

## اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة

مجلة الباحث الإعلامي نموذجاً - دراسة مسحية -

أ.م.د. شكريه كوكز السراج

كلية الإعلام - جامعة بغداد

## مستخلص

إن دراسة اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة عبر مستوياتها التخصصية الثلاثة ولاسيما المستوى الثالث منها، تشير إلى أنها المجالات الشهرية أو الفصلية أو السنوية التي تتابع نشر أحدث أبحاث الدراسات الجديدة التي وصل لها التطور في كل تخصص وهي موجهة إلى القارئ المثقف ثقافة عالية وتكاد تكون بديلاً عن الكتاب وعليه يستند هذا المستوى إلى موضوع متخصص أي مادة متخصصة وجمهور متخصص فالمادة هي البحوث والدراسات والجمهور المتخصص وهم الباحثون والمهتمون بهذا النوع من المجالات.

ويرمي البحث في شقيه المسحي والميداني إلى معرفة نوعية البحوث وتصنيفها وشكلها والنوع الاجتماعي للباحثين ومدى استعمالهم المصادر الأجنبية ومرتبهم العلمية والموقع الجغرافي فضلاً عن معرفة آراء الباحثين ورضاهم عن المجلة وأهم سلبياتها وإيجابياتها.

وقد توصلت الباحثة إلى طائفة من النتائج منها :

1. تضمنت البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من حيث النوع والتصنيف بحثاً تطبيقية ونظرية وتقدمت البحوث التطبيقية بنسبة (٣٧,٥٦٪) من البحوث النظرية.
2. تقدمت البحوث المنفردة عن المشتركة والمستقلة بحصولها على نسبة (٣٩,٧٩٪).
3. كانت هناك أكثر من (٦) تخصصات للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي تقدمت بحوث الإعلام والاتصال بنسبة (٢٨,١٨٪) عن التخصصات الأخرى.
4. تقدم المنهج المسحي عن المناهج المستعملة في البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي بنسبة (٣٧,٥٦٪) وقد توافقت هذه النتيجة مع أغلب البحوث والدراسات التي تناولت دراسة بحوث الإعلام.
5. تقدمت نسبة الباحثين عن البحوث المنشورة من حيث النوع الاجتماعي بتكرار بلغ (٢٥٤) للباحثين و (١٠٨) للباحثات.
6. سجلت الدراسة نتيجة تقدم الباحثين من كلية الإعلام جامعة بغداد عن الباحثين المحليين والخارجين بنسبة (٣٩,٥٩٪).
7. تقدمت الدرجة العلمية (مدرس دكتور) من الدرجات الأخرى بتسجيلها نسبة (٤٤,٠١٪).
8. غلبة استعمال الباحثين المصادر العربية في بحوثهم على بقية المصادر بنسبة (٦٧,٨٧٪).
9. كشفت الدراسة أن نسبة (٨٦,٦٦٪) من البحوث المنشورة لم تسند أو تعتمد على نظرية إعلامية.

drshuqriah@comc.uobaghdad.edu.iq

مجلة الباحث الإعلامي

( العدد ٣٩ )

١٠. إن (٦٦٪) من المبحوثين أكدوا أن مجلة الباحث الإعلامي تتمتع بمستوى جيد.
١١. أكد المبحوثون إن البحوث المنشورة لم تقدم نسبة نجاح بأنها قدمت قيمة وفائدة للمجتمع في حين كانت نسبة إجاباتهم بأنها قدمت فائدة وقيمة للعلم بـ (٧٢٪).
١٢. شخص المبحوثون العديد من السلبيات فضلاً عن الإيجابيات.
١٣. بينت العينة ونسبة (٦١٪) أنها راضية عن مستوى المجلة فيما امتنع عن الإجابة (٢١٪) وما تبقى كانت اجابتهم بـ لا.
- الكلمات المفتاحية : البحث العلمي، الصحافة المتخصصة، الباحث الإعلامي، مجلة.

### Tendencies of Scientific Research in the Specialized Journalism the Media Researcher Magazine A survey study

Prof. Assist. Dr. Shukria Kawkaz Al-Saraj

College of Media - Baghdad University - [Shukriakawkaz@yahoo.com](mailto:Shukriakawkaz@yahoo.com)

#### Abstract

*The study of the tendencies of scientific research in the specialized journalism through the three specialized levels, specifically the third level. It is referred to be a monthly, quarterly or annual magazine that follows the publication of the researches for new studies which have come to in every specialization. it is directed to the highly educated and is almost an alternative book. Thus, the subject is specialized and the audience is specialized.*

*The study aims in both its survey and field section at knowing the type of researches and their classification and the form, gender and the use of foreign sources and their scientific tank and the geographical position in addition to knowing the opinions of researchers and their satisfaction about the magazine and the most important advantages and disadvantages.*

*The researcher comes up to the following findings:*

*The published researches in the Media Researcher magazine includes applied and theoretical studies in the coordination researches in 56.37% of the theoretical researches.*

*The individual researches exceed the joined researches in obtaining 79.39%.*

*There are more than 6 specializations of the researches published in the magazine. The researches about media and communication come first in 28.18%.*

*The subject affirmed that the published researches did not give success rate while the percentage of their answers whether they are useful and benifitable was 82%.*

*The subject diagnosed many disadvantages.*

*The sample showed that 621% that they are satisfied and 21 % were not.*

## مقدمة

يعدّ البحث العلمي ضرورة من ضرورات استمرار الحياة في تخصصاتها المختلفة، إذ يعمل جاهداً على تحديد المشكلة وتقديم التفسير الحقيقي لجوانبها باستعمال أحد المناهج والأدوات والطرق المناسبة لها. إن التطور التكنولوجي واتساع السكان وارتفاع المستوى الاقتصادي وزيادة التخصصات العلمية بجانبها العلمي والإنساني فرض علينا أن نتابع بجديّة تحديد تلك التطورات ومساراتها وما لها وما عليها. يستمد هذا البحث أهميته العلمية من أنه يمثل نسقاً من المعرفة التي تقدم تفسيراً حقيقياً لجوانب الحياة كافة فضلاً عن أن التخصص يعدّ سمة العصر الذي نعيش فيه لأن التخصص في مجالات حياتنا أزداد بشكل ملحوظ وإن هذا الاهتمام بدأ واضحاً في الدول المتقدمة بسبب تقسيم العمل والتخصص الدقيق الذي تتسم به المجتمعات الصناعية.

ومن هذا المنطلق قمنا بدراسة اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة بتناولنا مجلة الباحث الإعلامي الصادرة في كلية الإعلام جامعة بغداد وهي الكلية الأم في هذا التخصص فضلاً عن أنها المجلة العلمية المحكمة الأولى للدراسات الإعلامية في العراق.

