

مداخلة بعنوان:

تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية - نموذج تطبيقي-

الملخص:

اتجهت أنظار العديد من الطلبة والباحثين في علوم الإعلام والاتصال، إلى دراسة مختلف الظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة، التي جاءت كانعكاس للتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الوسيلة، و التي جعلت وشبكة الأنترنت المجتمعات رقمية بامتياز، كما أفرزت في مجال الإعلام ما يُعرف بالإعلام الإلكتروني الذي شكّل حقلاً خصباً للمتخصصين، يستحق دراسته بمختلف الوسائل التي انبثقت عنه، وبمختلف جوانبها. وتُعد الصحافة الإلكترونية، من أبرز الوسائل التي انبثقت عن هذه الظاهرة الإعلامية- الاعلام الإلكتروني-، والتي استدعت طرق وآليات بحثية منهجية جديدة، فرضتها طبيعة الوسيلة ذاتها، كأداة استمارة تحليل المضمون التي تختلف عن نظيرتها في الصحافة الورقية، خاصةً فيما يرتبط بفئات التحليل ونخص بالذكر فئات الشكل. الكلمات المفتاحية: تحليل المحتوى الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية، استمارة تحليل المحتوى.

Summary:

Turned the attention of many students and researchers in information and communication sciences, to study various phenomena of new media and communications, which came as a reflection of technological developments in the field of means, and that has made the internet

Digital communities, as media produced what is know as the electronic media which from a fertile field for professionals, worth studying the various means by which emanated from him, in its various aspects.

Electronic press is notable means that emerged from the media phenomenon -electronic media-, which necessitated a new methodology research methods and mechanisms, same way nature imposed, as a content analysis from that is different from provincial reconstruction in paper press, particularly as relates to the categories of analysis and in particular categories of analysis and in particular categories of shape.

Keywords:

content analysis, electronic journalism, content analysis from.

تمهيد:

أحدثت التطورات المستمرة والمتلاحقة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال، نقلةً نوعية وثورة حقيقة في مجال الاتصال الإنساني، إذ ألقت بظلالها على البيئة الاتصالية والاعلامية، الذي يعتبر الاتصال الرقمي الفاعل والمحرك الرئيسي فيها، لتُفرز لنا واقعاً جديداً ومغايراً لعصر الاعلام التقليدي، فانبثقت عن هذه البيئة الافتراضية ظواهر اعلامية واتصالية جديدة، تغيرت فيها أساليب العمل الصحفي، وانتاج المضامين، وكذا أدوار المتلقي، وحتى طرق البحث العلمي، فلم يعد الدارس يتعامل مع مبحوثين واقعيين فقط، بل افتراضيين أيضاً عند اعتماده على أداة الاستبيان، كما أنه لا يتعامل فقط مع محتويات الوسائل الاعلامية التقليدية، في حال اعتماده على أداة استمارة تحليل المضمون، بل أضحت هناك محتويات اعلامية إلكترونية، فرضت على الباحث أن يتعامل مع أساليب وطرق منهجية جديدة، في حال دراسة مجال الإعلام الإلكتروني، سواء من حيث الجمهور، أو المضمون، أو حتى القائم بالاتصال.

وتُعد الصحافة المكتوبة من أكثر الوسائل تأثراً بالبيئة الرقمية، حيث انتقلت من الصحيفة الورقية إلى الإلكترونية، هذه الأخيرة التي لم تعد بعض الأدوات البحثية المستخدمة زمن الصحيفة الورقية، ملائمة لها، بل فرضت على الباحث الاعتماد على طرق بحثية جديدة، تتوافق وطبيعة العنصر الاتصالي المراد تناوله في الصحافة الإلكترونية- المرسل، أو الرسالة، أو المتلقي، أو عنصر التأثير-، هذه الأساليب البحثية ماهي إلا نتيجة حتمية لما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من خصائص، لاسيما فيما يتعلق بإنتاج المضامين الإعلامية .

