

## تحليل محتوى وسائط الميديا الجديدة: الصحافة الإلكترونية أنموذجاً Analyzing the content of new media: electronic journalism as a model

نورة خيري، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، [noura.kheiri@univ-djelfa.dz](mailto:noura.kheiri@univ-djelfa.dz)

تاريخ قبول المقال: 28-05-2023

تاريخ إرسال المقال: 11-01-2023

### الملخص:

صاحبت التطورات التكنولوجية للإعلام والاتصال بروز العديد من الوسائط الإعلامية الجديدة ذات محتويات اعلامية أكثر تفاعلية ومدفقة الاتجاهات الاتصالية دعا الباحثين إلى ضرورة إعادة النظر في المناهج البحثية بمختلف أنواعها وإجراءاتها المستخدمة في بحوث الإعلام التقليدية. وتعد الصحافة الإلكترونية من أبرز الظواهر الإعلامية والاتصالية التي يستدعي تحليل مضامينها طرق وآليات بحثية منهجية جديدة، فرضتها طبيعة الوعاء الإعلامي ذاته، بشكل يختلف إلى حد ما عن نظيرتها في الصحافة الورقية، خاصةً فيما يرتبط بفئات التحليل ونخص بالذكر فئات الشكل.

### الكلمات المفتاحية:

تحليل المحتوى، وسائط الميديا الجديدة، الصحافة الإلكترونية، الاستمارة التحليلية

### Abstract:

Technological developments for information and communication were accompanied by the emergence of many new media with more interactive and flowing media contents. Communication trends called researchers to the need to reconsider research methods of various types and procedures used in traditional media research.

Electronic journalism is considered one of the most prominent media and communication phenomena whose content analysis necessitated new methodological research methods and mechanisms, imposed by the nature of the media itself, in a way that differs somewhat from its counterpart in paper journalism, especially with regard to the categories of analysis, particularly the categories of form.

### Key words :

Content analysis, new media, online journalism, analytical questionnaire

**مقدمة:**

أحدثت وسائط الميديا الجديدة، نقلةً نوعيةً في شتى المجالات الإنسانية، فقد شكلت واقع إعلامي واتصالي مغاير لما هو متعارف عليه سابقاً، لتحدث بذلك ثورة على عدة مستويات إعلامية، مفاهيمية، إبستيمولوجية ومنهجية، إذ تغيرت فيها أساليب الممارسة الإعلامية، إنتاج وصناعة المضامين الإعلامية، وكذا أدوار الجمهور المستخدم وحتى طرق البحث العلمي، فلم يعد الباحث يتعامل مع مبحثين واقعيين فقط، بل افتراضيين أيضاً عند اعتماده على أداة الاستبيان، كما أنه لم يعد يتعامل مع محتويات تقليدية ذات الاتصال أحادي الاتجاه فحسب في حال اعتماده على أداة الاستمارة التحليلية، بل أضحت هناك محتويات اعلامية أكثر تفاعلية ومتدفقة الاتجاهات الاتصالية، الأمر الذي دعا الباحث إلى ضرورة إعادة النظر في المناهج البحثية بمختلف أنواعها وإجراءاتها؛ المستخدمة زمن بحوث وسائط الميديا التقليدية الكمية منها والكيفية، وفرض عليه الاستجداد المنهجي بأساليب وطرق جديدة كفيلة بإشباع رغبته البحثية، أثناء تناوله للظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة .

وتعد الصحافة الإلكترونية من وسائط الميديا الجديدة، التي تتسم بتفاعلية ومرونة على غرار خصائص أخرى لم تعرفها نظيرتها الصحافة الورقية وغيرها من وسائل الإعلام القديمة، هذه الأخيرة التي لم تعد بعض أدواتها المنهجية كفيلة وصالحة لتطبيقها أثناء دراسة مختلف الفروع البحثية للعناصر الاتصالية اللازارسفيدلية في الصحافة الإلكترونية، كالقائم بالاتصال، محتوى الرسالة، الجمهور المستخدم، رجع الصدى الذي يتجسد في عنصر التفاعلية باختلاف أنماطها، إذ بل فرضت على الباحث الاعتماد على طرق بحثية جديدة، تتوافق وطبيعة العنصر الاتصالي المراد تناوله في الصحافة الإلكترونية- ، هذه الأساليب البحثية ماهي إلا نتيجة حتمية لما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من خصائص، لاسيما فيما يتعلق بإنتاج المضامين الإعلامية.

تبعاً لما سبق، يُعتبر تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية، من الأساليب البحثية التي تستدعي إجراء بعض التغييرات والتعديلات الفئوية مغايرةً لما هو متعارف عليه في استمارة تحليل المحتوى في الصحافة الورقية كحتمية بحثية منهجية فرضتها طبيعة الوسيلة.

وعليه، تأتي هذه الورقة العلمية للتعرف على الأساليب المنهجية لتحليل محتوى الصحافة الإلكترونية كوسيط إعلامي جديد وتقديم مثال أنموذجي عن الاستمارة التحليلية، وتبعاً لما ورد آنفاً؛ نؤشك هذه الورقة العلمية في التساؤل الرئيس الآتي: ما التحيينات الفئوية اللازمة لاستنطاق محتوى الصحافة الإلكترونية؟

## المبحث الأول: أنواع البحوث الإعلامية والاتصالية في البيئة الرقمية

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"<sup>1</sup>.