ضم البحث ثلاثة مباحث تناول الأول الإطار المنهجي في حين حدد الثاني منه للصحافة المتخصصة والبحث العلمي وعلاقتهما بالباحث الإعلامي فيما خصص المبحث الثالث الإطار العملي بـ أ- للدراسة التحليلية ب- الميدانية فضلاً عن النتائج.

## الإطار المنهجي

أولاً : أهمية البحث العلمي والحاجة إليه

تكمّن أهمية البحث من جوانب عدة منها ما يتعلق باهتمام الدول المتقدمة اهتماماً ملحوظاً بالبحث العلمي، لأنها أدركت أن عظمة الأمم تتجسد في قدرات أبنائها العلمية والسلوكية في مجالات البحث العلمي والتي تمكن الأمم في تمتين دعائمها وتحقيق تطورها ورفاهيتها والمحافظة على مكانتها الدولية فضلاً عن أن هذا الاهتمام يمثل ركناً أساساً في سياسات الدول المتقدمة إذ تتميز هذه الدول بحجم الاتفاق المادي لحقل البحث العلمي فضلاً عن الدعم المعنوي<sup>(١)</sup>.

وتتبع أهمية بحثنا من أنه محاولة لدراسة تحليلية نقدية لاتجاهات البحوث للدراسات الإعلامية المنشورة في مجلة متخصصة بسمى (الباحث الإعلامي) لمعرفة تلك الاتجاهات والكشف عن مسارها وتصنيفاتها ونوعية تناولها المشكلة بجانبها النظري أو التطبيقي فضلاً عن الدراسة الميدانية على عينة من التدريسيين والباحثين في الإعلام.

## ثانياً: مشكلة البحث

يُعدّ تحديد مشكلة من الخطوات الأولى للبحث العلمي فهو تحويل الموضوع العام إلى سؤال أو مشكلة قابلة للبحث، وأن هذا التساؤل يدور في ذهن الباحث عن موقف معين يحيطه الغموض ويحتاج إلى توضيح وتفسير<sup>(٢)</sup>.

ويرى كثير من العلماء إن تحديد المشكلة من أجل دراستها أصعب بكثير من إيجاد الحلول لها وهناك من يشير إلى عوامل عدة تكمن وراء اختيار مشكلة معينة منها ظروف المجتمع ومشكلاته واهتماماته والامكانات المتاحة للباحثين(٣).

وتعد مشكلة البحث الركيزة الأساسية التي تبنى على أساسها هيكلية البحث ومراحل انجازه نظرياً أو ميدانياً والموضوع الذي نحن بصدد تسليط الضوء عليه يركز على الكشف عن اتجاهات البحث العلمي في الصحافة المتخصصة وعدت مجلة الباحث الإعلامي الصادرة عن كلية الإعلام/ جامعة بغداد انموذجاً عن طريق اخضاع بحوثها المنشورة لمتطلبات البحث فهي المجلة العلمية المحكمة الأولى المتخصصة بالدراسات الإعلامية والإنسانية الصادرة في كلية الإعلام جامعة بغداد، الكلية الأم في العراق لهذا التخصص العلمي وعلى مدى ثلاثة عشر عاماً من إصدارها الأول عام ٢٠٠٥م ولنهاية عام ٢٠١٧م وهي الحدود الزمنية وإجراءات البحث.

يرتكز البحث على التعرف على هيكلية البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي بعدها المستوى الثالث من مستويات الصحافة المتخصصة من حيث نوعية البحوث وتصنيفاتها وشكلها والنوع الاجتماعي للباحثين ومدى استعمال الباحثين المصادر الأجنبية ومرتبته العلمية والموقع الجغرافي، فضلاً عن معرفة آراء الباحثين ورضاهم عن المجلة وعملها وعلى وفق ما تقدم يمكن تلخيص مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤلات الآتية :

١. ما نوع وتصنيفات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٢. ما شكل البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٣. ما تخصصات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٤. ما المنهج المستعمل في البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٥. ما نسبة توزيع النوع الاجتماعي للباحثين (ذكر-إنثى) للباحثين المشاركين في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٦. ما المرتبة العلمية للباحثين المنشورة بحوثهم في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٧. ما الموقع الجغرافي للباحثين المنشورة بحوثهم في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٨. ما نسبة استعمال الباحثين المصادر الأجنبية في بحوثهم المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م؟
٩. هل اعتمدت البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية

٢٠١٧/١٢/٣١م؟ على نظرية إعلامية تمت الإشارة إليها.

١٠. ما مدى رضا المتخصصين من اساتذة وباحثين عن مجلة الباحث الإعلامي؟
١١. ما سلبيات مجلة الباحث الإعلامي وإيجابياتها في أثناء أعوام صدورها البالغة (١٣) عاماً؟
١٢. هل البحوث المنشورة على مستوى فوق الجيد حققت إضافات بحثية على صعيد التخصص والعلم والمجتمع؟

### ثالثاً : أهداف البحث

يرمي البحث الحالي إلى :

١. الوقوف عند أنواع البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي وتصنيفاتها من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٢. معرفة شكل البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من منفرد أو مشترك أو مستل من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٣. معرفة تخصصات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٤. الكشف عن المناهج المستعملة في البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٥. معرفة نسبة توزيع النوع الاجتماعي للباحثين المشاركين في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٦. بيان المرتبة العلمية للباحثين المنشورة بحوثهم في مجلة الباحث الإعلامي وللمدة المشار إليها أعلاه.
٧. تحديد الموقع الجغرافي للباحثين المنشورة بحوثهم في مجلة الباحث الإعلامي.
٨. معرفة نسبة استعمال الباحثين المصادر الأجنبية في بحوثهم المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
٩. مدى اعتماد البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م.
١٠. معرفة مدى رضا من قبل المتخصصين من اساتذة وباحثين عن مجلة الباحث الإعلامي.
١١. تشخيص سلبيات مجلة الباحث الإعلامي وإيجابياتها في أثناء أعوام صدورها البالغة (١٣) عاماً.
١٢. مدى تحقيق البحوث المنشورة، لإضافات بحثية على صعيد التخصص والعلم والمجتمع.

### رابعاً : نوع الدراسة ومنهج البحث

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي ترمي إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو

مجموعة من الناس أو مجموعة الأحداث وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة من دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها (٤).

اعتمدت الباحثة في هذا البحث المنهج المسحي وتمثل ذلك في مسح المضمون في مجلة الباحث الإعلامي المتمثلة بعينة الدراسة لمعرفة اتجاهات البحوث المنشورة عبر (٣٨) عدداً فضلاً عن بناء استبانة لمعرفة مدى رضا ذوي الاختصاص من أساتذة إعلام و باحثين في مسار هذه المجلة العلمية المحكمة المتخصصة الصادرة في كلية الإعلام جامعة بغداد.