ويُعتبر أسلوب تحليل المضمون في الصحافة الإلكترونية، بأداته الاستمارة التحليلية، من الأساليب البحثية التي تستدعي إجراء بعض التغييرات والتعديلات، التي تتوافق وطبيعة الوسيلة، وهذا يعتبر بدوره حتمية بحثية باعتبار أن هذا الأسلوب زمن الصحيفة الورقية لا يتوافق ولا يصلح زمن الصحافة الإلكترونية، لاسيما فيما يتعلق بفئات الشكل، بحيث أفرزت محتويات الصحافة الإلكترونية، فئات شكلية مغايرة لما هو متعارف عليه في استمارة تحليل المحتوى في الصحف الورقية.

وتأسيساً على ما سبق، تأتي هذه المداخلة العلمية للتعرف على كيفية بناء استمارة تحليل المحتوى في الصحف الإلكترونية، من خلال إبراز أهم الفئات التحليلية التي يُمكن للباحث اعتمادها، في تحليل أي محتوى في صحيفة أو صحف إلكترونية، وعليه تسعى المداخلة للإجابة على التساؤلات الآتية:

- ماهي أنواع البحوث العلمية في الإعلام الإلكتروني؟
- ماهو تحليل المحتوى الإلكتروني؟
- ماهي الفئات التحليلية الرئيسية الواجب توفرها في استمارة تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية؟

1. أنواع البحوث العلمية في الاعلام الإلكتروني:

تُعرف بحوث الإعلام بأنها: الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة، والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والدقيقة، وهدفها توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية، وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات، وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية، ويحدد الباحث مهمة البحوث الإعلام التي تبدأ من الجهود الإعلامية وتستمر باستمرارها، وتقيس فعاليتها قياساً مرحلياً وشاملاً، وتشمل خدماتها كافة العناصر الداخلية في العملية الاتصالية، " الجمهور، الوسائل الرسائل، المصادر، التأثيرات المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة" (1).

والبحوث الإعلامية الإلكترونية، هي تلك البحوث العلمية التي يستهدف من خلالها الباحث دراسة الواقع الاعلامي الافتراضي، من خلال استهداف وسيلة إعلامية معينة، ودراستها من حيث المضمون، أو الجمهور أو غيرها من الجوانب، التي تتوقف بحسب طبيعة الموضوع المستهدف من الدراسة، أهدافه وتساؤلاته، وفق طرق وأساليب منهجية تتلاءم وطبيعة الوسيلة.

تتنوع البحوث في مجال الاعلام الإلكتروني، مثلها مثل الاعلام التقليدي، وأبرز هذه البحوث كالاتي:

1.1. بحوث الإنتاج الإعلامي الإلكتروني:

تعتبر الصحافة الإلكترونية من أبرز وسائل الاعلام الإلكتروني، التي استفادت من الخصائص التي أتاحتها شبكة الأنترنت، فعملت على استثمارها في انتاج وصناعة محتوياتها الإعلامية، بشكل أكثر جاذبية لاسيما وإن تم استثمارها بطريقة احترافية.

إن توظيف مختلف الآليات والعناصر التفاعلية الإلكترونية، رفع من المستويات الفنية للمواد الإعلامية، ليس في مجال التحرير فحسب، وإنما في معالجة الصور والرسوم والتوليف (المونتاج)، وغيرها من التطبيقات الإعلامية، التي ربما لا يزال الكثير منها مجهولاً حتى لدى بعض أصحاب المهنة أنفسهم، ونظراً لأهمية هذه التطبيقات في مجال الإنتاج الإعلامي، اهتمت العديد من الدراسات بالبحث في خصائص ومضامين تلك الوسائل، بحسب الأهداف من كل دراسة، فاهتمت دراسات علمية إعلامية بدراسة عملية إخراج الصحف الإلكترونية، من خلال رصد وتحليل وتقويم العناصر البنائية، سواءً كانت تقليدية: عناوين، صور، ألوان... إلخ، أو كانت إلكترونية: وسائط إعلامية متنوعة، الخدمات التفاعلية... إلخ (2)، كموضوع المعايير الفنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية مثلاً.