وعليه أمكن لنا تعريف البحوث الإعلامية والاتصالية الرقمية على أنها تلك الدراسات التي تستهدف دراسة مختلف العناصر اللازارسفييلية في البيئة الرقمية، وفق طرق وأساليب منهجية تتلاءم وطبيعة الوسيلة وأهداف الدراسة.

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

### المطلب الأول: بحوث الإنتاج الإعلامي الإلكتروني:

تعتبر الصحافة الإلكترونية من أبرز وسائل الاعلام الإلكتروني، التي استفادت من الخصائص التي أتاحتها شبكة الأنترنت، فعملت على استثمارها في إنتاج 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، سواء كانت تقليدية: عناوين، صور، ألوان... إلخ، أو كانت إلكترونية: وسائط إعلامية متنوعة، الخدمات التفاعلية... إلخ<sup>2</sup>، كالموضوعات المتعلقة بالمعايير الفنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، *مناهج البحث الإعلامي*، دار الميسرة، عمان، 2014، ص 57.

<sup>2</sup> محمد عبد العزيز الحيزان، *البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها*، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، الرياض، 2004، ص189.190.

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<sup>1</sup>، كما اهتمت دراسات بتحليل المحتوى الإلكتروني، من خلال تحديد موضوع معين، ودراسة كيفية التناول الإعلامي له من قبل صحيفة إلكترونية معينة.

### المطلب الثاني: بحوث استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني:

حرص الباحثون الإعلاميون على معرفة درجة تعرض الجمهور لتلك المواد واستخداماتهم لها، وكانت من أهم الموضوعات التي جذبت اهتمام باحثي الإعلام في بدايات انتشار الإنترنت، موضوع التعرض للصحف الإلكترونية، إذ ارتكزت أهم العناصر التي تناولتها تلك الدراسات على البحث في المتغيرات المتعلقة بخصائص جمهور هذا الوسيط الإعلامي الجديد ودرجة الإقبال عليه، بما في ذلك اتجاهاته نحوه ومدى رضاهم عنه<sup>2</sup>، كموضوعات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي، اتجاهات الشباب الجزائري نحو موضوعات كوفيد19 في منصات التواصل الاجتماعي إلى غيرها من الموضوعات المتعددة المتعلقة بجمهور الإعلام الإلكتروني.

### المطلب الثالث: بحوث مقارنة الوسائل الإعلامية الإلكترونية مع الوسائل التقليدية:

تتمثل في 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 شبيهاً بها، وذلك من أجل معرفة مدى قدرة الوسائل الرائدة- التقليدية- في المحافظة على مكانتها، وقدرة الوسائل الجديدة على منافستها أو إلغاء بعض خصائصها<sup>3</sup>، كموضوع اتجاهات الجمهور نحو استماع الإذاعة التقليدية في ظل انتشار الإذاعة الإلكترونية، أو مقروئية الصحف الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية.

### المطلب الرابع: 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 التأثير في مستوى إدراك ومعرفة المتلقين للرسائل المقدمة لهم، وهو افتراض يؤيده البعض بحجة أن عرض المعلومة

<sup>1</sup> محمد عبد العزيز الحيزان، المرجع السابق، ص 190.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 191.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 192.

في أشكال مختلفة يُساعد في إيصالها للمستقبل بصورة أفضل، في حين يرى البعض عكس ذلك إنطلاقاً من رؤية مفادها أن تكثيف الأشكال التي تُقدم بها الرسالة ربما تُعقد عملية الإدراك ولا تحقق المطلوب<sup>1</sup>، 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. فيما صنفها البعض إلى<sup>2</sup>:

- بحوث تحليل المواقع الإعلامية Media Sites Analysis
- بحوث التطوير والاستخدام Using And Development Research
- بحوث تحليل خصائص المتلقين والمستخدمين Users And Audience Analysis
- بحوث تحليل أو وصف العلاقات الاتصالية Communication Relations Analysis
- بحوث تحليل المصادر Resource Analysis
- بحوث التأثيرات Effects Studies

### المبحث الثاني: تحليل المحتوى: منهج، أداة أم أسلوب؟

يعتبر تحليل المحتوى من الطرائق البحثية التي تندرج ضمن المستوى الوصفي مُستهدفةً تفكيك المضامين وتصنيفها ووصفها، ومن المتعارف عليه اختلاف الرؤى بين الباحثين حول تحليل المضمون، من حيث اعتبارها منهجاً أو أداةً أو أسلوباً.

### المطلب الأول: روى مفاهيمية حول تحليل المحتوى

تُعرف "دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية" تحليل المضمون بأنه: (أحد المناهج المُستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام سواء أكانت مطبوعة، مسموعة أو مرئية، وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطة منهجية مُنظمة)<sup>3</sup>، فيما ذهب "محمد عبد الحميد" في تعريفه لتحليل المضمون بأنه: ( مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى)<sup>4</sup>، وبالتالي فتحليل المضمون يعتمد بشكل أساسي على:

<sup>1</sup> محمد عبد العزيز الحيزان، المرجع السابق، ص195.

<sup>2</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي، *مناهج البحث في الدراسات الإعلامية*، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص 30.

