20.7%)، حيث ركز الباحثون على القنوات الفضائية العربية والعربية الموجهة، فتطرق بحثاً للقنوات الفضائية الغنائية⁽³⁰⁾، وبحث آخر سلط الضوء على صحافة المواطن المرئية في قناة ال بي بي سي⁽³¹⁾، وركزت بحوث أخرى على تحليل محتوى القنوات الفضائية الليبية⁽³²⁾ والسورية⁽³³⁾ وقناة الحدث⁽³⁴⁾، وتناول بحث سيميائية الخطاب البصري⁽³⁵⁾، وكشف بحث عن دور التليفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية عموماً⁽³⁶⁾، ودور التليفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور على وجه الخصوص⁽³⁷⁾.

- وجاءت بحوث "الإعلام العام" في المرتبة الثالثة من اهتمام الباحثين بنسبة بلغت (13.8%)، حيث تناول الباحثون دور الإعلام في خدمة اللغة العربية⁽³⁸⁾، ودور الإعلام في معالجة قضايا الإرهاب سواء من حيث دور الإعلام والعلومة في تنامي ظاهرة الارهاب الدولي⁽³⁹⁾ أو من وجهة نظر الإعلاميين⁽⁴⁰⁾، والخطاب الديني لوسائل الاتصال⁽⁴¹⁾، وواقع تعليم الإعلام عموماً⁽⁴²⁾ أو واقع تعليم مقررات بحد ذاتها⁽⁴³⁾.

- واحتلت بحوث "العلاقات العامة" المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (12.1%)، حيث تناولت بعض البحوث دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات⁽⁴⁴⁾، وكذلك دور

العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي⁽⁴⁵⁾، وواقع العلاقات العامة في بعض المؤسسات⁽⁴⁶⁾، والرضا وعلاقته بالأداء الوظيفي⁽⁴⁷⁾، ومعوقات الاتصال التنظيمي في منظمات الأعمال⁽⁴⁸⁾.

- وجاءت بحوث "الإعلان" بنسبة بلغت (10.3%)، فقد تطرقت بحوث إلى جوانب تخص الإعلان من حيث أخلاقيات الإعلان⁽⁴⁹⁾، وركز آخرا على فاعلية الإعلانات بشكل عام⁽⁵⁰⁾، أو إعلانات الطرق بشكل خاص ودورها في تعزيز الولاء للسمع والخدمات⁽⁵¹⁾، وسلط آخر الضوء على العوامل المؤثرة على اقتصاديات الإعلان في القنوات الفضائية⁽⁵²⁾، وحدد آخر العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك نحو الإعلان في الفيس بوك⁽⁵³⁾، وكشف بحث عن اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو صورة المرأة في الإعلانات كما تعكسها القنوات الفضائية العربية⁽⁵⁴⁾.

- وجاءت بحوث "الصحافة" في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة بلغت (8.8%)، وتنوعت بحوث الصحافة ما بين تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية⁽⁵⁵⁾، وتحليل مضمون الخطاب الصحفي العربي لقضايا الاعتدال والتطرف⁽⁵⁶⁾، وكذلك بدايات الصحافة في مصراته⁽⁵⁷⁾، ودور مجلس الصحافة والمطبوعات السوداني في تطوير الأداء الصحفي⁽⁵⁸⁾، وتوظيف الصحف الليبية للعناصر التبيوغرافية في عرض المضمون السياسي⁽⁵⁹⁾.

- ويلاحظ ضعف البحوث في مجال "الإذاعة" حيث جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة محدودة بلغت (3.4%)، واقتصرت على بحثين فقط تناول أولهما دور القيادات الإدارية بإذاعة مصراته fm في رفع كفاءة العاملين في الإذاعة⁽⁶⁰⁾، وتناول الآخر الرضا المهني للقائمين بالاتصال في الإذاعات الليبية المتخصصة بالطفل "راديو سنابل" fm بمدينة بنغازي أنموذجاً⁽⁶¹⁾.

• موضوعات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-:

جدول (4) يوضح موضوعات البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-

الموضوع	ك	%	الموضوع	ك	%
علمي	6	6.9	إعلامي	1	43.1
ديني	7	3.4	اجتماعي	2	12.1
تعليمي	8	3.4	سياسي	3	12.1
ثقافي	9	1.7	اقتصادي	4	8.6
رياضي	10	1.7	صحي	5	6.9
الاجمالي: 58 بحثاً					

توضح نتائج الجدول السابق تنوع الموضوعات التي تناولتها البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام - خلال فترة البحث- مما يعكس تعدد وتباين اهتمامات الباحثين الذين شاركوا في نشر تلك البحوث، ويمكننا أن نتبين ذلك بالتفصيل فيما يلي:

اهتم العدد الأكبر من البحوث بالموضوعات "الإعلامية" في المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة بلغت (43.1%) من البحوث المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-، وهي نتيجة منطقية تتماشى وتخصص الباحثين في مختلف أقسام وكليات الإعلام وأيضاً تخصص المجلة في الفنون والإعلام، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسات سابقة فيما يتعلق باهتمام الباحثين بالموضوعات الإعلامية بنسبة كبيرة⁽⁶²⁾. وقد تنوعت الموضوعات الإعلامية التي تناولها الباحثون، فعلى سبيل المثال بينت دراسة إبراهيم أبو بكر و تامر سالم دور القيادات الإدارية بإذاعة مصراته fm في رفع كفاءة العاملين في الإذاعة من خلال دراسة ميدانية على 31 مبحوثاً من العاملين في الإذاعة⁽⁶³⁾.

