

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الاتصال

الموضوع :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة

دراسة مقارنة بين الموقع الإلكتروني وفيس بوك جريدة النهار

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة .

إشراف الأستاذة :

واضح خضرة

إعداد الطالبتين :

- سعودي راضية
- صحراوي إيناس

لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
طبي رايح	أستاذ	رئيسا
واضح خضرة	أستاذة	مشرفا و مقررا
رقاد حنان	أستاذة	ممتحنا

ماي 2017



# شكر و تقدير

قال تعالى ﴿ و لئن شكرتم لأزيدنكم ﴾

سورة إبراهيم ، الآية (07).

- نحمد الله سبحانه و تعالى ونشكره على منحه إيانا الصبر و سعة البال حتى تمكنا من إنجاز هذا العمل المتواضع و عملا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم ﴿ من لم يشكر الناس لم يشكر الله ﴾
- إن كان ثمة من يستحق كل الشكر و العرفان فهو الأستاذة المشرفة " واضح خضرة " التي لم تدخر جهدا في سبيل إعانتنا على إنجاز هذا العمل من خلال توقفها عند كل نقطة أو كلمة أو عبارة تستدعي التقويم، فلم تدع شاردة ولا واردة إلا و تفحصتها فلها جزيل الشكر و جميل العرفان و نسأل الله العلي القدير أن يثيبها خير الثواب، إنه سميع مجيب الدعاء .
- كما توجه بجزيل الشكر إلى كافة أساتذة قسم علوم الإعلام و الإتصال و على رأسهم رئيس القسم الدكتور " بوعزيز بوبكر " .
- كما تقدم ببالغ الشكر و التقدير إلى كل من قدم لنا يد المساعدة من فكرة موحية و كلمة محفزة و بالأخص الأخ: حمزة جعيجع و الأستاذ: ذبيح لحسن و الزميل صلاح الدين شويبت .

راضية ، لإناس

فهرس المحتويات:

- شكر وتقدير.....
- الاهداء.....
- فهرس الجداول والأشكال.....
- مقدمة..... أ- ب

الفصل الأول: التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة.

- 1- الإشكالية..... 4
- 2- الفرضيات ..... 5
- 3- اسباب اختيار الموضوع..... 5
- 4- أهداف الدراسة..... 6
- 5- أهمية الدراسة..... 6
- 6- صعوبات الدراسة ..... 6
- 7- المدخل النظري للدراسة..... 6
- 8- نوع الدراسة ومنهجها..... 9
- 9- ادوات جمع البيانات..... 10
- 10- مجتمع البحث..... 11
- 11- عينة الدراسة..... 11
- 12- تحديد المفاهيم..... 12
- 13- الأساليب الإحصائية المستخدمة..... 13
- 14- الدراسات السابقة ..... 14
- هوامش الفصل..... 15

## الفصل الثاني: الإعلام الجديد واستخداماته

- 18.....تمهيد
- ..... /1 المواقع الإلكترونية
- 19.....1.1- نشأة المواقع الإلكترونية
- 19.....2.1- أنواع المواقع الإلكترونية
- 21.....3.1- أهمية المواقع الإلكترونية
- ..... /2 المواقع الاجتماعية
- 22.....1.2- نشأة الشبكات الاجتماعية
- 23.....2.2- خصائص الشبكات الاجتماعية
- 24.....3.2- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
- 25.....4.2- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
- 28.....- هوامش الفصل الثاني
- 29.....- ملخص الفصل الثاني

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

- 31.....- تمهيد
- 32.....- لمحة عن جريدة النهار الجزائرية
- 33...../1 عرض وتحليل البيانات الميدانية
- ..... /2 المقارنة بين شكل الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)
- 64..... لجريدة النهار اليومية
- 76..... /3 النتائج العامة للدراسة
- 79..... /4 التوصيات

81..... خاتمة -

83..... قائمة المراجع -

..... الملاحق -

..... ملخص الدراسة -

فهرس الجداول :