<sup>3</sup> عاطف عدلي العبد، *بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها*، ط4، دار الفكر العربي، 2007، ص 47.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد، *البحث في الدراسات الإعلامية*، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 158.

البيانات الرقمية من خلال التكرار والنسب المئوية، فضلاً عن الموضوعية أي وضع المادة الإعلامية في فئات وتحليلها بعيداً على الميول الشخصي، ومُنظم من خلال اعتماده على إجراءات سليمة وتصنيفات مُحددة، وعليه يتبنى الباحثين تحليل المضمون كمنهج، غير أنه ومن المتعارف عليه في البحث العلمي بأن المنهج يُستخدم في إطاره العديد من الأدوات البحثية، بينما تحليل المضمون أدواته واحدة وهي الاستمارة التحليلية، فهو ليس منهجاً قائماً بذاته ولا يستطيع أن ينهض مُنفرداً لبحث كامل، ولا تقوم عليه دراسة علمية لوحده دون الاستعانة بإجراءات أخرى تنتمي لحقل مناهج البحث العلمي.

فضلاً عما سبق، يُعرف تحليل المضمون على أنه: (أسلوب بحثي يسعى على الحصول على معلومات صحيحة من المحتوى، تكرارها في حال إعادة الدراسة)<sup>1</sup>، وعليه فننتج تحليل المضمون تبقى ثبات في حال إعادة الدراسة بذات الخطوات، ويُشير "Anders Hansen أندرسن هانسن" وآخرون إلى أن تحليل المضمون هو (الطريقة التي تُقدم عدد من الإشارات حول كيفية التحليل الكمي والنوعي للمحتوى الإعلامي بطريقة منظمة وشاملة يُمكن الاعتماد عليها من دون شك)<sup>2</sup>، ومنه الوصف الكمي والكيفي للمادة الإعلامية قيد التحليل، ويبقى من أشهر المفاهيم شيوعاً لتحليل المضمون ما أشار إليه "برنارد برلسون Bernard Berelson" بحيث اعتبره (أحد الأساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المُنظم، والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال بُغية تبيان الأهداف والدوافع التي يسع إليها الصحفي من محتوياته، ومدى تأثير محتوى المادة الاتصالية على آراء الناس واتجاهاتهم وميولاتهم نحو الموضوع)<sup>3</sup>.

وعليه، يعتبر تحليل المضمون أسلوب بحثي يقوم على استقراء ووصف المادة الإعلامية المستهدفة في الدراسة مضموناً وشكلاً، طبقاً لتصنيفات أو فصائل يُحددها الباحث تلبيةً للأهداف والاحتياجات البحثية المُصاغة في تساؤلات البحث، وبالتالي لا يرقى تحليل المضمون إلى درجة المنهج البحثي، فهو أسلوب بحثي يُتبع إلى المنهج الوصفي باعتباره منهج واسع يُتبع له أنواع من الإجراءات والأساليب البحثية المختلفة، ومن ضمنها أسلوب تحليل المضمون الذي له أداة خاصة به تسمى "الاستمارة التحليلية"، لذا

<sup>1</sup>Klaus Krippendorff , **Content analysis: an introduction to its methodology**, sage publication, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data , the United States of America, 2004,p21.

<sup>2</sup>Anders Hansen and others, **Mass Communication Research Method**, New York university press, USA, 1998, p199.

<sup>3</sup>Berelson bernard : **content analysis in communication research**, glencoe Free press, USA, 1952,p

نعبر تحليل المضمون أقل بكثير من أين يكون منهج علمي مستقل وأكثر من أداة بحثية، إذ يقع بمكانة وسط وينتمي إلى المنهج الوصفي.

وتعتمد الدراسات التحليلية على أداة الاستمارة التحليلية لتوصيف محتوى المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام، وتتضمن الاستمارة التحليلية مجموعة من الفئات الرئيسية، الفرعية والثانوية التي يتم على أساسها تصنيف المضمون المراد تحليله، بما يتفق مع تساؤلات وأهداف الدراسة.

### المطلب الثاني: تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية: نحو تفيئة مزيدة

يعتبر 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 التي يختلف بناء وإعداد الاستمارة التحليلية الخاصة بها عن ما هو متعارف عليه في الصحف التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بفئات الشكل، بحيث تسقط غالبيتها المعتمدة في تحليل المواد الإعلامية المكتوبة، السمعية أو السمعية البصرية، لتقوم محلها فئات شكلية جديدة تتناسب وطبيعة الوسيلة الصحافية الإلكترونية.

وعليه يُمكن تعريف تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية على أنه: أسلوب يقوم على وصف المضمون الإعلامي والتعامل معه من خلال الجهاز وشبكة الإنترنت، 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.