ولم ينحصر دراسة إخراج الصفحات الإلكترونية على العناصر المرئية فحسب، وإنما تجاوز ذلك على البحث في تفاصيل تقنية بعضها يتعلق بالنماذج التي تُيسر للباحثين الوصول إلى المادة المعروضة (3)، كما اهتمت دراسات بتحليل المحتوى الإلكتروني، من خلال تحديد موضوع معين، ودراسة كيفية تناول الإعلامي له من قبل صحيفة

(1) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار الميسرة، عمان، 2014، ص 57.

(2) محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 2004، ص 189-190.

(3) المرجع نفسه، ص 190.

إلكترونية معينة، ومثال على هذا موضوع تناول الإعلامي لقضايا الفساد الرياضي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية-، موضوع آخر: السياسية الإعلامية الإسرائيلية على منصات شبكات التواصل الاجتماعي: التغريدات العربية للناطق الرسمي باسم جيش الدفاع الإسرائيلي للإعلام العربي أتمودجاً (دراسة تحليلية)"، من خلاله يقوم الباحث بتحليل مضامين التغريدات العربية للناطق الرسمي باسم جيش الدفاع الإسرائيلي للإعلام العربي (آفيخاي أدوعي) على موقع (تويتر)، إلى جانب رصد مدى تفاعل مستخدمي منصات شبكات التواصل الاجتماعي، مع هذه التغريدات.

2.1. بحوث استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني:

حرص الباحثون الإعلاميون - من جهة أخرى- ، على معرفة درجة تعرض الجمهور لتلك المواد واستخداماتهم لها، وكانت من أهم الموضوعات التي جذبت اهتمام باحثي الإعلام في بدايات انتشار الأنترنت، موضوع التعرض للصحف الإلكترونية وارتكزت أهم العناصر التي تناولتها تلك الدراسات، على البحث في المتغيرات المتعلقة بخصائص الجمهور، لهذا النوع الجديد من الصحف ودرجة الإقبال عليها، بما في ذلك اتجاهاته نحوها، ومدى رضاهم عنها⁽¹⁾، ومثال عن هذا: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة- دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين-، وكذا موضوع مقروئية الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة الجامعيين- دراسة ميدانية-، إلى غيرها من الموضوعات المتعلقة بجمهور الإعلام الإلكتروني.

3.1. بحوث مقارنة الوسائل الإعلامية الإلكترونية مع الوسائل التقليدية:

تمثلت مجالات البحوث الإعلامية الإلكترونية كذلك، في تلك البحوث التي تقوم على المقارنة بين وسيلتين إلكترونية وتقليدية، حيث اهتم الباحثين بدراسة الوسائل الإعلامية الجديدة، وأدوارها في ضوء واقع الوسائل الموجودة على الساحة، وكثيراً ما ركزوا على مقارنة الوسيلة الجديدة بأقرب الوسائل التقليدية شبهها بها، وذلك من أجل معرفة مدى قدرة الوسائل الرائدة- التقليدية- في المحافظة على مكانتها، وقدرة الوسائل الجديدة على منافستها أو إلغاء بعض خصائصها⁽²⁾، مثلاً موضوع: الطلبة الجامعيون والصحف الوطنية الورقية والإلكترونية - دراسة في الاستخدامات والإشباع: طلبة جامعة الأمير عبد القادر أتمودجاً-.

غير أن معظم الدراسات التي تناولت هذا النوع من البحوث استخدمت المنهج الكيفي في تحليل معلومات النوعين، كالبحت في التأثيرات المستقبلية لوسائل الإعلام الجديدة على الوسائل التقليدية، وتحديد الصحيفة الإلكترونية على نظيراتها الورقية، ومدى أن تصبح الأولى بديلاً للأخيرة، من خلال نظرة شمولية لواقع صحف معينة⁽³⁾، وغيرها من النماذج البحثية التي تندرج ضمن هذا الإطار.

(1) محمد عبد العزيز الحيزان، مرجع سابق، ص 191.

(2) محمد بن عبد العزيز الحيزان، "الفروق بين الرجال والنساء في استخدام وسائل الاتصال في المجتمع السعودي"، مجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 78، جامعة الكويت 2002، ص 41.

(3) محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالها، مرجع سابق، ص 193.