- ثم تأتي الموضوعات "الاجتماعية" في المرتبة الثانية في البحوث الإعلامية - موضع البحث- بنسبة بلغت (12.1%) وهو ما يؤكد ربط الباحثين وسائل الإعلام بالمجتمع. فقد سعت -على سبيل المثال- دراسة خالد سالم إلى الكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية للتلفزيون باعتباره أحد وسائل التنشئة الاجتماعية للطفل⁽⁶⁴⁾.
- وجاءت الموضوعات "السياسية" في المرتبة الثانية أيضاً بنسبة بلغت (12.1%) وهو ما يعكس حرص الباحثين على كشف العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة، فتناول مفتاح أجعيه كيفية توظيف الصحف اللبية للعناصر الجغرافية في عرض المضمون السياسي⁽⁶⁵⁾، وكشفت دراسة جبريل عن الجوانب الخفية في الدعاية السياسية الأمريكية⁽⁶⁶⁾، وهدفت دراسة الخالدي إلى تحليل المحتوى الإعلامي للقنوات السورية التي تقف إلى جانب النظام والقنوات التي تدعم توجهات النظام السوري مما أدى إلى اختلافات الرأي السياسي للمشاهدين وتشكيل الرأي السياسي لديهم⁽⁶⁷⁾، وتناول الغزالي دور القنوات الاتصالية في الحملات الانتخابية⁽⁶⁸⁾.
- وقد اهتمت "8.6%" من البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة بـ"الموضوعات الاقتصادية"، مما يعكس مساهمة الإعلام في تنشيط الجانب الاقتصادي، فوقف بحثٌ على دور العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي ونشر ثقافة الادخار⁽⁶⁹⁾، وتناولت بحوث أخرى دور الإعلان في تعزيز الولاء للسلع⁽⁷⁰⁾، واقتصاديات الإعلان، والتسوق عبر الانترنت⁽⁷¹⁾.
- وقد أولى الباحثون اهتماماً بالموضوعات "الصحية" بنسبة بلغت (6.9%)، مما يكشف عن دور الإعلام في تعزيز الوعي الصحي، فقد حُصص بحثٌ حول دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة

البحرين⁽⁷²⁾، وكشف آخر عن واقع العلاقات العامة والدور الذي تقوم به في المؤسسات الصحية⁽⁷³⁾، كما استعرض بحثاً دراسة تطبيقية لتحليل الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا Covid 19 على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية⁽⁷⁴⁾، وحلل آخر مضمون نشرات الأخبار بقناة الحدث من خلال التأيير الاخباري لجائحة كورونا⁽⁷⁵⁾، مما يعطي مؤشراً على مواكبة الباحثين والمجلة للموضوعات المستجدة.

- وجاءت الموضوعات "العلمية" بنسبة بلغت (6.9%)، حيث تناول بحثاً واقع استخدام الانترنت وتقنيات الاتصال والمعلومات في البحث العلمي في ظل الظروف التي تمر بها ليبيا⁽⁷⁶⁾، كما تناول بحثاً دور برنامج 4 تك بقناة ال (بي بي سي) العربية في نشر الثقافة العلمية⁽⁷⁷⁾. وكشف آخر عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب الثقافة العلمية⁽⁷⁸⁾.

- وتأتي الموضوعات "الدينية" بنسبة ضعيفة بلغت (3.4%) حيث رصد بحثاً الدوافع والاشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي في مملكة البحرين نتيجة تعرضهم للخطاب الديني عبر الوسائل الاتصالية المتعددة⁽⁷⁹⁾. وكشف آخر عن مدى اعتماد الشباب الجامعي اليمني على البرامج الدينية كمصدر للمعلومات حول التطرف الديني والتأثيرات الناتجة عنه⁽⁸⁰⁾.

- وجاءت الموضوعات "التعليمية" بنسبة بلغت (3.4%)، حيث تناول بحثاً نموذجاً مقترحاً لتحديث مقررات التصوير التلفزيوني والإضاءة بقسم الفنون الإذاعية والتلفزيونية في ضوء التطور الرقمي للكاميرات⁽⁸¹⁾، وهدف آخر إلى التعرف على واقع تعليم الإعلام في كليات الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة ومصراته⁽⁸²⁾.

- واقتصرت الموضوعات "الثقافية" و"الرياضية" على بحثين فقط حيث تطرق أولهما إلى تأثير الإعلام الجديد على الهوية الثقافية في المجتمع⁽⁸³⁾، وسلط الآخر الضوء على لغة التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم⁽⁸⁴⁾.
- نوع الدراسة وفقاً لأسلوب جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة:

جدول (5)

نوع الدراسة وفقاً لأسلوب جمع البيانات في البحوث المنشورة في المجلة خلال فترة البحث

نوع الدراسة		ك	%
تطبيقية	ميدانية	27	67.5
	تحليلية	12	30.0
	ميدانية وتحليلية	1	2.5
المجموع		40	69.0
2	نظرية	18	31.0
المجموع: 58			

أبرزت النتائج أن البحوث التطبيقية جاءت في المرتبة الأولى في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث - بنسبة بلغت (69.0%)، ولعلها نتيجة منطقية تعكس حرص الباحثين على الاستفادة من نتائج البحوث التطبيقية أكاديمياً ومهنياً وبما يسهم في تطوير المؤسسات الإعلامية المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة فيما يتعلق باستئثار البحوث التطبيقية بالمراتب الأولى⁽⁸⁵⁾.

واستأثرت البحوث الميدانية بالمرتبة الأولى على مستوى البحوث التطبيقية بنسبة بلغت (67.5%)، حيث استهدفت كثير من البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة الكشف عن اتجاهات الجمهور حول أدوار وسائل الإعلام، كما ركزت بعض البحوث على دور القائم بالاتصال في العملية الاتصالية، تلتها

البحوث التحليلية بنسبة بلغت (30.0%)، حيث ركز بعض الباحثين على دراسة مضامين وسائل الإعلام، فعلى سبيل المثال سعى بحثٌ إلى تحليل محتوى قناة ليبيا الأحرار لمعرفة المضامين التي تدعيها القناة لدراستها وفهمها وتفسيرها⁽⁸⁶⁾، وجاءت البحوث التي جمعت بين الدراستين الميدانية والتحليلية بنسبة ضئيلة جداً اقتصرت على بحث واحد فقط حيث اعتمد عبد العزيز بشارة على تحليل محتوى المادة موضع بحثه كما اعتمد على جمع مادة بحثه الأخرى من المبحوثين⁽⁸⁷⁾.

واندرجت (31.0%) من البحوث الإعلامية المنشورة -خلال فترة البحث- في اطار البحوث النظرية المكتبية التي تعتمد على المصادر والمراجع المتخصصة في جمع المعلومات لسبر غور مشكلة أو ظاهرة معينة، حيث سلط بحثٌ الضوء على مفهوم السيميائية والخطاب البصري⁽⁸⁸⁾، كما قدم آخر مادة علمية مركزة وواضحة عن العوامل المؤثرة في فاعلية الإعلان من خلال تحديد مفهوم الإعلان وخصائصه وتوضيح الأهداف والوظائف الأساسية للإعلان وإبراز العوامل المؤثرة على فاعلية الإعلان أو النشاط الإعلاني⁽⁸⁹⁾. وأطر فتحي أميمة صعوبات قياس الرأي العام في الدول النامية واستنبط مقترحات لتجاوز العقبات التي تحول دون قياسه بصورة صحيحة⁽⁹⁰⁾. وأصل علي حامد لمعوقات الاتصال التنظيمي في منظمات الأعمال⁽⁹¹⁾.

• المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة:

جدول (6) المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال فترة البحث

المنهج المستخدم	ك	%
المسحي	27	46.6
الوصفي	22	37.9
التاريخي	3	5.2

المنهج المستخدم	ك	%
أكثر من منهج	2	3.4
دراسة الحالة	1	1.7
لم يحدد	3	5.2

المجموع: 58

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن غالبية البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة قد تبنت "المنهج المسحي" بنسبة بلغت (46.6%) من البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث-، وقد وظف الباحثون هذا المنهج بأنواعه المختلفة في مسح الجمهور ومسح المحتوى، ومسح أساليب الممارسة، ولعلنا نعزي تفسير ذلك إلى ملائمة هذا المنهج لدراسات الجمهور والمحتوى والتي حظيت بالنصيب الأكبر من بحوث الإعلام المنشورة في المجلة كما يتبين ذلك من الجدول رقم (5). وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسات سابقة أظهرت أن منهج المسح يعتبر أكثر المناهج استخداماً في البحوث الإعلامية⁽⁹²⁾.

ويأتي "المنهج الوصفي" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (37.9%) حيث اعتمدت البحوث الإعلامية النظرية المنشورة في المجلة خلال فترة البحث على هذا المنهج.

واعتمدت (5.2%) من تلك البحوث على "المنهج التاريخي" حيث عرض بحثٌ التحديات التي تواجه العرب في عصر الرقمنة من خلال رصد ما تمكن الباحثان من رصده مما له علاقة بالموضوع من الدراسات والأدبيات العلمية⁽⁹³⁾، واستعان باحثٌ آخر بهذا المنهج لتوثيق وتصحيح بعض المعلومات المتعلقة ببداية الصحافة في مدينة مصراته⁽⁹⁴⁾، كما استند باحثٌ إلى المنهج التاريخي للرجوع إلى أحداث تاريخية وشواهد تتعلق بالدور الذي تؤديه وسائل الإعلام وشبكات العولمة في تنامي ظاهرة الإرهاب الدولي⁽⁹⁵⁾.

وفي المرتبة الرابعة يأتي اعتماد الباحثين على "أكثر من منهج" في بحثين فقط. حيث وظف عقيل هايس "منهج المسح" لتحليل سمات وأطر الخطاب الصحفي العربي إزاء قضيتي الاعتدال والتطرف بصحيفتي الأهرام

المصرية والزمان العراقية في الفترة الممتدة من الأول من مايو 2015م وحتى نهاية يونيو 2015م، كما وظف الباحث أيضاً "المنهج المقارن" لتحليل أوجه الاتفاق والاختلاف في سمات وخصائص الخطاب الصحفي بتلكما الصحيفتين.⁽⁹⁶⁾

واعتمد بحثٌ آخر على منهجي "المسح" و"دراسة الحالة" لمسح مضمون عينة من حلقات برنامج "أنا الشاهد" في قناة ال بي بي سي العربية، وركز البحث على برنامج واحد فقط بهدف التحليل والتعمق في توصيف الموضوعات التي تم تناولها في ذلك البرنامج⁽⁹⁷⁾.

ويلاحظ اعتماد الباحثين على منهج "دراسة الحالة" يأتي بنسبة ضعيفة بلغت (3.4%) حيث اعتمد سفيان مصطفى و معز علي في دراستهما على منهج دراسة الحالة بهدف التعمق في كل الجزئيات المرتبطة بالتليفزيون وتأثيره على الأطفال⁽⁹⁸⁾، ويلاحظ من الجدول أن (5.2%) من البحوث لم يتم فيها تحديد المنهج، ولعلنا نربط ذلك بالبحوث النظرية التي تم نشرها خلال فترة البحث.

- المجتمع الذي استهدفته البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة خلال فترة البحث:

جدول (7) المجتمع الذي استهدفته البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة

%		ك	%		ك
92.5	37	مسح بالعينة	7.5	3	مسح شامل
الاجمالي: 40					
10.8	4	عشوائية طبقية	32.4	12	عمدية
5.4	2	كرة الثلج	16.2	6	عشوائية منتظمة
2.7	1	طبقية منتظمة	16.2	6	عشوائية بسيطة
2.7	1	حصصية	13.5	5	مناحة
الاجمالي: 37					

جاءت البحوث الإعلامية التي اعتمدت على جمع البيانات بالعينة بنسبة عالية بلغت (92.5%) من البحوث الإعلامية التطبيقية المنشورة في المجلة – خلال فترة البحث–، في حين أن البحوث النظرية لا تحتاج أصلاً إلى تحديد مجتمعاتها وعينتها.

وتبين نتائج الجدول السابق اقتصار البحوث التي اعتمدت على المسح الشامل على ثلاثة بحوث فقط. حيث لجأ عقيل هابس إلى أسلوب الحصر الشامل لكافة المواد الصحفية في المضمون التحريري لقضيتي الاعتدال والتطرف بصحيفتي الأهرام المصرية والزمان العراقية في فترة بحثه.⁽⁹⁹⁾ ، كما قام حردان صايل بحصر شامل لمنشورات أزمة اللاجئين والمنشورة على موقع "دويتشه فيله" الإخباري الألماني على شبكة الانترنت بواجهته العربية خلال شهر نوفمبر 2019م⁽¹⁰⁰⁾. وقام علي حامد هارون بحصر شامل لجميع موظفي قسم العلاقات العامة بمركز سبها الطبي⁽¹⁰¹⁾.

ويلاحظ من الجدول أعلاه تنوع العينات المستخدمة في البحوث التطبيقية، حيث اعتمد الباحثون على العينة "العمدية" بنسبة بلغت (32.4%)، ولعلنا نرجع ذلك إلى عدم توفر الاحصاءات والبيانات الكافية عن المجتمع الأصلي للبحث مما يضطر الباحثين إلى اختيار عينة قصدية، وتأتي العينة "العشوائية المنتظمة" و"العشوائية البسيطة" نسبة بلغت (16.2%) لكل منهما، ثم العينة المتاحة (13.5%) ف (العشوائية الطبقيية) (10.8%).