الصفحة	الجدول
33	الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
34	الجدول رقم (2) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي
35	الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل .
36	الجدول رقم (4) : يبين الموقع المفضل لدى أفراد العينة لتصفح أخبار جريدة النهار (الموقع الإلكتروني أو الموقع الاجتماعي)
37	الجدول رقم (5) : يبين مدى تطلع أفراد العينة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لجريدة النهار
38	الجدول رقم (6) : يبين الأوقات المفضلة لأفراد العينة لدخول هذه المواقع
39	الجدول رقم (7) : يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في تصفح أخبار الجريدة عن طريق هذه المواقع
40	الجدول رقم (8): يبين الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة في تصفح هذه المواقع
41	الجدول رقم (9) : يبين منذ متى و أفراد العينة يتصفحون أخبار جريدة النهار عن طريق هذه المواقع
42	الجدول رقم (10) : يبين دوافع استخدام أفراد العينة لهذه المواقع
43	الجدول رقم (11): يبين أسباب قراءة أفراد العينة لجريدة النهار عن طريق هذه المواقع.
45	الجدول رقم (12): يبين المواضيع التي يفضل أفراد العينة متبعاها عن طريق هذه المواقع
46	الجدول رقم (13) : يبين تفاعل أفراد العينة من عدمه مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة.
47	الجدول رقم (14): يبين كيفية تفاعل أفراد العينة من المتفاعلين مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة
48	الجدول رقم (15) : يبين الموقع الأكثر جاذبية في رأي أفراد العينة
49	الجدول رقم (16) : يبين أكثر شيء يشد انتباه أفراد العينة عند تصفحهم للموقع المفضل لديهم
50	الجدول رقم (17) : يبين الصفات المتوفرة في الموقعين حسب رأي أفراد العينة
51	الجدول رقم (18) : يبين الموقع الذي يساير التطورات الحاصلة من أحداث وطنية وعالمية (الإلكتروني أو الاجتماعي) حسب مفردات العينة
52	الجدول رقم (19): يبين الموقع الذي يتفاعل من خلاله مفردات العينة مع محتوى جريدة النهار

53	الجدول رقم (20): يوضح طبيعة المحتويات التي تثير تفاعل أفراد العينة على الموقع الذي يفضلونه
55	الجدول رقم (21): يبين وجود الاختلاف بين الموقعين (الإلكتروني والاجتماعي) من عدمه حسب إجابات أفراد العينة.
56	الجدول رقم (22): يبين أين يبرز الاختلاف حسب رأي أفراد العينة
57	الجدول رقم (23): يبين طبيعة المواضيع التي يعالجها الموقعين (الإلكتروني والاجتماعي) لجريدة النهار
58	الجدول رقم (24): يبين إذا كانت المواضيع التي يعالجها الموقعين هي نفسها التي تعالجها النسخة الورقية لجريدة النهار حسب رأي أفراد العينة
59	الجدول رقم (25): يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في متابعة الموقع مع الوسيلة التي يستخدمها في ذلك .
61	الجدول رقم (26): جدول يبين طبيعة المواضيع التي تثير تفاعل أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس
62	الجدول رقم (27): جدول يبين الموقع أكثر جاذبية لأفراد العينة باختلاف الجنس
64	جدول رقم (28): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (موقع اللافتة أو الاسم).
66	جدول رقم (29): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (موقع الشعار ومعالجة الجرافيك)
67	جدول رقم (30): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي . (العنق)
69	الجدول رقم (31): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (العناوين)
70	جدول رقم (32): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني و الموقع الاجتماعي (الصور)
72	الجدول رقم (33): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (أنواع الصور)
73	الجدول رقم (34): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (الزوايا الثابتة)

فهرس الأشكال :

الصفحة	الأشكال
08	الشكل (1): نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات.
33	الشكل (2): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.
34	الشكل (3): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.
35	الشكل (4): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل .

# شكر و تقدير

قال تعالى ﴿ و لئن شكرتم لأزيدنكم ﴾

سورة إبراهيم ، الآية (07).