4.1. بحوث تأثير الإعلام الإلكتروني:

انطلقت البحوث في هذا الإطار من افتراض أن المتخصصين في تقنية المعلومات، حينما سعوا على تطويرها بالشكل الذي يُعين على تقديم المواد في نماذج وأشكال مختلفة، إنما قصدوا إلى التأثير في مستوى إدراك ومعرفة المتلقين للرسائل المقدمة لهم، وهو افتراض يؤيده البعض بحجة أن عرض المعلومة في أشكال مختلفة يُساعد في إيصالها للمستقبل بصورة أفضل، في حين يرى البعض عكس ذلك إنطلاقاً من رؤية مفادها ان تكتيف الأشكال التي تُقدم بها الرسالة، ربما تُعقد عملية الإدراك ولا تحقق المطلوب⁽¹⁾، ولعل من أمثلة البحوث المتعلقة بتأثير الإعلام الإلكتروني نذكر، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية - دراسة ميدانية-، إضافةً إلى نماذج بحثية أخرى، تندرج ضمن بحوث تأثير الإعلام الإلكتروني.

2. تحليل المحتوى الإلكتروني:

يعتبر تحليل المحتوى من الأساليب البحثية التي تندرج ضمن المنهج الوصفي، فهو أسلوب يقوم على الوصف الموضوعي للمادة الإعلامية، وتفكيكها، وتصنيفها إلى مجموعة من الفصائل التي يتوقف اختيارها بحسب طبيعة الموضوع، أهدافه وتساؤلاتها، هذه الفصائل التي تتشكل من مجموعة من الفئات المرتبطة بالمضمون وأخرى بالشكل، والتي تُشكل لنا أداة استمارة تحليل المضمون، إضافةً إلى وحدات العد والقياس، " أحد الأساليب البحث العلمي، التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي، للمضمون الظاهر، لمادة من مواد الإتصال⁽²⁾. ويعتبر أسلوب تحليل المضمون من الأساليب التي تستغرق وقتاً، وتتطلب جهداً، ويزداد الأمر في حال تعامل الباحث مع مواد إعلامية إلكترونية، كما هو الحال في الصحافة الإلكترونية، هذه الأخيرة الذي يختلف بناء وإعداد الاستمارة التحليلية الخاصة بها، عن ما هو متعارف عليه في الصحف التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بفئات الشكل، بحيث تسقط غالبيتها، لتقوم محلها فئات شكلية جديدة تتناسب وطبيعة الوسيلة الصحافة الإلكترونية. وعليه يُمكن تعريف تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية على أنه: أسلوب يقوم على وصف المضمون الإعلامي والتعامل معه من خلال الجهاز وشبكة الأنترنت، وتصنيفه إلى مجموعة من فئات المضمون والشكل، هذه الأخيرة التي تُحدد لنا مدى استثمار الصحيفة للخدمات التكنولوجية، في تناول ومعالجة الموضوع أو الموضوعات المستهدفة في الدراسة.

ونستنتج مما سبق بأن ميلاد الصحافة الإلكترونية كظاهرة اعلامية اتصالية جديدة، قد أحدثت تغييرات في الأداة البحثية استمارة تحليل المضمون، فهذه الأخيرة يتوقف إعدادها وتصميمها ليس فقط بحسب طبيعة المضمون، بل أيضاً بحسب طبيعة الوسيلة المستهدفة في الدراسة، ومن صعوبات هذا النوع من التحليل ما يتعلق بشبكة الأنترنت من انقطاعات، أو ضعفها، مما يعرقل عملية جمع عينات البحث وتحميلها، وكذا عملية التحليل.

(1) محمد عبد العزيز الحيزان، مرجع سابق، ص 195.

(2) رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، مصر، 2004، ص 70.

3. تصميم استمارة تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية:

يعتبر تصميم الاستمارة التحليلية من الخطوات الجوهرية التي يتوقف عليها نجاح الموضوع من عدمه، الأمر الذي يستلزم من الباحث تصميمها بعناية، بما يتوافق وطبيعة الموضوع، أهدافه وتساؤلاته. وسيتم في هذا العنصر، تحديد أهم فئات المضمون والشكل، التي بإمكان الباحث اعتمادها عندما يكون بصدد تحليل موضوع معين في صحيفة إلكترونية معينة، كأحد أنواع بحوث الإعلام الإلكتروني المشار إليها سابقاً.