وجاءت عينة (كرة الثلج) بنسبة بلغت (5.4%) حيث لجأت آمنة القندوز إلى هذا النوع من العينات نظراً للوصول إلى خمسين متسوقاً من مواقع التجارة الالكترونية⁽¹⁰²⁾، كما وظف الدكتور هزاع مرشد هذا النوع من العينات للوصول إلى 193 مبحوثاً من المستهلكين اليمنيين الذين لديهم حساب في

الفيسبوك⁽¹⁰³⁾. وأخيراً جاءت العينة (الحصصية) في المرتبة الأخيرة وفي بحث واحد لتحديد عينة من طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة الطلابية⁽¹⁰⁴⁾.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة فيما يتعلق بتعدد وتنوع العينات المستخدمة في البحوث الإعلامية⁽¹⁰⁵⁾.

• أدوات جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة:

جدول (8) أدوات جمع البيانات في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة

البيانات				الأدوات			
ك	%	الأدوات	ك	%	الأدوات	ك	%
2	29.3	لم يحدد	41	70.7	حدد الأداة	1	29.3
الإجمالي: 58 بحثاً							
3	2.4	الملاحظة	25	61.0	الاستبيان	1	2.4
4	12.2	أكثر من أداة	10	24.4	تحليل المضمون	2	12.2
الاجمالي: 40 بحثاً							

تشير بيانات الجدول السابق أن (70.7%) من البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث - استخدمت أدوات لجمع البيانات، في حين (29.3%) من تلك البحوث لم تستخدم أي أداة، وهي البحوث النظرية والتي لم تكن بحاجة إلى بيانات كمية لذا لم تعتمد على أي أداة من أدوات جمع البيانات.

وجاءت أداة "الاستبيان" في مقدمة الأدوات التي استخدمها الباحثون في جمع البيانات بنسبة بلغت (61.0%) من البحوث الإعلامية التي استخدمت أدوات لجمع البيانات، وهي نتيجة منطقية تتوافق واحتلال الدراسات الميدانية المرتبة الأولى في الجدول رقم (5). وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته نتائج دراسات سابقة أن أداة الاستبيان أكثر استخداماً في البحوث الإعلامية.⁽¹⁰⁶⁾

ثم تأتي أداة (تحليل المضمون) بنسبة بلغت (24.4%) حيث وظفت هذه الأداة لتحليل مضمون الصحف والقنوات الفضائية.

واستُخدمت أداة "الملاحظة" بشكل منفرد بنسبة محدودة جداً بلغت (2.4%) حيث استعان أمين اليزيدي وعلي الحاوري بـ"الملاحظة" بهدف توفير أكبر قدر من المعلومات حول التحديات التي تواجه العرب في عصر الرقمنة.⁽¹⁰⁷⁾

وجاءت "أكثر من أداة" بنسبة بلغت (12.2%) فقد استخدم مسعود التائب "الملاحظة" و"الاستبيان" للتعرف على مدى انضباطية الإعلانات في قناتي mbc و Lbc من حيث التزامهما بأخلاقيات العمل الإعلامي وأخلاقيات المجتمع العربي الذي تتوجه إليه من خلال دراسة عينة من الإعلانات تلكما القناتين⁽¹⁰⁸⁾، واستخدم عبد العزيز موسى أداة "الملاحظة" إلى جانب أداة "تحليل المضمون" للكشف عن مدى تأطير نشرات الأخبار بقناة الحدث الفضائية الاخباري لجائحة كورونا (covid19)⁽¹⁰⁹⁾، واستخدم الباحث نفسه أدواتي "الاستبيان" و"الملاحظة" في التعرف على نماذج القنوات الفضائية الغنائية العربية⁽¹¹⁰⁾، كما استخدمت منال محمد أدواتي "الاستبيان" و"الملاحظة" في جمع البيانات في الكشف عن دور مجلس الصحافة والمطبوعات السوداني في تطوير الأداء الصحفي⁽¹¹¹⁾، واستعان إبراهيم أبو بكر و تامر سالم إلى جانب "الاستبيان" بـ"المقابلة" مع مسؤولين في إذاعة مصراته fm وذلك للحصول على معلومات تخص الإذاعة⁽¹¹²⁾.

• النظريات الإعلامية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة:

جدول (9) النظريات الإعلامية المستخدمة في البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة

النظريات الإعلامية المستخدمة				النظريات الإعلامية المستخدمة			
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
46	79.3	12	20.7	البحوث التي استخدمت نظريات إعلامية			
البحوث التي لم تستخدم نظريات إعلامية				النظريات المستخدمة :			
5	8.3	4	33.3	1	33.3	4	33.3
6	8.3	2	16.7	2	16.7	2	16.7
7	16.7	1	8.3	3	8.3	1	8.3
		1	8.3	4	8.3	1	8.3

يوضح الجدول أعلاه غلبة البحوث الإعلامية التي لم تستخدم نظريات إعلامية بنسبة كبيرة بلغت (79.3%)، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة بينت أن البحوث التي لم تستخدم نظريات الاتصال جاءت في المرتبة الأولى⁽¹¹³⁾. ولعلنا نُرجع ذلك إلى اختلاف المدارس البحثية التي ينتمي إليها الباحثون الذين شاركوا بنشر بحوثهم في المجلة، وكذلك اقتناع بعض الباحثين بعدم جدوى توظيف نظريات إعلامية في بحوث قصيرة، كما أن عدد الصفحات المحددة للبحث من قبل المجلة يجعل الباحثين لا يستندون في بحوثهم إلى نظريات إعلامية.

والنسبة الأخرى وبالغلة (20.7%) من البحوث المنشورة في المجلة - خلال فترة البحث- استخدمت نظريات إعلامية، وقد لاحظ الباحث تنوع النظريات المستخدمة حيث يمكننا استعراض ذلك فيما يلي:

- جاءت نظرية "الاستخدامات والأشباعاات" في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام وبنسبة بلغت (33.3%) على مستوى البحوث الإعلامية التي استخدمت نظريات إعلامية -خلال فترة البحث-، حيث وظف الباحثون هذه النظرية في الكشف عن مدى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة

والاشباع المتحققة، فقد كشفت دراسة فرج عياش عن استخدامات شباب جامعة سرت لموقع اليوتيوب والاشباع المتحققة⁽¹¹⁴⁾، كما تناولت دراسة محمد فياض دوافع تعرض الشاب البحريني لوسائل الإعلام الجديد والاشباع المتحققة لتعزيز الوعي الصحي⁽¹¹⁵⁾، وركزت دراسة فاروق الهويدي على استخدام عينة من طلاب جامعة العلوم الحديثة للواتساب والفيس بوك والاشباع المتحققة⁽¹¹⁶⁾، وكشفت دراسة مفتاح أجييه وسليمة زيدان عن استخدام طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة الطلابية⁽¹¹⁷⁾.