- نحمد الله سبحانه و تعالى ونشكره على منحه إيانا الصبر و سعة البال حتى تمكنا من إنجاز هذا العمل المتواضع و عملا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم ﴿ من لم يشكر الناس لم يشكر الله ﴾
- إن كان ثمة من يستحق كل الشكر و العرفان فهو الأستاذة المشرفة " واضح خضرة " التي لم تدخر جهدا في سبيل إعانتنا على إنجاز هذا العمل من خلال توقفها عند كل نقطة أو كلمة أو عبارة تستدعي التقويم، فلم تدع شاردة ولا واردة إلا و تفحصتها فلها جزيل الشكر و جميل العرفان و نسأل الله العلي القدير أن يثيبها خير الثواب، إنه سميع مجيب الدعاء .
- كما توجه بجزيل الشكر إلى كافة أساتذة قسم علوم الإعلام و الإتصال و على رأسهم رئيس القسم الدكتور " بوعزيز بوبكر " .
- كما تقدم ببالغ الشكر و التقدير إلى كل من قدم لنا يد المساعدة من فكرة موحية و كلمة محفزة و بالأخص الأخ: حمزة جعيجع و الأستاذ: ذبيح لحسن و الزميل صلاح الدين شويبت .

راضية ، لإناس

فهرس المحتويات:

- شكر وتقدير.....
- الاهداء.....
- فهرس الجداول والأشكال.....
- مقدمة..... أ- ب

الفصل الأول: التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة.

- 1- الإشكالية..... 4
- 2- الفرضيات ..... 5
- 3- اسباب اختيار الموضوع..... 5
- 4- أهداف الدراسة..... 6
- 5- أهمية الدراسة..... 6
- 6- صعوبات الدراسة ..... 6
- 7- المدخل النظري للدراسة..... 6
- 8- نوع الدراسة ومنهجها..... 9
- 9- ادوات جمع البيانات..... 10
- 10- مجتمع البحث..... 11
- 11- عينة الدراسة..... 11
- 12- تحديد المفاهيم..... 12
- 13- الأساليب الإحصائية المستخدمة..... 13
- 14- الدراسات السابقة ..... 14
- هوامش الفصل..... 15

## الفصل الثاني: الإعلام الجديد واستخداماته

- 18.....تمهيد
- 1/ المواقع الإلكترونية.....
- 19.....1.1- نشأة المواقع الإلكترونية
- 19.....2.1- أنواع المواقع الإلكترونية
- 21.....3.1- أهمية المواقع الإلكترونية
- 2/ المواقع الاجتماعية.....
- 22.....1.2- نشأة الشبكات الاجتماعية
- 23.....2.2- خصائص الشبكات الاجتماعية
- 24.....3.2- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
- 25.....4.2- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
- 28.....- هوامش الفصل الثاني
- 29.....- ملخص الفصل الثاني

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

- 31.....- تمهيد
- 32.....- لمحة عن جريدة النهار الجزائرية
- 33.....1/ عرض وتحليل البيانات الميدانية
- 2/ المقارنة بين شكل الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)
- 64.....لجريدة النهار اليومية
- 76.....3/ النتائج العامة للدراسة
- 79.....4/ التوصيات

81..... خاتمة -

83..... قائمة المراجع -

..... الملاحق -

..... ملخص الدراسة -

فهرس الجداول :

الصفحة	الجدول
33	الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس
34	الجدول رقم (2) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي
35	الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل .
36	الجدول رقم (4) : يبين الموقع المفضل لدى أفراد العينة لتصفح أخبار جريدة النهار (الموقع الإلكتروني أو الموقع الاجتماعي)
37	الجدول رقم (5) : يبين مدى تطلع أفراد العينة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لجريدة النهار
38	الجدول رقم (6) : يبين الأوقات المفضلة لأفراد العينة لدخول هذه المواقع
39	الجدول رقم (7) : يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في تصفح أخبار الجريدة عن طريق هذه المواقع
40	الجدول رقم (8): يبين الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة في تصفح هذه المواقع
41	الجدول رقم (9) : يبين منذ متى و أفراد العينة يتصفحون أخبار جريدة النهار عن طريق هذه المواقع
42	الجدول رقم (10) : يبين دوافع استخدام أفراد العينة لهذه المواقع
43	الجدول رقم (11): يبين أسباب قراءة أفراد العينة لجريدة النهار عن طريق هذه المواقع.
45	الجدول رقم (12): يبين المواضيع التي يفضل أفراد العينة متبعاها عن طريق هذه المواقع
46	الجدول رقم (13) : يبين تفاعل أفراد العينة من عدمه مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة.
47	الجدول رقم (14): يبين كيفية تفاعل أفراد العينة من المتفاعلين مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة
48	الجدول رقم (15) : يبين الموقع الأكثر جاذبية في رأي أفراد العينة
49	الجدول رقم (16) : يبين أكثر شيء يشد انتباه أفراد العينة عند تصفحهم للموقع المفضل لديهم
50	الجدول رقم (17) : يبين الصفات المتوفرة في الموقعين حسب رأي أفراد العينة
51	الجدول رقم (18) : يبين الموقع الذي يساير التطورات الحاصلة من أحداث وطنية وعالمية (الإلكتروني أو الاجتماعي) حسب مفردات العينة
52	الجدول رقم (19): يبين الموقع الذي يتفاعل من خلاله مفردات العينة مع محتوى جريدة النهار