1.1. وحدات التحليل:

تتعلق بالوحدات التي يتم على أساسها العد والقياس، وتُشير وحدات التحليل إلى (جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل، والتي سيتم عليها القياس أو العد مباشرة)⁽¹⁾، وفي الغالب هي لا تختلف عن الوحدات المتعارف عليها في الإعلام التقليدي، كوحدة الكلمة، الفكرة، الموضوع، لكن هذا لا يعني أن جُلها قائم في تحليل المضمون في الصحافة الإلكترونية، فبطبيعة الحال تسقط العديد من الوحدات، كوحدة المساحة، وحدة الزمن، وحدة اللقطة أو المشهد، وهذه الأخيرة قد تقوم في حال استهدف الباحث تحليل ماجاء في الوسائط المتعددة، المرتبطة بذات الموضوع والتي تقدمها الصحيفة الإلكترونية، إلا أن الأمر يزداد صعوبةً، ويتطلب جهداً ووقتاً.

2.1. فئات التحليل:

يُقصد بفئات التحليل (تلك التصنيفات التي يضعها الباحث استناداً إلى طبيعة موضوع، ومشكلة الدراسة، كوسيلة يُعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني، وكلما كانت الفئات مُحددة بصورة واضحة، كلما كانت نتائج البحث أيضاً واضحة ومُحددة)⁽²⁾. وتجدد الإشارة، بأن الباحث ليس مُلزماً بتطبيق كل الفئات التحليلية التي تُقدمها الأدبيات المنهجية في الإعلام، بل ينتقي ما يتوافق وطبيعة موضوعه، أهدافه وتساؤلاته كما أشرنا سالفاً، مما يعني أنه لا توجد تصنيفات مُحددة على الباحث اتباعها، بل يختلف من مضمون إلى آخر.

وكما هو متعارف أن فئات التحليل تنقسم إلى:

أ. فئات المضمون - ماذا قيل؟ -:

تتعلق بالفئات التي تحاول وصف المحتوى الضمني للمادة، أو المواد الإعلامية محل التحليل، في محاولة للإجابة على سؤال ماذا قيل؟، ولا توجد فروقات في الغالب بين فئات المضمون في تحليل محتوى الصحافة الإلكترونية، أو الصحافة الورقية، بل اختلافها يرجع إلى اختلاف الموضوع وإشكاليته، إلا أن هناك بعض الفئات المشتركة، ومن أبرز نذكر:

(1) محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 180.

(2) عمر السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه .. إجراءاته .. ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2008، ص 238.

- فئة الموضوع:

تعتبر من أكثر الفئات استخداماً في بحوث الإعلام والاتصال، وذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها، وتحاول الإجابة على سؤال: على ما يدور حوله المحتوى، أو ماهي المواضيع الأكثر بروزاً في المحتوى؟.

- فئة اتجاه المادة:

يختار الباحث هذه الفئة لمعرفة الاتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل، وهي من أكثر الفئات استعمالاً في دراسة محتوى وسيلة إعلامية معينة، على الرغم من المشكلة التي تطرحها في صعوبة تحديد ذلك الاتجاه،⁽¹⁾ وبالتالي تعد من أبرز الفئات صعوبةً بالنسبة للباحث.

- فئة هدف المادة:

تهدف إلى الكشف عن التأثير المتوخى تحقيقه على الجمهور، ويشير مصطلح التأثير إلى: (التغيير في الإدراك، الذي ينجم عند المتلقي نتيجة رسالة المرسل)⁽²⁾.

- فئة المصدر:

يرى عصام الموسى أن المصدر هو: (من يعمل على إنتاج رسالة مُحمّلة بالمعاني، يوجهها عبر وسائل اتصال آلية إلى الجمهور المتلقي)⁽³⁾.