ويرتبط تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية ونخص بالذكر الفئات الشكلية بخصائص هذه المواقع وبنيتها الأساسية التي استفادت كثيراً من تطور تكنولوجيا الاتصال (فقد يتجاوز المحتوى المُتاح على المواقع الإعلامية حدود النص، ليشمل كل ما هو مُتاح على الموقع من معلومات تشمل النص أو النصوص، الوسائل المتعددة، أدوات التوصيل والإتاحة وسهولة القراءة والتعرض للمحتوى بصورة مختلفة...) حسبما تفرضه نُظم إدارة المحتوى، والتي تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات وتنظيم نشرها وعرضها في أشكال تُيسر استخدامها واسترجاعها، سواء من خلال التخزين، أو التسجيل أو تحميلها على أوعية أخرى<sup>1</sup> وعليه، لم تعد الفئات التحليلية المعتمدة في تصنيف وتبويب وتصنيف محتوى الصحيفة الورقية ملائمة لنظيرتها الإلكترونية، بل فرضت على الباحث الاعتماد على فئات شكلية

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من التحليل الكمي على التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الإعلامية، دار عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص 240.

توصيفية جديدة تتوافق وخصوصية الصحافة الإلكترونية هذا التحديث والتحديث والتحيين الفئوي ماهو إلا نتيجةً حتمية لما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من خصائص لاسيما فيما يتعلق بإنتاج المضامين الإعلامية. تبعاً لما سبق، نُشير بأن تحليل المحتوى في الصحافة الإلكترونية قد يتجاوز الصفحة الرئيسية **Home Page** ليشمل الصفحات الداخلية بحسب تموقع المواد الصحفية المستهدفة في التحليل، فيما قد يكتفي التحليل بالصفحة الرئيسية كوحدة طبيعية في حال كانت محل التحليل وهي المستهدفة بالبحث. وتشمل دراسة وتحليل المواقع الإعلامية<sup>1</sup>:

- تحليل النصوص ووسائل العرض والتقديم.
- وصف الصفحات الرئيسية.
- رصد أدوات التفاعل والروابط.
- تحليل الخدمات الإعلامية.
- تحليل الشكل.

### أولاً: فئات الاستمارة التحليلية لبحوث تحليل مضامين الصحافة الإلكترونية

تختلف الاستمارة التحليلية للمضمون الإلكتروني في حالات كثيرة عن نظيرتها التي تستهدف المضمون التقليدي سواء لمواد اتصالية مطبوعة أو سمعية بصرية، كونها تتجاوز حدود النص المكتوب ذاته لتتناول كل ما هو متاح على الصحيفة الإلكترونية من الوسائط المتعددة وأدوات التوصيل والإتاحة وسهولة قراءة المحتوى وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني، وهذه الأخيرة تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات وتوضيب طرائق نشرها وعرضها للمستخدم في أشكال تيسر استخدامها واسترجاعها واتخاذ قرارات الاستفادة منها مرّات أخرى من خلال التخزين أو التسجيل أو تحميلها على أوعية أخرى.

ونُشير هنا إلى أن الاستمارة التحليلية قد تستهدف الصحيفة الإلكترونية كوسيلة، بحيث يهدف الباحث إلى معرفة المعايير الفنية المعتمدة في الصحيفة، ومنه معرفة العناصر البنائية والإخراجية والجرافيكية للصحيفة الإلكترونية، (وقد يستهدف الباحث معرفة طبيعة معالجة موضوع ما في صحيفة إلكترونية، فضلاً عن دراسات تستهدف "موقع الويب" بالكامل بغض النظر عن عدد صفحاته كوحدة للتحليل، فيما قد تعتمد البعض منها على الصفحة الرئيسية فقط، وهو ما أشارت إليه "ماكميلان Sally

<sup>1</sup> إبراهيم عبد الله المسلمي، المرجع السابق، ص 30.



McMillan" خلال مراجعتها لعدد من الدراسات التي اعتمدت على أسلوب تحليل محتوى المواقع الإخبارية)<sup>2</sup>، وسيتم التركيز في هذه الورقة البحثية على تحليل المضامين الإعلامية في الصحافة الإلكترونية.

ومن المتعارف عليه بأن تحليل المحتوى لأي وسيلة إعلامية يتضمن وحدات وفئات تحليلية متعلقة بتصنيف مضمون المواد الإعلامية المستهدفة في التحليل على غرار الفئات الشكلية لتلك المواد، وعليه فإن تصميم الاستمارة التحليلية من الخطوات الجوهرية التي يتوقف عليها نجاح الموضوع من عدمه، الأمر الذي يستلزم من الباحث تصميمها بعناية، بما يتوافق وطبيعة الموضوع، غاياته وتساؤلاته البحثية، على غرار الفرضيات التي تقوم عليها المقاربة النظرية المعتمدة للاسترشاد في الموضوع. وسيتم في هذا العنصر تحديد أهم الوحدات التحليلية، 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. وحدات التحليل:

تتعلق بالوحدات التي يتم على أساسها العد والقياس، وتُشير وحدات التحليل إلى (جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل التي سيتم عليها القياس أو العد مباشرة)<sup>1</sup>، فالوحدة التحليلية هي الإطار العام الذي يُبحث فيه عن الفئة التحليلية، وغالباً 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، إذ 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 التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية، إلا أن الأمر يزداد صعوبةً ويتطلب جهداً ووقتاً. وتُشير هنا إلى وحدة جديدة أمكن للباحث اعتمادها في حال استهدف معرفة اتجاهات المستخدم نحو موضوع ما، والمتمثلة في "وحدة التعليقات" بحيث تسمح بفهم إدراك وسلوك المستخدم اتجاه الموضوع المعالج، كأن يدرس الباحث موضوع حول تعليقات الجمهور نحو قضايا الجريمة السيبرانية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، فهنا تقوم الدراسة أساساً على وحدة التعليقات التي يبحث فيها الباحث عن الفئات التحليلية التي سطرها مسبقاً كفئة الاتجاه، فئة القيم، فئة الفاعل، فئة اللغة،... إلخ ضمن أيقونة

<sup>2</sup>Sally j. McMillan, *The Microscope and the Moving Target: The Challenge of Applying Content Analysis to the World Wide Web*, journalism & mass communication quarterly, V77, N1, 2000 p 46

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، *مناهج البحث في إعلام الطفل*، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 180.