53	الجدول رقم (20): يوضح طبيعة المحتويات التي تثير تفاعل أفراد العينة على الموقع الذي يفضلونه
55	الجدول رقم (21): يبين وجود الاختلاف بين الموقعين (الإلكتروني والاجتماعي) من عدمه حسب إجابات أفراد العينة.
56	الجدول رقم (22): يبين أين يبرز الاختلاف حسب رأي أفراد العينة
57	الجدول رقم (23): يبين طبيعة المواضيع التي يعالجها الموقعين (الإلكتروني والاجتماعي) لجريدة النهار
58	الجدول رقم (24): يبين إذا كانت المواضيع التي يعالجها الموقعين هي نفسها التي تعالجها النسخة الورقية لجريدة النهار حسب رأي أفراد العينة
59	الجدول رقم (25): يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في متابعة الموقع مع الوسيلة التي يستخدمها في ذلك .
61	الجدول رقم (26): جدول يبين طبيعة المواضيع التي تثير تفاعل أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس
62	الجدول رقم (27): جدول يبين الموقع أكثر جاذبية لأفراد العينة باختلاف الجنس
64	جدول رقم (28): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (موقع اللافتة أو الاسم).
66	جدول رقم (29): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (موقع الشعار ومعالجة الجرافيك)
67	جدول رقم (30): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي . (العنق)
69	الجدول رقم (31): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (العناوين)
70	جدول رقم (32): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني و الموقع الاجتماعي (الصور)
72	الجدول رقم (33): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (أنواع الصور)
73	الجدول رقم (34): مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي (الزوايا الثابتة)

فهرس الأشكال :

الصفحة	الأشكال
08	الشكل (1): نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات.
33	الشكل (2): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.
34	الشكل (3): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.
35	الشكل (4): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل .

## فهرس الأشكال:

الشكل (1): نموذج كارتز للإستخدامات والإشباعات.

الشكل (2): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الشكل (3): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

الشكل (4): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل .

## مقدمة:

كما هو معلوم أن لكل عصر حضارته وثقافته تميزه عن العصور الأخرى، ولعل ما يميز هذا العصر عن بقية العصور هو التطور التكنولوجي المذهل والثورة المعلوماتية التي اجتاحت العالم ، فمن أبرز النقالات التي حدثت في التاريخ البشري هو ما حدث في القرن العشرين وما زال مستمرا إلى يومنا هذا وهو الثورة التكنولوجية التي أصبحت جزءا أساسيا في حياة الدول والمجتمعات في شتى المجالات ولم تعد كما كانت بادئ الأمر أول ظهورها كشيء من الكماليات نستطيع الاستغناء عنها، ومما لا شك فيه أن التكنولوجيا وجه مشرق استفادت منه البشرية جمعا .