ب. فئات الشكل - كيف قيل؟-

تُعتبر هذه الفئة التحليلية الأساسية، مُكمّلة لفئة تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)؛ إذ لا يُمكن تحليل المضمون، دون التعرّف على شكل تقديم هذا المضمون، خاصة وأن طريقة التقديم قد تُضعف المضمون، أو قد تقويه وتُبرزه⁽⁴⁾.

ومن خلال هذه الفئة يبرز الاختلاف الجوهري، بين تحليل المضمون في الصحافة الإلكترونية والورقية، هذه الفئات التحليلية التي استدعت قيامها طبيعة الوسيلة ذاتها، والتي يعتمد عليها الصحفي الإلكتروني أثناء تحريره للمادة الإعلامية، ولعل من أبرز هذه الفئات نذكر:

- فئة الخدمات التفاعلية:

تعتبر التفاعلية من أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية، ولهذه الفئة العديد من الوظائف، بعضها يسمح بقياس درجة تفاعل الجمهور مع الموضوع المطروح، و البعض الآخر يسمح بمعرفة اتجاه الجمهور نحو الموضوع، كما تُبرز هذه الفئة مدى تمتع الصحيفة بالمعايير الفنية التفاعلية، من عدمه. ومن أبرز الخدمات التفاعلية نذكر:

(1) محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال: دروس نظرية وتطبيقات، دار أسامة، الأردن، 2017، ص 62.63.

(2) عصام الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 91.

(3) المرجع نفسه، ص 88.

(4) محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 184.

- التعليقات.
 - مشاركة الموضوع على صفحة الفايس بوك.
 - مشاركة الموضوع على موقع تويتر.
 - مشاركة الموضوع على موقع اليوتيوب.
 - إرسال الموضوع.
- وكل هذه الخدمات التفاعلية تندرج ضمن أدوات التحرير الإلكتروني، التي يستعين بها الصحفي لخلق جمهور متفاعل من جهة، وكذا توسيع نطاق انتشار المادة الإعلامية مما يُسهم في معالجة الموضوع المطروح من جهة أخرى.

- فئة الوسائط المتعددة:

يُعرفها "جايسكى" بأنها " وسائل الاتصال المتفاعلة التي تختلق وتبدع وتخزن لنقل الإرسال، استرجاع النص، الرسوم البيانية التوضيحية من خلال وسائل سمعية، أو وسائل بصرية مثل الإذاعة والتلفزيون"، ويرى "جون كومباك" أنها "يستخدم فيها النص المكتوب مع الصوت والصورة الثابتة، أو المتحركة في التعليم والإعلام، ويستند في ذلك على مقولة أن أي شيء تستطيع الكلمات أن تؤديه وحدها بأكثر فاعلية، حين يكون مصحوباً بالصوت المسموع والصورة"⁽¹⁾،

ومن أهم هذه الوسائط:

- الملفات الصوتية.
 - ملفات الفيديو.
 - الصور المتحركة.
- فتوفر بعض الوسائط أو كلها ومصاحبتها للمادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية، من شأنها أن يُساهم في إيصال المضمون الإعلامي وهدف القائم بالاتصال من معالجة موضوع ما، مما يدل على أهمية توفر هذه الفئة في استمارة تحليل المضمون المرتبطة بهذا البحث الاعلامي.

- فئة الوصلات التشعبية:

يُقصد بالوصلات التشعبية إحالة المستخدم القارئ، لرؤوس موضوعات أخرى، ذات صلة وعلاقة بموضوع المناول، والتي تمكنه من التعمق أكثر في الموضوع، وتُعد هذه الفئة من أبرز الأدوات المعتمد عليه أثناء التحرير الإلكتروني، وهي نوعان:

- وصلات تشعبية داخلية: وهي وصلات التي تكون في سياق النص، فقد نجد لها على شكل كلمات أو جمل بارزة أو بلون مغاير، وبمجرد الضغط عليها نُحيلنا إلى موضوع آخر ذو صلة بالموضوع المطروح.

(1) نفاعن الموقع، 301574/posts/edu-techno/users/kenanaonline.com بتاريخ 28/11/2017، سا53:19.

- وصلات تشعبية خارجية: وهي وصلات التي تكون في نهاية النص، وتأتي إما على شكل: مواضيع ذات صلة، كلمات مفتاحية...