التعليقات، على غرار "وحدة الصفحة الرئيسية" للصحيفة الإلكترونية كإطار يُبحث فيه عن الفئات التحليلية لاستتطاق المحتوى الإلكتروني المستهدف في البحث.

## 2. فئات التحليل:

تعتبر مرحلة تحديد فئات التحليل ومؤشراته من أكثر المراحل صعوبةً وأهميةً، التي تستلزم الوضوح، الملائمة والاستقلالية، وتُعرف فئات التحليل بأنها: التصنيفات الرئيسية والفرعية للمادة التي يتم تحليلها، ويتم تحديد فئات تحليل المضمون بناءً على أهداف البحث وتساؤلاته<sup>1</sup>، لكي يتسنى للباحث وصف المضمون بطريقة تُسهل عليه عملية التحليل واستخلاص النتائج بأسلوب مُبسط، والهدف من هذه الفئات التعرف على السمات المتعلقة بالمضمون والشكل المُراد تحليله، وعلى أساسها تتوقف عملية نجاح تحليل مضمون المادة الإعلامية من عدمه، كما تضمن الوصول إلى نتائج أكثر دقةً ووضوحاً وموضوعيةً، بشكل يسمح بتكرار النتائج في حال تكرار التحليل لنفس المادة الإعلامية، وتُعرف الفئات التحليلية على أنها مجموعة من التصنيفات التي يضعها الباحث بناءً على طبيعة موضوع وتساؤلاته، التي على أساسها يتم توصيف المواد الإعلامية المرتبطة بالموضوع المدروس، وكلما كانت الفئات مُحددة بوضوح ودقة، كلما كانت نتائج الدراسة التحليلية واضحة ومُحددة، ويُشترط عدم التداخل فيما بينها، وتتجسد الفئات في نوعين "فئات المضمون" 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 أو أي وسيلة أخرى، بل اختلافها يرجع إلى اختلاف الموضوع وأهدافه، كفئة الموضوع، فئة الهدف، فئة الاتجاه، فئة القيم، فئة المصادر، فئة الأطر الإعلامية... إلخ، فضلاً عن المقاربة النظرية التي بدورها تتحكم في تسطير فئات المضمون "ماذا قيل؟" فعلى سبيل المثال اعتماد نظرية تحليل الأطر الإعلامية في موضوع المعالجة الإعلامية الإعلامية لموضوعات الجرائم في الصحافة الإلكترونية الجزائرية: جريمة اغتيال جمال بن اسماعيل أمودجاً: دراسة تحليلية لعينة من صحيفة الشروق أون لاين هنا نعتمد مثلاً على فئة إطار المعالجة الإعلامية (المجال العام/ المجال الخاص)، فئة طبيعة المعالجة الإعلامية ويتمثل النوع الثاني من الفئات في فئات الشكل التي تبحث في الخصائص الشكلية للمواد الإعلامية المستهدفة في التحليل، وهي تختلف من وسيلة إلى أخرى بحسب الخصائص التي تتمتع بها تلك الوسيلة وهو ما ستركز علي في العنصر الموالي.

<sup>1</sup> عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي - الأصول النظرية ومهارات التطبيق -، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2011 ص 295.

## 1.2. فئات الشكل:

تُعتبر هذه الفئة التحليلية الأساسية، مُكمّلة لفئة تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)؛ بحيث تسمح لنا بمعرفة الخصائص الشكلية أو عناصر التدعيم والإبراز المعتمدة في تناول الموضوع، ومن خلالها يبرز الاختلاف الجوهرى بين تحليل المضمون في الصحافة الإلكترونية والورقية، هذه الفئات التحليلية التي استدعت قيامها طبيعة الوسيلة ذاتها وما تتسم به من خصائص وتوفره من خدمات، ويعتمد عليها الصحفي الإلكتروني أثناء تحريره للمادة الإعلامية، ولعل من أبرز هذه الفئات نذكر:

## 1.1.2. فئة الوصلات التشعبية:

يُقصد بالوصلات التشعبية إحالة المستخدم القارئ، لرؤوس موضوعات أخرى، ذات صلة بالموضوع المتناول، والتي تمكنه من التعمق أكثر في الموضوع، وتُعد هذه الفئة من أبرز الأدوات المعتمد عليه أثناء التحرير الإلكتروني، (وتعتبر الروابط أو الوصلات أو الإحالات كما يطلق عليها البعض بمثابة مفاتيح لمواقع أو أبواب توصل إلى معلومات)<sup>1</sup>، (وتميل الأبحاث التجريبية حول وجود النص التشعبي وأهميته في الصحافة الإلكترونية إلى الاعتماد على منهجية تحليل المحتوى الكمي لحساب عدد الروابط الموجودة في مواقع الأخبار على الإنترنت إحصائياً، ويتم تصنيف النتائج بشكل عام، ولكن مع العديد من الاختلافات وفقاً لأنواع الثلاثة المختلفة للنص التشعبي المحدد بواسطة الروابط المستهدفة (الروابط داخل المستندات) الروابط النسبية (روابط إلى صفحات أخرى داخل الموقع)<sup>2</sup>، ويتم الاعتماد على الوصلات والروابط Links في النص الفائق ويُعرف هذا الأخير على أنه: (مجموعة غير خطية من أجزاء النص المرتبطة مع بعضها البعض من خلال مراجع تستند إلى ارتباطات دلالية، بحيث يكون كل نص مستقل المعنى، كما يُمكن قراءة كل نص تشعبي في اتجاهات متعددة من خلال تلك الروابط، مما يسمح للمستخدم باختيار المسار الذي يُحبذه في قراءة تلك النصوص)<sup>3</sup>

وتأخذ أشكال عدة: كلمة، جملة، وتكون إما كوسم Hashtagex وذلك بوضع علامة (#) قبل كلمة معينة، أو إبراز الكلمة بزيادة كثافة اللون، وتكون أسفل النص أو في متنه وبمجرد الضغط عليها تُحيلنا إلى صفحة أخرى تابعة للصحيفة وهنا تُسمى بالروابط التشعبية الداخلية، في حين تسمى بالخارجية في

<sup>1</sup> عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء، عمان، 2013، ص 153.

<sup>2</sup> رقية بوسنان، الأساليب المنهجية المستخدمة في دراسة الصحافة الإلكترونية- مقارنة نقدية-، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء

الخامس، العدد 56، جامعة الأزهر، جانفي 2022، ص 2003

<sup>3</sup>David Domingo, *Invention Online Journalism: Development of the Internet as a new medium in four Catalan online newsrooms*, PhD thesis en Periodisme, Universitat Autònoma de Barcelona, Spain, 2006p67.

حال احوالتنا إلى صفحة خارج الصفحة الأصلية، ومنه يُمكن تقسيم هذه الفئة إلى فئتين فرعيتين: فئة الوصلات الداخلية، فئة الوصلات الخارجية.

### 2.1.2. فئة الوسائط المتعددة:

تعتبر الوسائط المتعددة من أهم عناصر التدعيم والإبراز التي بإمكان القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية الاعتماد عليها أثناء تأطيره للمادة الإعلامية، هذه الفئة التحليلية التي تجمع بين خصائص وسائط الإعلام التقليدية، وتمثل تلك الوسائط في: الصورة الصحفية (ثابتة/ متحركة)، الملفات الصوتية، فيديو، جداول وأشكال بيانية...إلخ.

وتُفهم الوسائط المتعددة في دراسات الصحافة على بأي من الطريقتين التاليتين:<sup>1</sup>

- على أنه عرض تقديمي لمجموعة قصص إخبارية؛ حيث يتم استخدام نسختين أو أكثر من تنسيقات الوسائط كالنص، أو الصوت، أو الفيديو، أو الرسومات، أو ما إلى ذلك).

- كتوزيع لقصة إخبارية يتم تعبئتها من خلال وسائط مختلفة (مثل الصحيفة، أو موقع الويب، أو الراديو.

### 3.1.2. فئة الخدمات التفاعلية:

تعتبر التفاعلية من أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية، ولهذه الفئة العديد من الوظائف بعضها يسمح بقياس درجة تفاعل الجمهور مع الموضوع المطروح، والبعض الآخر يسمح بمعرفة اتجاه الجمهور نحو الموضوع، كما تُبرز هذه الفئة مدى تمتع الصحيفة بالمعايير الفنية التفاعلية التي تقدمها شبكة الإنترنت من عدمه.

وتتعدد الفئات التحليلية الفرعية ضمن هذه الفئة ويتم اعتمادها بحسب الهدف من البحث، فإذا كانت الغاية البحث عن مدى إتاحة التفاعلية للمستخدم حول موضوع معين؛ أمكن للباحث اعتماد الفئات الفرعية للخدمات التفاعلية الآتية:

#### 1.3.1.2. فئة من حيث مشاركة المادة الإعلامية: يندرج ضمنها فئات ثانوية نذكر منها:

- ✓ مشاركة المُستخدم للموضوع على مواقع التشبيك الاجتماعي: الفايسبوك، تويتر، يوتيوب...إلخ.
- ✓ نسخ الموضوع: بحيث يُسمح للمستخدم بنسخ الموضوع على ملف Word.
- ✓ طباعة الموضوع: إمكانية طباعة المُستخدم للموضوع مباشرةً من الصحيفة الإلكترونية دون نسخه إلى ملف Word .

<sup>1</sup> رقية بوسنان، المرجع السابق، ص 2004، 2005.

### 2.3.1.2. فئة التعليقات:

تتمثل في ردود ورجع صدى الجمهور المستخدم حول الموضوع المعالج، وهناك بإمكان الباحث أن يقوم بوضع درجات تقييمية لردود المستخدمين مثلاً:

من 1\_ 10 ردود نعطيه تقدير متوسط/ من 11-19 رد نعطيه تقدير جيد/ من 20- 27 رد نعطيه تقدير جيد جداً... إلخ، وهو ما يُحيل إلى مدى أهمية الموضوع بالنسبة للجمهور المستخدم.