وقد لحقت هذه التكنولوجيا بوسائل الإعلام فظهر ما يسمى بالمواقع الالكترونية الإخبارية وهي مواقع انتشرت في الآونة الأخيرة بشكل كبير حيث تقدم الخبر الصحفي فور وقوعه، والمحتوى فيها متجدد بشكل سريع ومعتمد على ما يستجد من أحداث ووقائع وتكون هذه المواقع في غالب الأحيان امتداد لصحف أو مجلات موجودة على أرض الواقع، فكانت عبارة عن صفحات على شبكة الانترنت يخصص بعضها للإعلان على السلع والخدمات أو لبيع المنتجات والبعض الآخر عبارة عن صحف الكترونية يتوفر فيها للكتاب إمكانية النشر والحدير بالذكر هنا أن هذه التكنولوجيات أثرت بشكل كبير في مجال الصحافة بما وفرته من سبل سهلة للحصول على الخبر ومتابعة الحدث أولا بأول واختصرت مسافات كثيرة على المتابعين للأحداث، أقلها مشوار الذهاب للسوق وشراء الجريدة أو المجلة ووفرت ثمن الاشتراك في المطبوعات بأنواعها، واستمرت هذه التطورات حتى ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت في سنواتها الأولى تعرف على أنها مواقع تبادل المعلومات والصور وغيرها ولم تكن سوى وسيلة للتسلية وتمضية الوقت إلا أنها و في ظل اكتساح الإعلام المجال الالكتروني وفرت هذه المواقع بدورها مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور ومتسارع فهي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الميول والاهتمامات والهوايات والهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء والأفكار والتقدم بمقترحات وحلول للمشكلات، التي تواجه المشاركين في الحوار ونظرا لانتشار هذه الشبكات بشكل كبير في أوساط المجتمعات استخدامها كوسيلة لتبادل المعلومات والأخبار والصور جعلت منها وسائل الإعلام أداة لبث أخبارها ونشرها والتفاعل بها مع جمهورها وهو الحال بالنسبة للعديد من

الصحف الجزائرية التي جعلت منها منبرا تخاطب من خلاله جمهورها، وهذا السبب دفعنا إلى دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة من خلال المقارنة بين الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار اليومية، وقد اعتمدنا في ذلك على ثلاث فصول أساسية:

**الفصل الأول:** خاص بموضوع الدراسة وإطارها المنهجي تناولنا فيه أهم الخطوات المنهجية المتعلقة بالجانب النظري والجانب التطبيقي على حد سواء والمتثلة في إشكالية الدراسة - الفرضيات - أهداف الدراسة - صعوبات الدراسة وضبط المفاهيم وتعرض بعد ذلك إلى الإجراءات المنهجية من تحديد المنهج والتقنيات التي نستعين بها في جمع البيانات.

**أما الفصل الثاني :** جاء بعنوان الإعلام الجديد واستخداماته وقسمناه إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان المواقع الإلكترونية واستخداماتها وقسم بدوره إلى عدة عناصر أساسية (نشأة المواقع الإلكترونية- أنواع المواقع الإلكترونية -أهمية المواقع الإلكترونية ) أما المبحث الثاني فعنون بمواقع التواصل الاجتماعي وأنواعه وقسم إلى عناصر أساسية هي(نشأة مواقع التواصل الاجتماعي -خصائص مواقع التواصل الاجتماعي -أبرز مواقع التواصل الاجتماعي -تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي).

**وأخيرا الفصل الثالث:** جاء بعنوان عرض ومناقشة النتائج "وهي دراسة تطبيقية مقارنة بين الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لجريدة النهار.

وقد تطرقنا فيه إلى لمحة عن جريدة النهار اليومية بالإضافة إلى تحليل العينة من خلال استمارة الاستبيان مع تحليل بعض مفردات الشكل للموقعين الإلكتروني والاجتماعي وصولا الى النتائج العامة وخاتمة الدراسة.

## 1. الإشكالية :

أدى الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وظهور الجيل الجديد من الانترنت إلى تطور غير مسبق في وسائل الإعلام والاتصال ، وإلى ظهور مساحات جديدة لممارسة حرية التعبير والرأي والإعلام، وبروز أشكال جديدة في التواصل لم تكن مألوفة في السابق تعرف بوسائل الإعلام الجديد.

حيث مثلت شبكة الانترنت في السنوات الأخيرة تحديا كبيرا لوسائل الإعلام التقليدية وبالخصوص الصحافة المطبوعة، والتي تأثرت تأثرا بالغا من تحول القراء تدريجيا إلى هذه الشبكة "الانترنت" مما استوجب التفكير في استراتيجيات جديدة ونماذج حديثة، ترتبط بالاستخدامات والوصول إلى المعلومات والانتقال إلى الرقمنة بكل جدارة، فبدأت تتحول نحو الإصدار الإلكتروني، وذلك من خلال مجموعة من الصفحات والنصوص والصور المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة أو مؤسسة ما.