فتوفر هذه الفئات أثناء معالجة موضوع ما في الصحيفة الإلكترونية، دليل على الاهتمام التي توليه الصحيفة للموضوع، وهي تُساهم بشكل أو بآخر في تدعيم المحتوى الإعلامي، وإيصاله للجمهور المتلقي.

- فئة طبيعة المادة الإعلامية:

تتعلق بالنوع الصحفي المعتمد عليه في صياغة الموضوع، والأنواع الصحفية متعارف عليه، من بينها: الخبر، التقرير، الروبورتاج، التحقيق، المقال...

- فئة الصورة الصحفية:

تُساهم الصورة الصحفية في تدعيم المحتوى الإعلامي، إذ تزيد من وضوح الموضوع ومصداقيته، والصور الصحفية أنواع منها:

- الصورة الأرشيفية.

- الصورة الواقعية.

- الصورة التعبيرية.

4. نموذج مختصر لاستمارة تحليل مضمون في صحيفة إلكترونية:

الموضوع: التناول الإعلامي لقضايا المرأة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية- دراسة تحليلية لعينة من صحيفة الخبر أون لاين-

أولاً: البيانات الخاصة:

- العدد:

- عنوان الموضوع:

ثانياً: فئات المضمون:

1. فئة الموضوع:

1 2 3

2. أشكال موضوعات قضايا المرأة:

1.2 أشكال المشاركة السياسية للمرأة:

4 5

2.2 أشكال قضايا المرأة في سوق العمل:

6 7 8

3.2 أشكال العنف ضد المرأة:

□ 11 □ 10 □ 9

ثالثاً: فئة اتجاه المادة:

□ 14 □ 13 □ 12

رابعاً: فئة الهدف:

□ 17 □ 16 □ 15

خامساً: مصدر المادة الإعلامية

□ 21 □ 20 □ 19 □ 18

ثالثاً: فئات الشكل:

1. فئة الخدمات التفاعلية:

□ 25 □ 24 □ 23 □ 22

1.1. فئة فرعية: عدد التعليقات ودرجتها:

□ 29 □ 28 □ 27 □ 26

2. فئة الوسائط المتعددة:

□ 33 □ 32 □ 31 □ 30

3. فئة الوصلات التشعبية:

□ 36 □ 35 □ 34

4. فئة طبيعة المادة الإعلامية:

□ 41 □ 40 □ 39 □ 38 □ 37

5. فئة الصورة الصحفية:

□ 44 □ 43 □ 42

دليل الاستمارة:

أولاً: فئات المضمون:

1. فئة الموضوع:

المربع رقم 1: يُشير إلى المشاركة السياسية للمرأة، المربع رقم 2: يُشير إلى المرأة وسوق العمل، المربع رقم 3: يُشير إلى العنف ضد المرأة.

2. أشكال موضوعات قضايا المرأة:

1.2. أشكال المشاركة السياسية للمرأة:

المربع رقم 4: يُشير إلى مشاركة المرأة في الانتخابات.

المربع رقم 5: يُشير إلى ترشح المرأة في القوائم الانتخابية.

2.2. أشكال قضايا المرأة في سوق العمل:

المربع رقم 6: يُشير إلى المرأة والمقاولة النسوية.

المربع رقم 7: يُشير إلى المرأة وتسيير المؤسسة.

المربع رقم 8: يُشير إلى المرأة وسياسة وسائل النقل العمومي.

3.2. أشكال العنف ضد المرأة:

المربع رقم 9: يُشير إلى العنف اللفظي.

المربع رقم 10: يُشير إلى العنف الجسدي.

المربع رقم 11: يُشير إلى العنف الجنسي.

ثالثاً: فئة اتجاه المادة:

المربع رقم 12: مؤيد، المربع رقم 13 معارض، المربع رقم 14 محايد

رابعاً: فئة الهدف:

المربع رقم 15: يُشير إلى الإعلام والإخبار، المربع رقم 16 يُشير إلى التوعية والتحسيس، المربع رقم 17

يُشير إلى الإثارة والتحريض

خامساً: مصدر المادة الإعلامية

المربع رقم 18 يُشير المراسلين، المربع رقم 19 يُشير إلى وسائل الاعلام، المربع رقم 20 يُشير إلى

وكالات الأنباء، المربع رقم 21 يُشير إلى مصادر مجهولة.