### خامساً : مجالات البحث

وتقسم على ثلاثة مجالات :

١. المجال الزمني : حددت المدة من آذار ٢٠٠٥م ولغاية (٣١-١٢-٢٠١٧) مجالاً زمنياً للبحث عن طريق :

أ. دراسة أعداد المجلة الفصلية (الباحث الإعلامي) التي تم مسحها للمدة من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١ حصراً شاملاً.

ب. يعود سبب اختيار الباحثة هذه المدة والمتمثلة بالصدور الأول للمجلة في آذار ٢٠٠٥م وآخرها العدد (٣٨) للفصل الأخير من عام ٢٠١٧م والتي تعدّ المجلة الأولى المحكمة التي تصدر في كلية الإعلام - جامعة بغداد وهي الكلية الأم لهذا التخصص، إذ تأسست هذه الكلية في تشرين الثاني ٢٠٠٢م.

٢. المجال المكاني : ويتمثل بـ مجلة الباحث الإعلامي بأعدادها البالغة (٣٨) عدداً من ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م والمتضمنة (٣٣٠) بحثاً.

٣. المجال البشري ويتمثل بأساتذة وباحثي الإعلام من كلية الإعلام جامعة بغداد والجامعات العراقية الأخرى من التخصص نفسه وبالبالغ عددهم (١٠٠) مبحوث ومبجوة.

### سادساً : عينة البحث

وتشمل العينة :

أ. الدراسة المسحية الخاصة بالوسيلة : شملت الدراسة مجلة الباحث الإعلامي الصادرة في كلية الإعلام جامعة بغداد إذ تم مسح البحوث المنشورة والبالغة (٣٣٠) بحثاً موزعين بواقع (٣٨) عدداً للمدة من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م حصراً شاملاً. وكما موضح في الجدول (١).

ب. عينة الدراسة الميدانية الخاصة بالباحثين والاساتذة إذ بلغ حجم عينة الدراسة الميدانية (١٠٠) أستاذ وباحث في الإعلام من كلا الجنسين.

## جدول (١) يبين عدد البحوث المنشورة في عينة البحث

ت	سنة الإصدار	العدد	عدد البحوث	الملاحظات
١	٢٠٠٥	١	٩	إصدار عدد واحد في السنة
٢	٢٠٠٦	٢	١٠	إصدار عدد واحد في السنة
٣	٢٠٠٧	٣	١٦	إصدار عدد واحد في السنة
٤	٢٠٠٨	٤	١٢	إصدار عدد واحد في السنة
٥	٢٠٠٩	٥	١٥	إصدار (٣) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٢٩) بحثاً.
٦	٢٠٠٩	٦-٧	١٤	
٧	٢٠١٠	٨	١٣	إصدار (٣) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٢٨) بحثاً.
٨	٢٠١٠	٩-١٠	١٥	
٩	٢٠١١	١١-١٢	٩	إصدار (٤) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٢٨) بحثاً.
١٠	٢٠١١	١٣	٩	
١١	٢٠١١	١٤	١٠	
١٢	٢٠١٢	١٥	١١	
١٣	٢٠١٢	١٦	١٠	إصدار (٤) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٤٠) بحثاً.
١٤	٢٠١٢	١٧	١٠	
١٥	٢٠١٢	١٨	٩	
١٦	٢٠١٣	١٩	٩	
١٧	٢٠١٣	٢٠	٩	إصدار (٤) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٤٠) بحثاً.
١٨	٢٠١٣	٢١	٨	
١٩	٢٠١٣	٢٢	٨	
٢٠	٢٠١٤	٢٣	٩	إصدار (٤) أعداد ومنها عدد مزدوج لهذه السنة وبلغت عدد البحوث (٣٦) بحثاً.
٢١	٢٠١٤	٢٤-٢٥	١٩	
٢٢	٢٠١٤	٢٦	٨	
٢٣	٢٠١٥	٢٧	٩	
٢٤	٢٠١٥	٢٨	١٠	إصدار (٤) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٣٦) بحثاً.
٢٥	٢٠١٥	٢٩	١٠	
٢٦	٢٠١٥	٣٠	٧	
٢٧	٢٠١٦	٣١	٧	إصدار (٤) أعداد ومنها عدد مزدوج لهذه السنة وبلغت عدد البحوث (٣٥) بحثاً.
٢٨	٢٠١٦	٣٢	٧	
٢٩	٢٠١٦	٣٣-٣٤	١١	
٣٠	٢٠١٧	٣٥	٨	
٣١	٢٠١٧	٣٦	٤	إصدار (٤) أعداد لهذه السنة وبلغت عدد البحوث لها (٢٧) بحثاً.
٣٢	٢٠١٧	٣٧	٧	
٣٣	٢٠١٧	٣٨	٨	
مج	١٣ سنة	٣٨ عدداً	٣٣٠ بحثاً	



## سابقاً : الدراسات السابقة

١. دراسة الحمداني ٢٠٠٩م<sup>(٥)</sup>:

رمت الدراسة إلى معرفة أنواع البحوث والمناهج التي استخدمت في الرسائل الجامعية التي تناولت العلاقات العامة في كلية الإعلام من عام ١٩٨٩ ولغاية ٢٠٠٧م فضلاً عن أدوات البحث وأنواع العينات، فيما حددت العينة بجميع الرسائل الجامعية التي نوقشت عن اختصاص العلاقات العامة والبالغة ٣٢ رسالة واطروحة من ١٩٨٩م-٢٠٠٧م.

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج ومنها إن الرسائل الجامعية جميعها اكتفت بإجراء البحوث الوصفية ولم يكن هناك دراسة استكشافية أو تجريبية وتقدمت بحوث المرسل عن بحوث المستقبل والرسالة والوسيلة.

٢. دراسة الملا ٢٠١٠م<sup>(٦)</sup>:

رمت الدراسة إلى معرفة حدود الرأي العلمي في بحوث الإعلام الجماهيري وابرار آليات التناول النظري والتطبيقي للبحث العلمي وكيفية الإداء البحثي.

وتمثلت عينة الدراسة باعتماد الباحث على العينة القصدية (العمدية) في اختيار الأفراد الذين تم توزيع الاستبانة عليهم، وهم التدريسيون الحاصلون على ألقاب (مدرس-أستاذ مساعد) من كلية الإعلام - جامعة بغداد.

وتوصل البحث إلى وجود إمكانية في تضمين الرأي العلمي في بحوث الإعلام وتظهر مصداقية ذلك عن طريق التقارب في نتائج عمليتي الإحصاء التي أجريت في هذا المجال.