وفي ظل التطورات المستمرة و المتسارعة لتكنولوجيا المعلومات حدثت ثورة حقيقية، مست جميع مجالات الحياة وبدأت آثار هذه التغيرات على مستوى الجماعات والأفراد محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف البنى الاجتماعية ، وتمثلت هذه الثورة فيما بات يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي التي استقطبت جمهورا واسعا من مختلف شرائح المجتمع وأصبحت من أكثر المواقع انتشارا على شبكة الانترنت والأكثر إقبالا من المتصفحين من كافة أنحاء العالم.

لتجدها الصحف حاملا لها ولمضامينها ، فأنشأت نسخا إلكترونية لصفحتها الرسمية مدعمة لمؤسستها الأم، من أجل مساندة ركب التطور من جهة ومن أجل الحفاظ على جمهورها الذي بدأ في التشتت من جهة أخرى وذلك بتحقيق فضاء تفاعلي بينها وبين الجمهور وإعطائهم فرصة التأثير والتفاعل.

وفي هذا السياق واكبت الصحافة الجزائرية مثلها مثل باقي الصحف العربية والعالمية هذه التطورات والمظاهر وتبنت بعدا استراتيجيا جديدا عصف بالمبادئ التقليدية للصحافة لتلبس حلة الكترونية جديدة.

وقد اخترنا لهذه الدراسة الصفحة الرسمية لجريدة النهار اليومية كنموذج للمقارنة بين الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي ، ولهذا نطرح إشكالية دراستنا على النحو التالي:

## ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة؟

### 2. الفرضيات:

- 1) لجمهور الصحافة عادات وأنماط مختلفة في استخدام موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لجريدة النهار
- 2) تختلف وتتعدد أسباب ودوافع تعرض جمهور الصحافة لموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) الخاص بجريدة النهار
- 3) يختلف شكل الموقع الالكتروني لجريدة النهار عن شكل موقع التواصل الاجتماعي في بعض العناصر ويتشابهان في عناصر أخرى .

### 3. أسباب اختيار الموضوع:

أ. أسباب ذاتية:

- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
  - الرغبة في معرفة مدى تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعلية بين وسائل الإعلام وجمهورها.
  - الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق .
- ب. أسباب موضوعية :

- يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور وسائل الإعلام .
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات .

#### 4. أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى استخدام الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي لجمهور الصحافة
2. المقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي (فيس بوك) والموقع الإلكتروني لجريدة النهار
3. الكشف عن شكل الموقع الاجتماعي (فيس بوك) الخاص بجريدة النهار.

#### 5. أهمية الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن ظواهر مستجدة في أوساط المجتمع وتمكنه من التفاعل عبر المواقع وقياس تأثيرها على جمهور الصحافة.
- التعرف على مدى استخدام جمهور الصحافة للمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لجريدة النهار، وما ينتج عن هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات.

#### 6. صعوبات الدراسة:

- ندرة الدراسات المقارنة بين المواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية لكون موضوع الدراسة من المواضيع الحديثة.
- قلة استخدام تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية ونظراً لمحدودية الدراسة وضيق الوقت اعتمدنا فقط على تحليل الشكل في المقارنة بين الموقع الإلكتروني والاجتماعي واستبعدنا تحليل المضمون.

#### 7. المدخل النظري للدراسة: ( نظرية الاستخدامات الإشباع )

##### 1. الخلفية المعرفية للنظرية

تتلمذ نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينات والأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان

ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في ارتقاء أفؤادها لوسائل ومضمون و مفضل من وسائل الإعلام.<sup>(1)</sup>