### 4.1.2. فئة قوالب التصميم:

أحدثت البيئة الرقمية العديد من التغييرات على مستوى بناء وتصميم المادة الإعلامية عبر وسائط الميديا الجديدة من بينها الصحافة الإلكترونية، بحيث تم استحداث قوالب لبناء تلك المواد تتواءم وطبيعة وخصائص الوسيط الإلكتروني، وعليه أمكن للباحث وضعها كفئات تحليلية يُبرز من خلالها كيفية هيكلة المادة الإعلامية المستهدفة في التحليل، وتلك الفئات الفرعية نوردتها البعض منها على النحو الآتي:

#### 1.4.1.2. فئة قالب الهرم المقلوب:

يستهل القائم بالاتصال ضمن هذا القالب مادته الصحفية بمقدمة موجزة والانتقال منها لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسية داخل الموضوع، وكل منها مكتوب بشكل مُستقل مع وجود علاقة لاقطية تربط كل هذه المحاور مع بعضها البعض، ويُناسب هذا القالب كتابة الأخبار<sup>1</sup>، ومنه يتعامل الصحفي مع المادة الإعلامية كحزمة كاملة تضم مجموعة من الحزم المنفصلة، ويتم بناء كل حزمة من خلال تقديم المعلومة الأكثر أهمية التي تتناولها ثم توظيف رابط ينقل إلى تفاصيلها، مما يسمح للمستخدم باختيار أي من الحزم لمتابعة قراءة تفاصيلها، وتجاهل بعضها التي قد لا تتوافق مع اهتماماته.

#### 2.4.1.2. فئة قالب السرد المتسلسل:

بحيث يتم تقسيم المادة الإعلامية إلى مقاطع صغيرة، ومن ثم يكتب بطريقة خطية سردية دون وصلات تُتيح الانتقال غير الخطي، ويُراعي فيه وضع نهاية مشوقة لكل مقطع حتى يستأنف المستخدم في قراءته<sup>2</sup>.

#### 3.2.4.1.2. فئة قالب الكتل النصية:

يعرض المادة على شكل وحدات، وكل كتلة بحجم شاشة واحدة، تحتوي على وصلات تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات "التالي" و"السابق"، وكل كتلة امتداد لما سبق وتمهيد للتالي، لذا

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري، عمان، 2014، ص 103، 102.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 243.

ليس لها نهاية كما توجد وصلات خارجية تنقل صفحات ومواقع أخرى إلى على الويب<sup>3</sup>

#### 4.2.4.1.2. فئة قالب الساعة الرملية:

يبدأ هذا القالب بهرم مقلوب بحيث يُقدم أهم زوايا الحدث وأهم المعلومات في أعلى الخبر ثم يُغير من طريقة العرض بعد عدة فقرات، ويتحول ليُصبح سرداً يروي الأحداث حسب تسلسلها الزمني، وتطلب هذا القالب فقرة واضحة في الانتقال من الهرم المقلوب إلى الهرم السردى المعتدل<sup>1</sup>، وعليه يحوي الخبر ضمن هذا القالب على أهم معلومة في بدايته، ثم يأتي سرد لباقي المعلومات.

وعليه فقد مكّنت مختلف الآليات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية من صنع الفارق بينها وبين الصحافة الورقية، فالصحفي على الإنترنت بإمكانه نقل المحتوى بأكثر من شكل وبأفضل طريقة، ويُنظر إلى الخيارات المتاحة للمتلقي للرد والتفاعل وربط المحتوى بمواضيع ذات صلة من خلال الوصلات التشعبية<sup>2</sup> وعليه أمكن لنا اعتمادها كفئات تحليلية تعمل على التوصيف الشكلي للمواد الإعلامية عبر الصحافة الإلكترونية.

وفيما يتعلق بفئة "الفنون الصحفية" رغم التغيرات الحاصلة في مجال الكتابة الإعلامية في مجال الصحافة الإلكترونية من حيث الأدوات وآليات تقديم المضامين، إلا أن الفنون الإعلامية تبقى ثابتة إلى حد ما من حيث الصياغة وخاصة كل فن صحفي، بينما يكمن الاختلاف من حيث بناء المادة الإعلامية، فضلاً عن إتاحة مزيداً من التعمق للمستخدم في الحدث، ومعرفة مزيداً من التفاصيل والخلفيات بفضل خاصية المساحة اللامحدودة إلى جانب النص المتشعب

#### ثانياً: نموذج لاستمارة تحليلية لمحتوى صحيفة إلكترونية

نفترض أن الباحث قام بدراسة موضوع حول: المعالجة الإعلامية لموضوعات الجريمة في صحيفة الشروق أون لاين الجزائرية: جريمة اغتيال جمال بن إسماعيل أنموذجاً - دراسة تحليلية-، هنا يقوم بتصميم استمارتي التحليل الأولى تستهدف البحث عن خصائص محتوى الموضوعات التي تتناول جريمة اغتيال جمال بن إسماعيل، والثانية تستهدف خصائص شكل المواد الإعلامية، مع تخصيص جزء للتحليل الكيفي، بحيث يتم قراءة محتوى المادة الإعلامية محل التحليل، ومن ثمة تسجيل بعض الملاحظات أو تعليقات عنها ليتم الاستعانة بها في تفسير النتائج الكمية للدراسة، وسنورد في الجدول

<sup>3</sup> علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص234.