٣. دراسة السراج ٢٠١٥م<sup>(٧)</sup>:

رمت الدراسة إلى معرفة الرسائل العلمية التي نوقشت في قسم الإعلام كلية الآداب من ١٩٨٨ ولغاية ٢٠٠٢م فضلاً عن الرسائل والإطاريح التي نوقشت في كلية الإعلام من ٢٠٠٢م ولغاية نيسان ٢٠١٥م والخاصة بتخصص الصحافة فقط ومعرفة نسبة الحاصلين من الطلبة العرب على شهادتي الماجستير الدكتوراه في قسمي الإعلام والصحافة من جامعة بغداد وهل هناك اشراف مشترك وعدد المشرفين من الأساتذة مقارنة بعدد الأساتذة من الإناث والتخصصات الإعلامية وغيرها.

وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها : بلغت عدد وسائل الماجستير والدكتوراه التي نوقشت والخاصة بالصحافة (٢٨٢) موزعة بواقع (١٠٧) للمدة من ١٩٨٨م-٢٠٠٢م في كلية الآداب قسم الإعلام منها (٦٩) ماجستير و (٣٨) دكتوراه والقسم الآخر البالغ (١٧٥) في قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة بغداد منها (١٢٢) رسالة ماجستير و (٥٣) دكتوراه فضلاً عن تقدم تخصص التحرير الصحفي في موضوعات الصحافة عن التخصصات الأخرى بنسبة (٢١,٩٨) من ضمن عشرة تخصصات أشارت إليها الدراسة المذكورة.



## ٤. دراسة الدوغجي ٢٠١٦ (٨):

رمت الدراسة إلى تصنيف البحوث الإعلامية بمستوياتها كافة على وفق تنوع الموضوعات وعلى وفق عناصر العملية الاتصالية وتحديد قيم المجموعة الأكثر انسجاماً والأقل تشتتاً فضلاً عن تحديد عناصر الإطارين المنهجي والإجرائي في بحوث الإعلام من حيث المحتوى وأسلوب العرض والتصنيف وتقويمها من حيث التطابق والتكافؤ والاتساق والمواءمة بينها وتشخيص المعايير التي يعتمدها المحكمون لتقويم مستوى جودة العناصر المنهجية والإجرائية.

اختارت الباحثة عينة لدراستها وهي بحوث الدبلوم ورسائل الماجستير والدكتوراه لأقسام كلية الإعلام جامعة بغداد من ٢٠٠٢م ولغاية ٢٠١٥/١٢/٣١م.

وخرجت الدراسة بنتائج منها إن المستوى الوصفي هو المستوى الأبرز المستخدم لصياغة مشكلات البحوث الإعلامية فضلاً عن أن النسق السردى للمعلومات عند صياغة عنصر الدراسات السابقة هو الواضح والمتبع فيما أكدت الدراسة الميدانية وجود علاقة إيجابية بين تقويم مستوى جودة البحوث الإعلامية ومعايير تقديم مستوى حدة العناصر المنهجية والإجرائية.

## ٥. دراسة الكعبي ٢٠١٧ (٩):

رمت الدراسة إلى تحديد مدى تحقق الأهداف بالنتائج إذ حددت العينة بالبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي للإعداد الصادرة من ٢٠٠٧م-٢٠١٦م وتوصل البحث إلى أن ٤٠٪ من النتائج مشتتة عن الأهداف.

**الصحافة المتخصصة والبحث العلمي وعلاقتها بالباحث الإعلامي**

تعرف الصحافة المتخصصة بانها جميع الصحف التي تعالج فناً واحداً من فنون الحياة ولا تتعدى سواه والمقصود بها كذلك الصحافة التي تخاطب فئة أو قطاعاً من قطاعات المجتمع أو هيئة من هيئاته (١٠).

وهناك من يعرف الصحافة المتخصصة أنها تتفرغ لمتابعة أدق اهتمامات المتلقي المتخصص وتوفر له معلومات أكثر قدره على اشباع شغفه واحتياجاته العلمية، وتبعاً لدورها المتخصص فإنها تمتلك المساحة الأوسع للبحث أو النشر، والصحافة المتخصصة تتصف بدور حيوي أكثر خطورة وأكثر إيجابية لأنها تساعد بكفاية أعلى في تطوير اختصاصها وأن تعميم المعرفة والمعلومات تمثل هدافاً غاية في الأهمية للصحافة المتخصصة (١١).

**أركان الصحافة المتخصصة ومستوياتها**

تقوم الصحافة المتخصصة على ركنين أساسيين أولهما المادة الصحفية المتخصصة وثانيهما الجمهور المتخصص أما مستوياتها فحددت بثلاثة هي (١٢):

• المستوى الأول : وهو المستوى الذي نراه في الصفحات المتخصصة في الجرائد العامة

والمجلات الأسبوعية العامة فهذه الصفحات موجهة للقارئ العادي الذي غالباً ما يحصل على ثقافة عن طريق ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات عن مجالات النشاط الإنساني المتعمد كالسياسة والاقتصاد والأدب والفكر والدين.

- المستوى الثاني : وهو المستوى الذي نراه في الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية وهذه تقدم مادتها للقارئ ذي المستوى الثقافي الذي لا يكتفي بما تنشره الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية.
- المستوى الثالث : ونراه في الصحف العلمية المتخصصة وقد تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية أو سنوية وهي صحف تتابع نشر أحدث الأبحاث والدراسات الجديدة التي وصل لها التطور في كل تخصص، وهي موجهة إلى القارئ المثقف ثقافة عالية وتكاد تكون بديلاً عن الكتاب وقد أخذت بالانتشار إذ صارت تغطي معظم النشاطات الإنسانية المعاصرة.

وترى الباحثة إن هذا المستوى هو ما يخص بحثنا لأن المجلة التي نحن بصدد دراستها تمثل المستوى الثالث إذ إن المادة التي تتضمنها هي مادة متخصصة من الأبحاث والدراسات وجمهورها متخصص من الباحثين والدارسين والمهتمين بهذا المجال من التخصص ... ومن المفارقات في هذا الموضوع فقد سجلت الدراسات الإعلامية عن أول مجلة متخصصة ظهرت في العالم كانت مجلة (العلماء) وهي مجلة علمية متخصصة صدرت في باريس ١٦٦٥ م.

أما البحث العلمي فإنه محاولة لاكتشاف المعرفة والتنقيب عنها وتطويرها وفحصها وتحقيقها بتقصي دقيق ونقد عميق ثم عرضها عرضاً مكتملاً بذكاء وإدراك، فالبحث العلمي وسيلة وليس غاية بحد ذاته لأن الباحث يحاول بواسطته دراسة ظاهرة أو مشكلة ما لمعرفة العوامل التي أدت إلى وقوعها ثم الخروج بنتيجة أو الوصول إلى حل أو علاج للمشكلة واكتشاف معرفة جديدة وعرضها لغايات المقارنة والتحليل والنقد<sup>(٣١)</sup>.