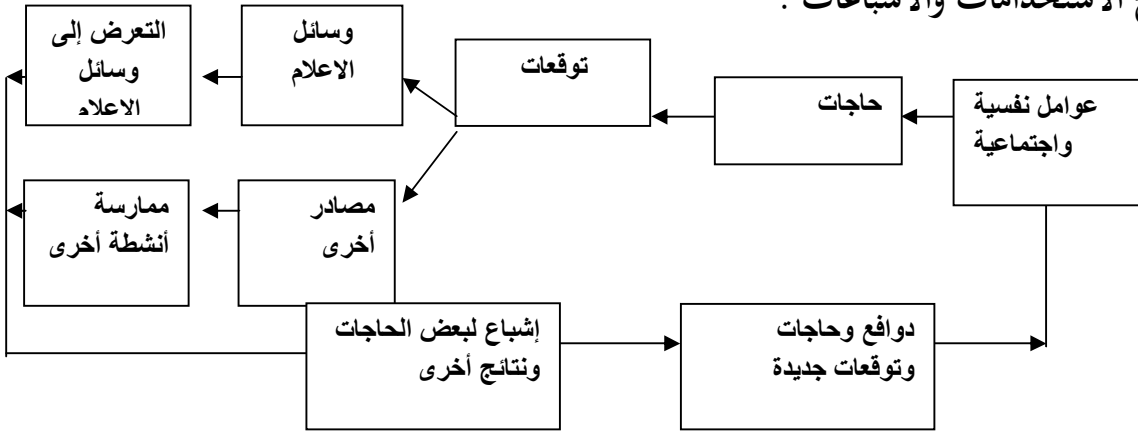
ويعد مدخل الاستخدامات والاشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والاشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور، ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات والاشباعات بالنشاط والإيجابية والقدرة على الإخبار، الوعي ، التفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل .<sup>(2)</sup>

## 2. فروض النظرية:

تقوم نظرية الاستخدامات والاشباعات على خمسة فروض أساسية التي ركز عليها أنصار هذه النظرية كاتز، بلومار وهي كالاتي :

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات ،فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته<sup>(3)</sup>.

نموذج الاستخدامات والاشباعات :



الشكل رقم(1): نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات<sup>4</sup>

ويحقق مدخل منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .
2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل اتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>(5)</sup>

الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والاشباعات :

1. يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الاعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي يتطابق عليه .
2. يصور المدخل الجمهور النشط والفعال ، كما أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق مع نموذج المجتمع الجماهيري.
3. لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا ، أم مستقلا وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق اشباعا لهذه الحاجات.
4. يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والاشباع.

5. يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلى الرغبات الفعلية والحاجات التي يريدها الجمهور .<sup>(6)</sup>

وللرد على تلك الانتقادات : ظهر اتجاه بمعنى جديد منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي اهتم بالمقارنة بين دوافع استخدامات وسائل الإعلام وبين أنواع الاشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة ،وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات تلك الوسائل ذاتها عن طبيعة المضامين المثارة في وسائل الإعلام .<sup>(7)</sup>

## 8. نوع الدراسة ومنهجها :

أ/ نوع الدراسة : تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات المسحية الوصفية

ب/ المنهج المستخدم:

يعني المنهج مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم ،"إنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة.<sup>8</sup>

وعليه فإن المنهج الملائم لمثل هذه الدراسات هو منهج المسح" والمسح في البحث العلمي يفيد التعرف وعلى الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد "مسح" المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية ويعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية la methode dénquête، أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض المنشود.<sup>9</sup>

وقد عرف الباحث "ذوقان عبيدات" المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.<sup>10</sup>

ووفقا لتعاريف السابقة لمنهج المسح يمكن القول بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.<sup>11</sup>

كما يقوم المنهج المسحي إما على مسح جميع جوانب الظاهرة المدروسة أي كل عناصرها المكونة لها والعلاقات السائدة فيها" وهو هنا مسحاً عاماً" أو على مسح جانب واحد من جوانب الظاهرة " وهو هنا مسحاً خاصاً" إلى جانب ذلك فإذا وظف هذا المنهج في مسح الظواهر الميدانية فهو مسح ميداني ، أما إذا استهدف مسح الظاهرة مكتبياً من خلال جملة من الوثائق فهو مسح وثائقي.<sup>12</sup>

وقد وظفنا هذا المنهج لاقترابه من دراستنا وكذلك إعداد مقارنة للموقع الاجتماعي "فيسبوك" والموقع الإلكتروني لجريدة النهار.

والمنهج الوصفي بشكل عام: يمكن تعريف هذا المنهج بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم من المعطيات الفعلية للظاهرة<sup>13</sup> .

وقد اعتمدنا عليه لأنه الأكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية كما يعد الأكثر استخداماً في بحوث الإعلام.