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان، المرجع السابق، ص 245.

<sup>2</sup> MARK DEUZE, "The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online", Vol5, N2, SAGE Publications, London, 2003, p 206.

## تحليل محتوى وسائط الميديا الجديدة: الصحافة الإلكترونية نموذجاً

أدناه بعض الفئات المتعلقة بالشكل وكيفية بناءها في الاستمارة التحليلية، باعتبار أن فئات المضمون تتبع أساساً من طبيعة الموضوع فمثلاً في مثل الموضوعات المشابهة للمثال السابق أمكن للباحث اعتماد الفئات التحليلية الخاصة بالمضمون كالاتي:

فئة الموضوع، فئة أشكال العنف، فئة المصدر، فئة أدوات التأطير (العقلية، العاطفية)، فئة إطار المعالجة الإعلامية (الإطار العام، الإطار الخاص)، فئة نوع المعالجة الإعلامية (معمقة، سطحية، إيجابية، سلبية، محايدة، معارضة، مؤيدة)، فئة الهدف، فئة التجاوزات المهنية والأخلاقية... إلخ

## أنموذج مصغر تمثيلي لاستمارة تحليل شكل المواد الإعلامية في الصحافة الإلكترونية

رقم المادة الإعلامية	فئة قوالب تصميم المادة الإعلامية	فئة الوسائط المتعددة	فئة الوصلات التشعبية	فئة الخدمات التفاعلية	ملاحظات
	(4_1)	(4_1)	(2_1)	(4_1)	قد تُسجل أثناء عملية التحليل

## المصدر: من إعداد الباحثة

وقبل تصميم الاستمارة التحليلية كما في الجدول أعلاه يتم ترميز كل فئة مثلاً فئة قوالب تصميم المادة الإعلامية

الرمز	الفئة الفرعية
1	قالب الهرم المقلوب
2	قالب الساعة الرملية
3	قالب الكتل النصية
4	قالب السرد المتسلسل

## المصدر: من إعداد الباحثة

إضافةً لتلك الفئات هناك فئة النوع الصحفي، فئة العناوين.

### خاتمة:

أثرت الإنترنت بمختلف خدماتها وتكنولوجياتها على الأساليب المنهجية في بحوث الإعلام والاتصال، بحيث فرضت وسائط الميديا الجديدة بمختلف منصاتهما ضرورة مراجعة المدارس البحثية وإجراءاتها المنهجية المعتمدة في البحوث التقليدية على عدة مستويات من خلال استحداث أساليب تتوافق وخصائص تلك الوسائط الرقمية، والصحافة الإلكترونية في مقدمة تلك الوسائط التي استدعت على مستوى أسلوب تحليل المحتوى ضرورة وضع وحدات وفئات تحليلية لاستنطاق المحتوى الرقمي الورقية.

### قائمة المراجع: باللغة العربية

#### أولاً: الكتب

1. المزاهرة منال هلال، **مناهج البحث الإعلامي**، دار الميسرة، عمان، 2014.
2. الحيزان محمد عبد العزيز، **البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2**، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، الرياض، 2004.
3. المسلمي إبراهيم عبد الله، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
4. عدلي العبد عاطف، **بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، ط4**، دار الفكر العربي، 2007.
5. عبد الحميد محمد، **البحث في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
6. عبد الحميد محمد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من التحليل الكمي على التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الإعلامية**، دار عالم الكتب، القاهرة، 2010.
7. حسن إسماعيل محمود ، **مناهج البحث في إعلام الطفل**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
8. بركات عبد العزيز ، **مناهج البحث الإعلامي - الأصول النظرية ومهارات التطبيق -**، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2011 .
9. ناجي حسن، **الصحفي الإلكتروني**، دار صفاء، عمان، 2013.
10. كنعان علي عبد الفتاح ، **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**، دار اليازوري، عمان، 2014.
11. تريان ماجد سالم ، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.



ثانياً: المقالات:

1. رقية بوسنان، الأساليب المنهجية المستخدمة في دراسة الصحافة الإلكترونية - مقارنة نقدية-، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الخامس، العدد 56، جامعة الأزهر، جانفي 2022 .  
باللغة الأجنبية:

1. Klaus Krippendorif , **Content analysis: an introduction to its methodology**, sage publication, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data , the United States of America, 2004
2. Anders Hansen and others, **Mass Communication Research Method**, New York university press, USA, 1998
3. Bereson bernard : **content analysis in communication research**, glencoe Free press, USA, 1952
4. Sally j. McMillan, **The Microscope and the Moving Target: The Challenge of Applying Content Analysis to the World Wide Web**, journalism & mass communication quarterly, V77, N1, 2000
5. David Domingo , **Invention Online Journalism: Development of the Internet as a new medium in four Catalan online newsrooms** ,PhD thesis en Periodisme, Universitat Autònoma de Barcelona ,Spain, ,2006
6. MARK DEUZE, "**The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online**", Vol5, N2, SAGE Publications, London, 2003