وعرف أيضاً بأنه تقصٍ أو فحص دقيق لاكتشاف معلومات أو علاقات جديدة ونمو المعرفة الحالية والتحقق منها<sup>(٤١)</sup>.

فيما عرف البحث الإعلامي بأنه التحقق المنظم في موضوع أو قضية أو ظاهرة أو مشكلة إعلامية للكشف عن الحقائق أو النظريات المتعلقة بالجانب الإعلامي أو الاتصالي وتطويرها ولا تختلف أهداف البحث الإعلامي بصفة خاصة عن أهداف البحث العلمي بصفة عامة، إذ يمكن تلخيص تلك الأهداف بالآتي:

١. الكشف عن الحقائق وخصائصها.
٢. الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها.
٣. السيطرة على حركة الحقائق التي تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها.
٤. إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها في إطار العلاقات المتجددة والمتغيرة<sup>(١٥)</sup>.

## مجلة الباحث الإعلامي

مجلة علمية فعلية محكمة تصدر في كلية الإعلام جامعة بغداد صدر العدد الأول منها في آذار ٢٠٠٥م وعرفت نفسها بأنها مجلة تعنى بشؤون الإعلام والمشكلات الإعلامية لسنوات ثم عرفت نفسها بعد مدة بأنها مجلة علمية محكمة تعنى بشؤون الإعلام والاتصال تحمل الرقم الدولي المعياري (ISSN 1995-8005) هيئة تحريرها تتألف من رئيس تحريرها أ.د. هادي نعمان الهيتي، ود. حميد جاعد الدليمي نائب رئيس التحرير ود. هاشم حسن سكرتير التحرير وعضوية أ.د. محمد البكاء ود. وسام فاضل راضي ود. محمد رضا مبارك عدد صفحاتها (٢٠٠-٢٢٥) لها أبواب ثابتة بين المقال الافتتاحية والبحوث وعرض رسائل واطاريح ثم تغيرت لتصبح خاصة بأخبار ونشاطات هيئة الإعلام والاتصالات ثم تغيرت إلى نشاطات كلية الإعلام.

صدرت الإصدارات الأربعة الأولى في الأعوام ٢٠٠٥م، و ٢٠٠٦م، و ٢٠٠٧م، و ٢٠٠٨م سنوية وليست فصلية وكان عدد البحوث المنشورة متفاوتاً في السنوات الأربعة الأولى ما بين (٩-١٢) بحثاً، وبدأت بعد ذلك تصدر فصلياً كل (٣) أشهر.

ثم تغيرت أسماء هيئة التحرير والاستشارية وبعد ذلك حددت المجلة قيمة الاشتراك داخل العراق (٣٠٠٠٠) دينار عراقي و في الوطن العربي (٤٠) دولار مع أجور البريد ووضعت المجلة شروطاً للنشر منها إن المجلة تنشر البحوث والدراسات الإعلامية التي ترد إليها من الباحثين والاكاديميين والمؤسسات العلمية شرط أن يلتزم الباحث بالمنهجية الاكاديمية وتخضع البحوث والدراسات للتقويم من محكمين علميين متخصصين فضلا عن شروط آخر واردة في كل المجالات العلمية المحكمة.

## الإطار العملي للبحث

### • الدراسة المسحية :

أجرت الباحثة مسحاً شاملاً للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي للمدة من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م كما أجرت مسحاً لنوع البحوث وتصنيفاتها واشكالها وتخصصاتها ومناهجها وباحثيها وموقعهم الجغرافي ومرتبته العلمية ومدى استعانتهم بالمصادر الأجنبية إذ بلغت البحوث التي تم مسحها (٣٣٠) بحثاً صنفت على أنواع البحوث نظرية وتطبيقية وقد احتلت البحوث التطبيقية المرتبة الأولى من سلم مسح مضامين البحوث بجمعها (١٨٦) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٥٦,٣٧%) فيما جاءت بالمرتبة الثانية البحوث النظرية أي التي لم تستعن باستمارة التحليل أو الاستبانة إذ جمعت (١٤٤) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٤٦,٦٣%) الأمر الذي يفسر أن هنالك اهتماماً من مسؤولي إدارة المجلة بالبحوث التطبيقية أكثر من النظرية وهو أمر طبيعي لاسيما إن نتائج البحوث التطبيقية بالإمكان الاستفادة منها بشكل واضح في التخصص والعلم ومؤسسات المجتمع وكما مبين في جدول (٢).

جدول (٢) يبين التوزيع النسبي لنوع وتصنيفات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م لغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م

ت	نوع وتصنيف البحث	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	البحوث التطبيقية	١٨٦	٥٦,٣٧%	الأولى
٢	البحوث النظرية	١٤٤	٤٣,٦٣%	الثانية
	المجموع	٣٣٠	١٠٠%	

أما أشكال البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من منفردة، مشتركة، مستقلة فيوضحها الجدول الآتي :

جدول (٣) يبين التوزيع النسبي لأشكال البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م لغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م

ت	شكل البحث	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	بحث منفرد	٢٦٢	٧٩,٣٩%	الأولى
٢	بحث مشترك	٤٩	١٤,٨٥%	الثانية
٣	بحث مستقل	١٩	٥,٧٦%	الثالثة
	المجموع	٣٣٠	١٠٠%	

يبين الجدول (٣) أشكال البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي ضمن عينة البحث المشار إليها أعلاه إذ إن البحوث المنفردة تقدمت عن أشكال البحوث الأخرى جمعت (٢٦٢) تكراراً ونسبة عالية بلغت (٧٩,٣٩%) فيما احتلت البحوث المشتركة أي باشتراك أكثر من باحث في كتابتها بعدما جمعت (٤٩) تكراراً ونسبة (١٤,٨٥%) في حين حل ثالثاً البحوث المستقلة بعد ما سجلت (١٩) بحثاً ونسبة مئوية مقدارها (٥,٧٦%) الأمر الذي يفسر أن المحلية تبتعد إلى حد ما في نشر أو استقبال البحوث المستقلة الجاهزة بل تعمل جاهدة على نشر البحوث المنفردة.