- وظفت سليمة زيدان "نظرية الاعتماد" لتحديد العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات⁽¹¹⁸⁾، كما استفاد حاتم الصالحي وابتسام المسوري من هذه النظرية في وضع مقاييس بحثهما وصياغة فروضه للكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على البرامج الدينية كمصدر للمعلومات حول التطرف الديني والتأثيرات الناتجة عنه⁽¹¹⁹⁾.

- واستخدمت نظرية "حارس البوابة" باعتبارها إطاراً نظرياً للتعرف على العوامل المؤثرة على الرضا المهني للقائمين بالاتصال في الإذاعات الليبية المتخصصة بالطفل "راديو سنابل" fm بمدينة بنغازي. كما تمكن النظرية من اختبار عدد من المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في العلاقة بين الرضا المهني والعوامل المؤثرة على الرضا⁽¹²⁰⁾.

- واستعان دليمة مصباح بنظرية "الاستثارة" (المزاج العدوانية) للكشف عن مدى تأثير مشاهد العنف في الرسوم المتحركة على الأطفال من وجهة نظر الوالدين⁽¹²¹⁾.

- واعتمدت سليمة زيدان وعبدالله عبد الوهاب على نظرية "ثراء الوسيلة" لمعرفة مدى اتاحة الصحف الليبية لأبعاد التفاعلية ومدى اتاحتها للمتلقي في الصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية وتقويم أدواتها وتحديد مستوياتها وأهم أشكالها⁽¹²²⁾.
- ووظفت آمنة القندوز نظرية "التبادل الاجتماعي" لكشف العلاقة بين التاجر الالكتروني والمستهلك وبما يضمن استمرار تلك العلاقة وبالتالي تكرار عملية الشراء مرة أخرى⁽¹²³⁾.
- ومزج بحثان فقط بين أكثر من نظرية: حيث استند مفتاح أبعيه و سليمة زيدان على نظريتي (الاستخدامات والاشباعات وثراء الوسيلة) لقياس حجم تعرض طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي من جهة ولمعرفة تأثير خصائص الشبكات على استخدامهم لها⁽¹²⁴⁾. واعتمد بحث رسمية الشقران وزملائها على مزيج مركب من نظريات التأثير المتعلقة بالجمهور وخصوصاً نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام كنظريتي "ترتيب الأولويات" و"الانماء الثقافي" إلى جانب نظريتي "الاعتماد المتبادل" و"الاستخدامات والاشباعات"، وذلك لقياس اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو صورة المرأة في الإعلانات كما تعكسها القنوات الفضائية العربية⁽¹²⁵⁾.

• ملخص النتائج:

خلص البحث إلى عدة نتائج يمكن ايجازها فيما يلي:

- 1- أظهرت النتائج تفوق الباحثين من الذكور والذين شاركوا بنشر بحثهم في مجلة كلية الفنون والإعلام -خلال فترة البحث-، وكذلك غلبة الباحثين من ذوي المؤهل العلمي "الدكتوراه"، وهيمنة التأليف "المنفرد".
- 2- أشارت النتائج إلى تعدد الجامعات التي ينتمي إليها الباحثون، وحظيت ليبيا بالصدارة، وعلى مستوى الجامعات الليبية تصدرت جامعة مصراته القائمة.

- 3- أوضحت النتائج تنوع تخصصات البحوث الإعلامية المنشورة في مجلة كلية الفنون والإعلام خلال فترة البحث.
- 4- أبرزت النتائج أن البحوث التطبيقية جاءت في المرتبة الأولى تليها البحوث النظرية..
- 5- أشارت النتائج إلى أن غالبية عينة البحوث تبنت "المنهج المسحي"، ويأتي "المنهج الوصفي" في المرتبة الثانية.
- 6- جاءت البحوث الإعلامية التي اعتمدت على جمع البيانات بالعينة بنسبة عالية، كما أكدت النتائج تنوع العينات المستخدمة في البحوث التطبيقية.
- 7- أوضحت النتائج أن البحوث الإعلامية المنشورة في المجلة -خلال فترة البحث- استخدمت أدوات لجمع البيانات، وجاءت أداة "الاستبيان" في مقدمة الأدوات تليها أداة تحليل المضمون.
- 8- أوضحت النتائج غلبة البحوث الإعلامية التي لم تستخدم (نظريات إعلامية).

• التوصيات:

- بعد النتائج التي توصل إليها البحث، فإن الباحث يوصي بما يلي:
- 1- إجراء دراسات أخرى حول الإجراءات العلمية في بحوث المجالات العلمية الإعلامية المحكمة للكشف عن مواطن القصور واقتراح الحلول.
 - 2- أن تتيح المجلة المجال للباحثين من طلاب الدراسات العليا لنشر أبحاثهم الجيدة والمحكمة.
 - 3- أن تتبنى المجلة دوراً إيجابياً في دعوة الباحثين إلى التأليف المشترك.
 - 4- أن يؤكد القائمون على المجلة ضرورة الالتزام بكافة خطوات البحث العلمي على جميع البحوث التطبيقية والنظرية.
 - 5- تشجيع البحوث الخاصة بالإذاعة ودورها في المجتمع.
 - 6- فتح باب المنافسة ومنح شهادة تقديرية سنوية لأفضل بحث يُنشر في المجلة.

• الهوامش والمراجع:

- (1) وسام نصر، الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (30)، يوليو/سبتمبر 2020م، ص ص 4-105.
- (2) ماجد سالم تزيان، بحوث الصحافة في فلسطين خلال العقدين الماضيين 2000/2018م: دراسة تحليلية تقويمية للجوانب الإجرائية والمنهجية، مجلة جامعة الأقصى للعلوم الإنسانية، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول، يناير 2019م، ص ص 221-260.
- (3) السيد عبد الرحمن علي، الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، السنة السابعة، العدد الثالث والعشرون، (مصر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ابريل/يونيو 2019م) ص ص 241-304.
- (4) سهير عثمان عبد الحليم، رؤية تحليلية نقدية في عينة من بحوث وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد (13) (القاهرة: كلية الإعلام، يناير-مارس 2018م) ص ص 53-79.
- (5) شكرية كوكز السراج، اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة: مجلة الباحث الإعلامي أنموذجاً - دراسة مسحية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (39) (جامعة بغداد: كلية الإعلام، كانون الثاني-آذار 2018م) ص ص 9-28.
- (6) محمد علي الفعاري، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية العربية (اليمن أنموذجاً)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الخمسون (جامعة الإمام محمد بن سعود: عمادة البحث العلمي، 1440هـ) ص ص 260-320.
- (7) رعد جاسم الكعبي، علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامية: دراسة تقويمية في بحوث مجلة الباحث الإعلامي 2007-2016م، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (38) (جامعة بغداد: كلية الإعلام، تشرين أول-كانون أول 2017م) ص ص 115-126.
- (8) عائشة كعباش، اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني في الجزائر من سنة 2005 إلى سنة 2010: دراسة تحليلية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد (15)، (جامعة الشهيد حمة لخضر: الوادي، مارس 2016م) ص ص 61-72.
- (9) Louisa Ha, et al., Use of Survey Research in Top Mass Communication Journals 2001-2010 And the Total Survey Error Paradigm, Journal of The Review of Communication, Vol. 15, No.1, January 2015, pp. 39-59.
- (10) سيد بخيت، الاتجاهات الحديثة في بحوث الصحافة: مراجعة مسحية ونقدية لأبرز التيارات السائدة في الدراسات الصحفية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس، (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال: نوفمبر 2010م) ص ص 57-170.