ثانياً: فئات الشكل:

1. فئة الخدمات التفاعلية:

المربع رقم 22: يُشير إلى التعليقات، المربع رقم 23: يُشير إلى مشاركة الموضوع على صفحة الفاييس بوك،

المربع رقم 24: يُشير إلى مشاركة الموضوع على موقع تويتر، المربع رقم 25: يُشير إلى مشاركة الموضوع على موقع اليوتيوب.

1.1. فئة فرعية: عدد التعليقات ودرجتها:

المربع رقم 26: يُشير إلى (1-10) ضعيف، المربع رقم 27: يُشير إلى (11-20) متوسط، المربع رقم 28: يُشير إلى (21-35) جيد، المربع رقم 29: يُشير إلى أكثر من 50 رد قوي جداً

2. فئة الوسائط المتعددة:

المربع رقم 30: يُشير إلى الملفات الصوتية، المربع رقم 31: يُشير إلى ملفات الفيديو، المربع رقم 32: يُشير إلى الصور المتحركة، المربع رقم 33: يُشير إلى غير متوفرة.

3. فئة الوصلات التشعبية:

المربع رقم 34: يُشير إلى الوصلات الداخلية، المربع رقم 35: يُشير إلى الوصلات الخارجية، المربع رقم 36: غير متوفرة.

4. فئة طبيعة المادة الإعلامية:

المربع رقم 37: يُشير إلى الخبر، المربع رقم 38: يُشير إلى التقرير، المربع رقم 39: يُشير إلى الروبورتاج، المربع رقم 40: يُشير إلى التحقيق، المربع رقم 41: يُشير إلى المقال.

5. فئة الصورة الصحفية:

المربع رقم 42: يُشير إلى الصورة الأرشيفية، المربع رقم 43: يُشير إلى الصورة الواقعية، المربع رقم 44: يُشير إلى الصورة التعبيرية.

خاتمة:

أمكن لنا القول في الأخير، بأن بحوث الإعلام الإلكتروني في توسع متنامي فما توفره التطورات التكنولوجية في الاعلام والاتصال، والتي تعد في تزايد مستمر يجعل ما أنجز من أبحاث ودراسات ماهي إلا البداية في هذا المجال، مما يُحيلنا إلى القول بأن مجال البحث العلمي في زمن العصر الإلكتروني لا يزال يشهد تغيرات وتغييرات في أدوات وأساليب جمع البيانات، فبروز وسائل الاعلام الإلكتروني خلق صعوبات في مجال البحث العلمي الإلكتروني، كصعوبة جمع البيانات، وكذا صعوبة التعامل مع المادة الإعلامية، في حال الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، إذ تتطلب توفر شبكة الأنترنت، هذه الأخيرة التي تشهد انقطاعات مستمرة، مما يُعيق الباحث في عملية التحليل، مقارنة بالمواد الورقية.

قائمة المراجع:

1. إسماعيل محمود حسن ، مناهج البحث في إعلام الطفل، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
2. السيد أحمد مصطفى عمر ، البحث الإعلامي: مفهومه .. إجراءاته .. ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2008.
3. الحيزان محمد عبد العزيز ، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 2004.
4. الحيزان محمد بن عبد العزيز ، " الفروق بين الرجال والنساء في استخدام وسائل الاتصال في المجتمع السعودي"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد78، جامعة الكويت 2002.
5. حمدي محمد الفاتح ، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال: دروس نظرية وتطبيقات، دار أسامة، الأردن، 2017 .
6. طعيمة رشدي ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، دار الفكر العربي ، مصر، 2004.
7. الموسى عصام ، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط6، إثراء للنشر والتوزيع، عمّان، 2009.
8. المزاهرة هلال منال ، مناهج البحث الإعلامي، دار الميسرة، عمان، 2014.
9. نقل عن الموقع، -<http://kenanaonline.com/users/edu-techno/posts/301574> بتاريخ 28/11/2017، سا:19:53.