أما تخصصات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي فيوضحها الجدول الآتي:

جدول (٤) يبين التوزيع النسبي لنوع التخصصات البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م لغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م

ت	التخصص	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	الإعلام	٩٣	٢٨,١٨%	الأولى
٢	صحافة	٨٥	٢٥,٧٦%	الثانية
٣	الصحافة الإذاعية والتلفزيونية	٦٦	٢٠,٠٠%	الثالثة
٤	العلاقات العامة	٥٥	١٦,٦٦%	الرابعة
٥	اللغة العربية والإعلامية	١٦	٤,٨٤%	الخامسة
٦	أخرى*	١٥	٤,٥٦%	السادسة
	المجموع	٣٣٠	١٠٠%	



يبين جدول (٦) أن نسبة الذكور تفوقت على الإناث من الباحثين المشاركين في مجلة الباحث الإعلامي بمجموع بلغ (٢٥٤) باحثاً وبنسبة (٧٠,١٦٥٪) في حين سجلت الإناث (١٠٨) مشاركة وبنسبة (٢٩,٨٣٪) وعلى الرغم من أن نسبة الإناث أقل إلا أن هناك إشارة جديرة بالذكر أن عدد المشاركات في تزايد وكما موضح في الجدول أعلاه إذ بدأت مشاركة الإناث في العدد الأول بباحثة واحدة ثم تزايدت وهو أمر إيجابي إذ إن العلم ليس حكراً على النوع الآخر. أما الموقع الجغرافي للباحثين (الخارجين خارج العراق، داخل العراق المحليين، باحثين كليّة الإعلام، جامعة بغداد) فيوضحها الجدول الآتي :

جدول (٧) يبين التوزيع النسبي للموقع الجغرافي للباحثين المنشورة في مجلة الباحث عينة البحث

ت	الموقع الجغرافي للباحثين***	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	الباحثون من كلية الإعلام جامعة بغداد.	١٩٦	٥٩,٣٩٪	الأولى
٢	الباحثون المحليون (داخل العراق)	١٠٥	٣١,١٨٪	الثانية
٣	الباحثون الخارجيون (خارج العراق)	٢٩	٨,٧٨٪	الثالثة
	المجموع	٣٣٠	١٠٠٪	

يبين جدول (٧) الموقع الجغرافي للباحثين إذ تقدم الباحثون من كلية الإعلام - جامعة بغداد من مجموع الباحثين المنشورة بحوثهم إذ سجلت (١٩٦) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٥٩,٣٩٪) وتجد الباحثة إن هذا أمراً بديهياً لأن المجلة تصدر فيها وهي المجلة العلمية المحكمة الأولى التي تعنى بشؤون الإعلام والاتصال فضلاً عن آليات التعليم العالي في العراق لا سيما وأنها تخضع لضوابط الجودة والأداء والتقييم الجامعي الذي يتطلب أن يقدم الاساتذة بحوثاً للنشر ولتسجيل نقاط يحقق درجة النجاح السنوي فضلاً عن الضوابط تشير إلى تسجيل الأستاذ الجامعي مقترحين لبحثين لانجازهما سنوياً ومن ثم نشرهما، وأمر آخر وهو هنالك من يتطلب منه النشر لأجل الترقية ... لهذا وجدنا تقدم هذه الفئة عن الفئات الأخرى فيما حلت ثانياً فئة الباحثون المحليون داخل العراق بجمعها (١٠٥) تكراراً وبنسبة (٣١,١٨٪) أما المرتبة الأخيرة فكانت من نصيب الباحثين الخارجيين أي من كانوا من خارج العراق وهو أمر طبيعي لأن حصول الرقم الدولي المعياري ISSN 1995-8005 يشير إلى أنها معترفة دولياً. كان مع بداية عام ٢٠٠٨م.

أما المرتبة العلمية (الدرجة العلمية) للباحثين المشاركين في مجلة الباحث الإعلامي فيمثلها الجدول الآتي :

جدول (٨) يبين التوزيع النسبي للمرتبة العلمية (الدرجة العلمية) للباحثين المشاركين في مجلة الباحث الإعلامي من آذار ٢٠٠٥م ولغاية ٢٠١٧/١٢/٣١م

ت	المرتبة أو الدرجة العلمية	التكرار	النسبة %	المرتبة
1	مدرس دكتور (م.د.)	169	44.01%	الأولى
2	أستاذ مساعد دكتور (أ.م.د.)	131	34.11%	الثانية
3	أستاذ دكتور (أ.د.)	39	10.15%	الثالثة
4	مساعد مدرس (م.م.)	28	7.29%	الرابعة
5	مدرس/م.	17	4.45%	الخامسة
	المجموع	384****	100%	

يتبين من الجدول (٨) تقدم المرتبة أو الدرجة العلمية مدرس دكتور ويرمز لها (م.د.) عن المرتبات والدرجات بجمعها (١٦٩) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٤٤,٠١%) ثم تلتها ثانياً الأستاذ المساعد الدكتور (أ.م.د.) بعدما جمعت (١٣١) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٣٤,١١%) وحلت ثالثاً الدرجة العلمية الأستاذ الدكتور البروفسور بجمعها (٣٩) تكراراً وبنسبة (١٠,١٥%) وهو أمر إيجابي يسجل لصالح المجلة بأن كتابها هم من الدرجات والمراتب العلمية المتقدمة في العلم.

وعن مدى استعمالات الباحثين المصادر ونوع اللغة ونسبة ذلك الجدول (٩) يوضح ذلك.

جدول (٩) يبين التوزيع النسبي لاستعمالات الباحثين للمصادر ونوع اللغة للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي

ت	المصادر ونوع اللغة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	استعمال المصادر العربية فقط.	٢٢٤	٦٧,٨٧%	الأولى
٢	استعمال ربع مصادر البحث باللغة الانكليزية.	٧٧	٢٣,٣٣%	الثانية
٣	استعمال أكثر من نصف مصادر البحث باللغة الانكليزية.	٢٤	٧,٢٧%	الثالثة
٤	استعمال المصادر البحث كلها باللغة الانكليزية.	٥	١,٥١%	الرابعة
	المجموع	٣٣٠	١٠٠%	

يبين الجدول (٩) إن الباحثين استعملوا المصادر العربية بكثرة ومنهم (٢٢٤) بحثاً من مجموع (٣٣٠) بحثاً منشوراً في مجلة الباحث الإعلامي وبنسبة (٦٧,٨٧%) فيما حل ثانياً استعمال ربع مصادر البحث باللغة الانكليزية وبنسبة (٢٣,٣٣%) أما الباحثين الذين استعملوا أكثر من النصف في قائمة مصادرهم بلغت نسبتهم (٧,٢٧%) أي (٢٤) بحثاً، أما البحوث التي استخدمت المصادر كلها باللغة الانكليزية فهي (٥) بحوث فقط أثنان كُتبتا باللغة الانكليزية لأساتذة اختصاص بالانكليزية وهو أمر طبيعي أن تكون المصادر المستخدمة باللغة الانكليزية والثلاثة الأخرى أحدهم لباحث خارجي والأخرين للأستاذ الدكتور زكي الوردني والأستاذ المساعد الدكتورة إرادة زيدان الجبوري وهو أمر بديهي لأن كليهما خريجاً اختصاص اللغة الانكليزية.