(11) W. James Porttter and Karyn Riddle, **A content Analysis of The Media Effects Literature**, Journal of Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 84, No.1, Spring 2007, pp. 90–104.

(12) أسماء السادة المحكمين:

- أ. د. ماجد سالم تريان: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة الأقصى غزة-فلسطين
 - أ. د. مفتاح محمد اجعيه: أستاذ الإعلام وعميد كلية الفنون والإعلام بجامعة مصراته بلبيبا.
 - د. أسامة عبد الحميد: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة كفر الشيخ.
 - د. فاروق محمد بدر الهويدي: أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام بجامعة العلوم الحديثة.
 - د. مطهر عقيدة: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة صنعاء وعميد كلية العلوم الإنسانية بجامعة المعرفة.
- (13) معامل الثبات (هولستي) = $\frac{2M}{(N1 + N2)}$ حيث: M عدد الحالات التي اتفق فيها الترميز في الحالتين، و $N1$ عدد الحالات التي تم ترميزها في المرة الأولى، و $N2$ عدد الحالات التي تم ترميزها في المرة الثانية.

- (14) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: عالم الكتب، 2000م) ص 9.
- (15) سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي**، (الإمارات-لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2017م) ص 26.

- (16) محمد بن عبد العزيز الحيزان، **البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها**، ط2(الرياض: عالم الكتب، 2004م) ص ص 14-15.
- (17) شكرية كوكز السراج، **مرجع سابق**، ص ص 21 ، 22.

(18) [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://arabicedition.nature.com/journal/2014/01/504211a&ved=2ahUKEwjnt_OtrM3uAhXJVBUiHeqKDdgQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw2VMHToOM5XCWd34mWg98Wc\(2/2/2021\)](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://arabicedition.nature.com/journal/2014/01/504211a&ved=2ahUKEwjnt_OtrM3uAhXJVBUiHeqKDdgQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw2VMHToOM5XCWd34mWg98Wc(2/2/2021))

- (19) شكرية كوكز السراج، **مرجع سابق**، ص 20 و ماجد سالم تريان، **مرجع سابق**، ص ص 239، 240 و السيد عبد الرحمن علي، **مرجع سابق**، ص 268 .

(20) خالد منصر، **دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الأول) جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، نوفمبر 2015م) ص ص 129-150.

(21) حنان المزوغي، **العالم الافتراضي وأثره على تشكل الهوية الاجتماعية للمراهقين**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الأول) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، نوفمبر 2015م) ص ص 151-171.

(22) سهام بقلوف، **الإعلام الجديد ومسألة الهوية الثقافية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الجزائر**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 121-147.

- (23) محمد أحمد فياض، دور الإعلام في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والشبكات المتحقة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 51-84.
- (24) سليمة حسن سعد زيدان، العوامل المؤثرة على اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات: دراسة استطلاعية على عينة من سكان مدينة بنغازي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 200-224.
- (25) سليمة عمر علي التائب، دور شبكات التواصل الاجتماعي (facebook) في اكتساب الثقافة العلمية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 91-125.
- (26) محمد علي الأصفر، واقع استخدامات الانترنت وتقنيات الاتصال والمعلومات في البحث العلمي في ظل الظروف السياسية الليبية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 11-41.
- (27) سليمة حسن زيدان و عبد الله دخيل عبد الوهاب، أبعاد التفاعلية في الصحافة الالكترونية في ليبيا : دراسة تحليلية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 189-214.
- (28) سميرة محمد عبد الهادي، معالجة الصحف الالكترونية الليبية لظاهرة الهجرة غير القانونية : دراسة تحليلية لمضمون جريدة الأيام الليبية في الفترة 1-1 إلى 30-3-2019م، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 248-275.
- (29) ريم الفول و كنزة قوطال، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الأول) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، نوفمبر 2015م) ص ص 62-71.
- (30) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قنوات الفضاء الغنائية العربية بين تكريس قيم الصورة وعرض الجسد دراسة مسحية على القنوات الفضائية الغنائية في الفترة من 2018-2019م، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 55-70.
- (31) حسن عبد الله يحيى دجيرة و محمد حامد محمد المقري، صحافة المواطن المرئية: دراسة حالة لبرنامج أنا الشاهد في قناة ال بي بي سي العربية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 9-50.
- (32) سالم عيسى بلحاج، دراسة تحليلية لمحتوى قناة ليبيا الأحرار، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 180-211.

- (33) خزيم سالم الخزام الخالدي، التغطية الإعلامية للأزمة السورية (اعلام الدولة، اعلام المعارضة) وأثرها في تشكيل الموقف السياسي: دراسة تطبيقية على متابعي (قناة أورينت، قناة العالم)، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (السابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2019م) ص ص 159-185.
- (34) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قناة الحدث الفضائية والتأطير الاخباري لجائحة كورونا (COVID19) تحليل مضمون نشرات الأخبار لقناة الحدث، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 113-146.
- (35) صالح علي مسعود فحلوص، سيميائية الخطاب البصري، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 68-90.
- (36) خالد سالم عبد الإله، أثر التلفزيون على التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 89-111.
- (37) سفيان مصطفى قصبات و معز علي السريتي، دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور: دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (السابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2019م) ص ص 96-125.
- (38) حسن عبد الله يحيى دجرة، مدى إدراك إعلامي المستقبل لدورهم في خدمة اللغة العربية : دراسة تطبيقية على طلاب قسمي الفنون الإذاعية والتلفزيونية بجامعة الجديدة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الأول) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، نوفمبر 2015م) ص ص 72-104.
- (39) محمد أحمد شعيب، دور الإعلام والعولمة في تنامي ظاهرة الارهاب الدولي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 10-52.
- (40) عبد الملك الدناني و محمد شرف هاشم، معالجة قضايا الارهاب من وجهة نظر الإعلاميين اليمنيين : دراسة للقائم بالاتصال، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 42-86.
- (41) محمد أحمد فياض، الخطاب الديني لوسائل الاتصال والإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 11-42.
- (42) كمال أحمد الفرجاني و معز علي السريتي، واقع تعليم الإعلام في كليات الفنون والإعلام بجامعتي الزيتونة ومصراتة في ضوء تطبيق معايير الجودة الشاملة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 113-129.
- (43) محمد حامد المقرري، نموذج مقترح لتحديث مقررات التصوير التلفزيوني والإضاءة بقسم الفنون الإذاعية والتلفزيونية في ضوء التطور الرقمي للكاميرات، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 9-38.