أما فيما يخص مدى اعتماد البحوث المنشورة نظرية إعلامية تمت الإشارة إليها بشكل واضح فيوضحها الجدول الآتي:

جدول (١٠) يبين التوزيع النسبي لاستعمالات الباحثين لنظرية إعلامية في بحوثهم المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي

المرتبة	النسبة %	التكرار	بيان الموقف من الاستعمال	ت
الأولى	٨٦,٦٦%	٢٨٦	بحوث لم تستخدم نظرية إعلامية.	١
الثانية	١٣,٣٤%	٤٤	بحوث استخدمت نظرية إعلامية	٢
	١٠٠%	٣٣٠	المجموع	

يتبين من الجدول (١٠) إن أغلبية البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي لم تسند بحوثهم إلى نظرية إعلامية إذ بلغت النسبة (٨٦,٦٦%) وهي نسبة عالية تشير إلى وجود سلبية حقيقية لا بد من معالجتها وتجاوزها مستقبلاً مقارنة بنسبة (١٣,٣٤%) التي استخدمت النظريات الإعلامية في البحوث المنشورة، ولاحظت الباحثة أن أكثر النظريات استعمالاً كانت نظرية الاستعمالات والاشباع ونظرية الأجندة ترتيب الأولويات.

## أ. الدراسة الميدانية

### العناصر التوبوغرافية :

وجهت الباحثة الاستبانة إلى عدد من التدريسيين والباحثين من حملة الدكتوراه والماجستير إعلام في كليات الإعلام والباحثين في الوزارات بطريقة عشوائية حددت العينة بـ (١٠٠) محبوت ومبحوتة موضحة بالجدول الآتي:

جدول (١١) يوضح التوزيع النسبي العينة العشوائية البسيطة للتدريسيين والباحثين من حملة الشهادات العليا في الإعلام

النسبة %	التكرار	الشهادة	ت
٦٨%	٦٨	دكتوراه إعلام	١
٣٢%	٣٢	ماجستير	٢
١٠٠%	١٠٠	المجموع	

يبين جدول (١١) التوزيع النسبي للعينة العشوائية البسيطة للباحثين والتدريسيين من حملة الشهادات العليا في الإعلام إن أعلى نسبة لحملة الدكتوراه (٦٨%) والماجستير (٣٢%).

جدول (١٢) يوضح التوزيع النسبي للمبجوتين من التدريسيين والباحثين على وفق النوع الاجتماعي

النسبة %	المجموع	النوع الاجتماعي				الشهادة	ت
		الإناث		الذكور			
		%	ك	%	ك		
٪٦٨	٦٨	٣٨,٢٤	٢٦	٦١,٧٦	٤٢	دكتوراه إعلام	١
٪٣٢	٣٢	٤٣,٧٦	١٤	٢٦,٢٥	١٨	ماجستير	٢
٪١٠٠	١٠٠	-	٤٠	-	٦٠	المجموع	

يبين جدول (١٢) توزيع الباحثين من باحثين وتدرسيين على وفق النوع الاجتماعي (الجنس) إن نسبة الذكور (٦٠٪) من حملة شهادتي الماجستير والدكتوراه وشرعت بواقع (٤٢) تكراراً للدكتوراه ذكور و (١٨) تكراراً للماجستير ذكور أما الإناث فكانت (٤٠) تكراراً وزعت بواقع (٢٦) مبحوثة من حملة الدكتوراه و(١٤) من حملة شهادة الماجستير.

جدول (١٣) يوضح التوزيع النسبي للموقع الجغرافي الوظيفي للمبوحين

النسبة %	التكرار	الموقع الوظيفي	ت
٪٥٢	٥٢	تدريسيو كلية الإعلام جامعة بغداد	١
٪٣٢	٣٢	تدريسيو كلية الإعلام العراقية	٢
٪١٦	١٦	باحثو دوائر الدولة	٣
٪١٠٠	١٠٠	المجموع	

يبين جدول (٣١) توزيع الباحثين من حملة الشهادات العليا على وفق موقعهم الوظيفي، إذ حلت تدريسيو كلية الإعلام جامعة بغداد المرتبة الأولى بحصولها على نسبة (٢٥٪) من العينة البالغة (١٠٠) مبحوث ثم جاءت ثانياً تدريسيو الكليات المناظرة لبغداد كلية الإعلام الجامعة العراقية بحصولها على نسبة (٢٣٪) فيما حلت ثالثاً فئة باحثو دوائر الدولة ب(٦١٪).

## أسئلة الاستبانة

أجاب المبحوثون عن السؤال الأول ومفاده كيف تقيم مستوى مجلة الباحث الإعلامي؟ كانت الإجابات ب(٦٦٪) جيدة و (٢٢٪) وسط أما المبحوثين الذين أجابوا عن أن مستواها ضعيف فكانت (١٢٪) وعليه نرى عند جمع نسبة الجيدة مع الوسط أو المقبول تحصل على نسبة (٨٨٪) وهو أمر إيجابي ومؤشر على أن المجلة في حالة جيدة ولربما يتطور مستواها لترتفع نسبتها مستقبلاً.

فيما أجاب المبحوثون عن السؤال الثاني الذي مفاده هل تجد أن البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي ذات قيمة وفائدة للمجتمع؟ اجاب (٤٨٪) بنعم و (٢٢٪) أحياناً فيما أشارت العينة ب(٣٠٪) وهو أمر يسترعي انتباه القائمين المجلة من رئيس المؤسسة العلمية وهيئة تحريرها لمراجعة أكثر لآلية عمل المجلة وبحوثها المنشورة.

أما السؤال الثالث والذي مفاده هل تجد أن البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي ذات

قيمة ملموسة للعلم والتخصص؟ اجابت العينة (٧٢٪) بنعم و (٢٨٪) أحياناً وغادرت أجابة بديل (لا) عن هذا السؤال وهو أمر يضاعف بأن البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي ذات قيمة للعلم والتخصص، وفي سؤالين مفتوحين للباحثة في الاستبانة عن أهم سلبيات وإيجابيات البحوث المنشورة في المجلة حددت أهم تلك السلبيات بالآتي :