- (44) أحمد إلياس الخضر محمد، العلاقات العامة وإدارة اتصالات الأزمة: دراسة وصفية تحليلية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 241-290.
- (45) على حامد هارون، دور العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي: دراسة تحليلية على مصرف الجمهورية بسببها، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 166-193.
- (46) على حامد هارون، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة تحليلية على مركز سببها الطبي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 222-291.
- (47) خالد مصطفى قائد وسليمان عبد الله المحجوب و فتحي عمر أبو صاح، الرضا الوظيفي وعلاقته بالأداء الوظيفي لدى موظفي مكتبات جامعة مصراته، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (السادس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2018م) ص ص 120-140.
- (48) علي حامد هارون حامد، معوقات الاتصال التنظيمي في منظمات الأعمال: دراسة وصفية تحليلية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 54-90.
- (49) مسعود حسين التائب، أخلاقيات الإعلان في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية وصفية لقتاتي **Lbc و mbc**، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 211-239.
- (50) أحمد إلياس الخضر، العوامل المؤثرة على فاعلية الإعلان: دراسة وصفية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 42-79.
- (51) أحمد إلياس الخضر محمد، فاعلية اعلانات الطرق في تعزيز الولاء للسلع والخدمات: دراسة مسحية لاتجاهات جمهور مدينة مصراته، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 115-152.
- (52) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، العوامل المؤثرة على اقتصاديات الإعلان في القنوات الفضائية: دراسة ميدانية على عينة من القنوات الفضائية السودانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 91-114.
- (53) هزاع مرشد شرف، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك اليمني نحو الإعلان في الفيس بوك، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (السادس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2018م) ص ص 119-86.

- (54) رسمية محمد الشقران و وليد محمد عمشة و علي عبد الله الغزو، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو صورة المرأة في الإعلانات كما تعكسها القنوات الفضائية العربية: دراسة مسحية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 140-172.
- (55) حمزة أمحمد الثلب و خالد أبو القاسم غلام، آلية تحليل الخطاب الإعلامي للصحف الليبية دراسة تحليلية لصحيفتي الصباح وليبيا الاخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 71-89.
- (56) عقيل هابيس عبد الغفور، أولويات قضايا الاعتدال والتطرف في الخطاب الصحفي العربي: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 77-112.
- (57) علي يوسف رشان، بدايات الصحافة في مصراتة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 51-68.
- (58) منال إلياس الخضر محمد، دور مجلس الصحافة والمطبوعات السوداني في تطوير الأداء الصحفي : دراسة تطبيقية على لجنتي الجوائز والتدريب في الفترة من 2014م - 2018م، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 187-206.
- (59) مفتاح محمد اجعيه، توظيف العناصر التيبوغرافية في عرض المضمون السياسي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الأول) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، نوفمبر 2015م) ص ص 35-61.
- (60) ابراهيم محمد أبو بكر القريري و تامر سالم بركة يحيى، دور القيادات الإدارية بإذاعة مصراتة fm في رفع كفاءة العاملين في الإذاعة: دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 185-226.
- (61) عبد الله محمد عبد الله أطبيقة و محمد عبد الله سالم الأجم، الرضا المهني للقائمين بالاتصال في الإذاعات الليبية المتخصصة بالطفل "راديو سنابل" fm بمدينة بنغازي أنموذجاً، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 9-45.
- (62) محمد علي القعاري، مرجع سابق، ص 286.
- (63) ابراهيم محمد أبو بكر القريري و تامر سالم بركة يحيى، مرجع سابق.
- (64) خالد سالم عبد الإله، مرجع سابق.
- (65) مفتاح محمد اجعيه، مرجع سابق.
- (66) محمد جبريل بن ظاهر، الدعاية السياسية الأمريكية: نماذج من الحرب على العراق وأفغانستان، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 86-108.
- (67) خزيم سالم الخزام الخالدي، مرجع سابق.

- (68) أبو بكر مبروك الغزالي، القنوات الاتصالية للحملات الانتخابية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016) ص ص 149-180.
- (69) على حامد هارون، دور العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي: دراسة تحليلية على مصرف الجمهورية بسبها، مرجع سابق.
- (70) أحمد إلياس الخضر محمد، فاعلية اعلانات الطرق في تعزيز الولاء للسلع والخدمات: دراسة مسحية لاتجاهات جمهور مدينة مصراته، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 115-152.
- (71) أمينة محمد عبد القادر القندوز، اتجاهات الشباب الليبي نحو التسوق عبر الانترنت، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 225-256.
- (72) محمد أحمد فياض، دور الإعلام في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباع المتحققة، مرجع سابق.
- (73) على حامد هارون، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة تحليلية على مركز سبها الطبي، مرجع سابق.
- (74) عبد الله محمد عبد الله أبطيعة، الأثر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا Covid 19: دراسة تطبيقية على الموقع الالكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 153-184.
- (75) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قناة الحدث الفضائية والتأثير الإخباري لجائحة كورونا (covid19) تحليل مضمون نشرات الأخبار لقناة الحدث، مرجع سابق.
- (76) محمد علي الأصفر، مرجع سابق.
- (77) حسن عبد الله يحيى دجزة، دور برنامج 4 تك بقناة الـ (بي بي سي) العربية في نشر الثقافة العلمية: دراسة تحليلية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (التاسع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2020م) ص ص 227-270.
- (78) سليمة عمر علي النائب، مرجع سابق.
- (79) محمد أحمد فياض، الخطاب الديني لوسائل الاتصال والإشباع المتحققة لدى الشباب الجامعي، مرجع سابق.
- (80) حاتم علي الصالحي و ابتسام عبد الله المسوري، اعتماد الشباب الجامعي اليمني على البرامج الدينية كمصدر للمعلومات حول التطرف الديني والتأثيرات الناتجة عنه، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 207-247.
- (81) محمد حامد المقرري، نموذج مقترح لتحديث مقررات التصوير التلفزيوني والإضاءة بقسم الفنون الإذاعية والتلفزيونية في ضوء التطور الرقمي للكاميرات، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 9-38.

- (82) كمال أحمد الفرجاني و معز علي السريتي، واقع تعليم الإعلام في كليات الفنون والإعلام بجامعة الزيتونة ومصراته في ضوء تطبيق معايير الجودة الشاملة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 113-129.
- (83) سهام بقلوف، مرجع سابق.
- (84) علي محمد الزعلوك، لغة التعليق الرياضي على مباريات كرة القدم، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 244-269.
- (85) شكرية كوكز السراج، مرجع سابق، ص ص 19 ، 20 .
- (86) سالم عيسى بلحاج، مرجع سابق.
- (87) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قنوات الفضاء الغنائية العربية بين تكريس قيم الصورة وعرض الجسد دراسة مسحية على القنوات الفضائية الغنائية في الفترة من 2018-2019م، مرجع سابق.
- (88) صالح علي مسعود قحلو، مرجع سابق.
- (89) أحمد إلياس الخضر، العوامل المؤثرة على فاعلية الإعلان: دراسة وصفية، مرجع سابق.
- (90) فتحي محمد أميمه، العوامل صعوبات قياس الرأي العام في الدول النامية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020م) ص ص 277-299.
- (91) علي حامد هارون حامد، معوقات الاتصال التنظيمي في منظمات الأعمال: دراسة وصفية تحليلية، مرجع سابق.
- (92) شكرية كوكز السراج، مرجع سابق، ص 21 و ماجد سالم تربران، مرجع سابق، 250 و السيد عبد الرحمن علي، مرجع سابق، 273.
- (93) أمين عبد الله محمد حسين اليزيدي و علي أحمد اليزيدي الحاوري، التحديات الأساسية لأوجه استخدام النص الرقمي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 109-139.
- (94) علي يوسف رشدان، مرجع سابق.
- (95) محمد أحمد شعيب، دور الإعلام والعولمة في تنامي ظاهرة الارهاب الدولي، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثاني) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2016م) ص ص 10-52.
- (96) عقيل هايس عبد الغفور، مرجع سابق.
- (97) حسن عبد الله يحيى دجرة و محمد حامد محمد المقري، صحافة المواطن المرئية: دراسة حالة لبرنامج أنا الشاهد في قناة ال بي بي سي العربية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثالث) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2016م) ص ص 9-50.
- (98) سفيان مصطفى قصيات و معز علي السريتي، مرجع سابق.
- (99) عقيل هايس عبد الغفور، مرجع سابق.

- (100) حردان هادي صايل، التغطية الاعلامية لأزمة اللاجئين في المواقع الاخبارية الأوربية الموجهة باللغة العربية: دراسة تحليلية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (العاشر) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2020) ص ص 47-76.
- (101) على حامد هارون، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية: دراسة تحليلية على مركز سبها الطبي، مرجع سابق.
- (102) أمّنة محمد عبد القادر القندوز، اتجاهات الشباب الليبي نحو التسوق عبر الانترنت، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الرابع) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2017م) ص ص 225-256.
- (103) هزاع مرشد شرف، مرجع سابق.
- (104) مفتاح محمد أجيبة بلعيد و سليمة حسن زيدان، استخدام طلاب كليات الإعلام لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة الطلابية: دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الثامن) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2019م) ص ص 39-54.
- (105) ماجد سالم تريان، مرجع سابق، ص 251 و السيد عبد الرحمن علي، مرجع سابق، 276.
- (106) رعد جاسم الكعبي، مرجع سابق، ص 121 و ماجد سالم تريان، مرجع سابق، 251 و السيد عبد الرحمن علي، مرجع سابق، 275.
- (107) أمين عبد الله محمد حسين اليزيدي و علي أحمد اليزيدي الحاوري، مرجع سابق.
- (108) مسعود حسين التائب، مرجع سابق.
- (109) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قناة الحدث الفضائية والتأطير الاخباري لجائحة كورونا (COVID19) تحليل مضمون نشرات الأخبار لقناة الحدث، مرجع سابق.
- (110) عبد العزيز موسى بشارة محمد أحمد، قنوات الفضاء الغنائية العربية بين تكريس قيم الصورة وعرض الجسد دراسة مسحية على القنوات الفضائية الغنائية في الفترة من 2018-2019م، مرجع سابق.
- (111) منال إلياس الخضر محمد، مرجع سابق.
- (112) ابراهيم محمد أبو بكر القرزي و تامر سالم بركة يحيى، مرجع سابق.
- (113) شكرية كوكز السراج، مرجع سابق، ص 24 و ماجد سالم تريان، مرجع سابق، 247 و محمد علي القعاري، مرجع سابق، 287 و عائشة كعباش، مرجع سابق، ص 68
- (114) فرج عياش علي أمعرف، استخدامات شباب جامعة سرت لمواقع اليوتيوب والاشباعات المتحققة: دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراته: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 215-243.
- (115) محمد أحمد فياض، دور الإعلام في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والاشباعات المتحققة، مرجع سابق.

- (116) فاروق محمد بدر الهويدي، استخدام طلاب الجامعات اليمينية للواتساب والفيس بوك والاشباعات المتحققة: دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة العلوم الحديثة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (السابع) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، يونيو 2019م) ص ص 127-157.
- (117) مفتاح محمد أجييه و سليمة حسن زيدان، مرجع سابق.
- (118) سليمة حسن سعد زيدان، مرجع سابق.
- (119) حاتم علي الصالحي و ابتسام عبد الله المسوري، مرجع سابق.
- (120) عبد الله محمد عبد الله أطيبة و محمد عبد الله سالم الأجم، مرجع سابق.
- (121) دليلة مصباح حامد مصباح، تأثير مشاهدة العنف في الرسوم المتحركة على الأطفال من وجهة نظر الوالدين : دراسة ميدانية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد (الخامس) (جامعة مصراتة: كلية الفنون والإعلام، ديسمبر 2017م) ص ص 128-162.
- (122) سليمة حسن زيدان و عبد الله دخيل عبد الوهاب، مرجع سابق.
- (123) آمنة محمد عبد القادر القندوز، مرجع سابق.
- (124) مفتاح محمد أجييه بلعيد و سليمة حسن زيدان، مرجع سابق.
- (125) رسمية محمد الثقران و وليد محمد عمشة و علي عبد الله الغزو، مرجع سابق.