١. صدورها غير المنتظم تشير إلى أنها فصلية وكانت سنوية في بداية الصدور ولمدة ٤ سنوات .
٢. لا يوجد تجديد في أعضاء هيئة التحرير إلا ما في ندر .. وهناك من ليس لهم خبرة إعلامياً أو خبرة علمية لحدثة حصولهم على اللقب العلمي.
٣. عدم تطابق اغلب عناوين البحوث مع المضمون ومثال على ذلك بحوث منشورة في العدد ١٩ .
٤. نشر نشاطات هيئة الاتصالات ضمن صفحات المجلة وهو أمر ليس له علاقة بتخصص المجلة كونها علمية محكمة.
٥. غلبة الاعتماد على المصادر العربية عن الانكليزية في اغلب البحوث.
٦. هناك محاباة في نشر البحوث ... إذا ما كان الاسم معروفاً فينشر حتى ولو كان البحث غير موفق.
٧. غياب عدد من فقرات المنهجية في الإطار المنهجي للبحث.
٨. تحديد الباحث بعدد صفحات البحث.
٩. فيما أشار المبحوثون إلى أهم إيجابيات المجلة.
١٠. ملحوظة جديرة بالذكر تقدم وتطور المجلة من حيث الأخراج.
١١. نشر بحوث لباحثين عرب.
١٢. وجود ملخصات باللغة الانكليزية لكل بحث.
١٣. وفي السؤال الأخير قدمته الباحثة للمبحوثين مفاده.
١٤. هل أنت راضٍ عن مجلة الباحث الإعلامي؟
١٥. أجاب (٦١٪) بنعم فيما حددت (١٨٪) ب لا فيما امتنع (٢١٪) عن الإجابة.

## النتائج

١. تضمنت البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من حيث النوع والتصنيف بحثاً تطبيقه ونظرية وتقدمت البحوث التطبيقية بنسبة (٥٦,٣٧٪) من البحوث النظرية.
٢. تقدمت البحوث المنفردة عن المشتركة والمستلة بحصولها على نسبة (٧٩,٣٩٪).
٣. كانت هناك أكثر من (٦) تخصصات للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي تقدمت بحوث الإعلام والاتصال بنسبة (٢٨,١٨٪) عن التخصصات الأخرى.
٤. تقدم المنهج المسحي عن المناهج المستعملة في البحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي بنسبة (٥٦,٣٧٪) وقد توافقت هذه النتيجة مع أغلب البحوث والدراسات التي تناولت دراسة بحوث الإعلام.
٥. تقدمت نسبة الباحثين عن الباحثات من حيث النوع الاجتماعي بتكرار بلغ (٢٥٤) للباحثين و (١٠٨) للباحثات.
٦. سجلت الدراسة نتيجة تقدم الباحثين من كلية الإعلام جامعة بغداد عن الباحثين المحليين والخارجين بنسبة (٥٩,٣٩٪).
٧. تقدمت الدرجة العلمية (مدرس دكتور) من الدرجات الأخرى بتسجيلها نسبة (٤٤,٠١٪).
٨. غلبة استعمال الباحثين المصادر العربية في بحوثهم على بقية المصادر بنسبة (٦٧,٨٧٪).
٩. كشفت الدراسة أن نسبة (٨٦,٦٦٪) من البحوث المنشورة لم تسند أو تعتمد على نظرية إعلامية.
١٠. إن (٦٦٪) من المبحوثين أكدوا أن مجلة الباحث الإعلامي تتمتع بمستوى جيد.
١١. أكد المبحوثون ان البحوث المنشورة لم تقدم نسبة نجاح بأنها قدمت قيمة وفائدة للمجتمع في حين كانت نسبة إجاباتهم بأنها قدمت فائدة وقيمة للعلم بـ (٧٢٪).
١٢. شخّص المبحوثون العديد من السلبيات فضلاً عن الإيجابيات.
١٣. بينت العينة وبنسبة (٦١٪) أنها راضية عن مستوى المجلة فيما امتنع عن الإجابة (٢١٪) وما تبقى كانت اجابتهم بـ لا.

## الهوامش والمصادر

(setondnE)

- 01 سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ٢٠١٧م، ص ١٧.
- 02 فايز جمعة النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩، ص ٣٠.
- 03 شكريّة كوكز السراج، الصحافة والحصار، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٧م، ص ١٥.
- 04 صباح جاسم عودة، الصحافة والرأي العام، القاهرة، دار الحضارة للنشر، ٢٠١٥م، ص ٢٠. نقلاً عن سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٥م، ص ١٣١.
- 05 ربا قحطان الحمداني، أنواع ومضامين ومناهج البحث العلمي المستخدمة في بحوث الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، العدد الخامس، ٢٠٠٩م.
- 06 راند حسين عباس الملا، حدود الرأي العلمي في بحوث الإعلام الجماهيري (دراسة استطلاعية)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٩-١٠) ٢٠١٠م.
- 07 شكريّة كوكز السراج، المسار العلمي الأكاديمي لبحوث الصحافة في العراق رؤية تقييمية تحليلية، ط ١، بغداد، مطبعة الأتس للطباعة والنشر، ٢٠١٥م.
- 08 وداد نجم عبود، معايير التقويم المنهجي لبحوث الإعلام، دراسة في بناء نموذج تقويمي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة بغداد، ٢٠١٦م.
- 09 رعد الكعبي، علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامي دراسة تقييمية لمجلة الباحث الإعلامي الباحث الإعلامي ٢٠٠٧م-٢٠١٧م، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣٨، ٢٠١٧م.
- 010 شكريّة كوكز السراج، مدخل إلى الصحافة المتخصصة، ط ٢، بغداد، مطبعة الشندي، ٢٠١٧م، ص ٤.
- 011 شكريّة كوكز السراج، مدخل إلى الصحافة المتخصصة، ط ١، القاهرة، دار الحضارة للطباعة للنشر، ٢٠١٣م، ص ١٥.
- 012 شكريّة كوكز السراج وصباح جاسم عودة، الإعلام والإعلام المتخصص، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م، ص ٢١٢.
- 013 فوزية غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، بلا دار نشر، ١٩٨١م، ص ٦.
- 014 كامل حسون القيم، مناهج وأساليب البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، السيمياء للتصاميم والطباعة، ٢٠٠٧م، ص ٦٣.
- 015 سعد سلمان المشهداني، مصدر سابق، ص ١٩-٢٠.
- \* شمل الحرب النفسية والرأي العام والإعلام البديل.
- \*\* يشمل القانون وعلم الاجتماع وعلم النفس واللغة الانكليزية والفلسفة
- 018 محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٢م، ص ٩٣.
- \*\*\* يختلف عدد الباحثين عن عدد البحوث لأن هنالك بحوث مشتركة ومستلة اشترك فيها أكثر من باحث ولربما تجاوز إلى الثلاثة.
- \*\*\*\* اعتمدت الباحثة الموقع الجغرافي على عدد البحوث المنشورة وليس على البحوث المشتركة والمستلة من الباحثين (أي عددهم) لأن أجور النشر حسب الدفع تكون للبحث وليس لعدد الباحثين.
- \*\*\*\*\* جمعت الباحثة الباحثين كلهم المنشورة بحوثهم وبضمنهم البحوث المشتركة والمستلة لذا كان المجموع يختلف عن عدد البحوث.