### 9. أدوات جمع البيانات:

إن نجاح البحث العلمي في تحقيق أهدافه يتوقف على الاختيار المناسب للأدوات الملائمة للحصول على المعلومات والبيانات لهذا اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان و تحليل المحتوى (شكلا) .

**الاستبيان:** عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة<sup>14</sup> .

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على استبيان مكون من ثلاث محاور رئيسية هي كالتالي:

– **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام جمهور الصحافة لموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) الخاص بجريدة النهار .

– **المحور الثاني:** دوافع وأسباب التعرض للموقع الاجتماعي (فيسبوك) الخاص بجريدة النهار .

– **المحور الثالث:** الفروق الموجودة بين الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار.

وقد اشتملت هذه المحاور الثلاث على 19 سؤال.

**تحليل المحتوى:** حسب برلسون فإن منهج تحليل المحتوى هو أسلوب في البحث لوصف المستوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعيا منظما وكميا، وواضح أن هذا يخص تحليل الاتصال وليس كل تحليل ولهذا فإننا نأخذ التعريف التالي: تحليل المحتوى هو محتوى الشيء والفكرة أو الخطاب المحلل إلى عناصره الأولية البسيطة بمعنى أنها تخالف المركب المحلل في خصائصه<sup>15</sup> .

تحليل المحتوى هنا يتضمن دراسة فئات الشكل لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) والموقع الإلكتروني لجريدة النهار.

10. **مجتمع البحث:** تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة ، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه ومجتمع البحث هنا هو جمهور الصحافة المتصفح لموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) والموقع الإلكتروني لجريدة النهار.<sup>16</sup>

### 11. عينة الدراسة :

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة تم اختيارها بطريقة معينة ، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. و بناءا على ذلك فقد تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية.<sup>17</sup>

العينة القصدية: هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون تمييزهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة ،

كما يتم اللجوء إلى هذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي<sup>18</sup>

ونظرا للحدود الزمانية لإيجاز المذكرة و شساعة مجتمع البحث الذي يشمل كل متصفح الموقعين (الالكتروني والاجتماعي) لجريدة النهار ، فقد اعتمدنا على عينة قصدية من هذا الجمهور الواسع، متكونة من (85) مفردة من الطلبة الجامعيين بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة والمتصفحين لجريدة النهار عن طريق الموقعين الالكتروني والاجتماعي.

## 12. تحديد المفاهيم:

1. التأثير: هو بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة ويعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عديدة للتأثير، ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات ، إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك معين.<sup>19</sup>

2. شبكات التواصل الاجتماعي: يعرفها "زاهر راضي" على أنها منظومة من المواقع الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>20</sup>

إجرائيا: هي مواقع على الانترنت لجميع المستخدمين ، وتتم بيت ونشر الأخبار والمعلومات الوطنية والعالمية.

3. المواقع الالكترونية: يطلق عليها بالانجليزية web sites ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر Uniform resours locator url أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب web browser ولها أنواع وأشكال مختلفة ونستخدم هنا تعبير المواقع الالكترونية للدلالة عليها.<sup>21</sup>

إجرائيا: نقصد بالمواقع الالكترونية في هذه الدراسة مجموع الصفحات الالكترونية التي يمكن تصفحها عن طريق استخدام جهاز الحاسوب مع الاتصال بالانترنت ، وذلك بغرض الحصول على مختلف الأخبار والمعلومات الصادرة عن جريدة النهار.

4. الجمهور: عدد كبير من الأفراد يشتركون في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة في تحقيق الذات ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور لآخر ورغم أن معظم أعضاء الجماهير لا يتصلون غالبا اتصالا مباشرا ببعضهم البعض إلا أنهم يشتركون فيما يقومون وفيما يحصلون عليه من معلومات وفي نواحي النشاط المشتركة.<sup>22</sup>

إجرائيا: نقصد بالجمهور في هذه الدراسة: مجموعة من الأشخاص لديهم مواصفات معينة ويشتركون في التعرض إلى رسائل ومضامين إعلامية تبثها وتنشرها جريدة النهار عن طريق الموقعين الإلكتروني والاجتماعي.

5. دراسة مقارنة: يقصد بالمقارنة إبراز و تفسير أوجه الشبه والاختلاف بين متغيرات موضوع الدراسة، وتخضع لمجموعة من القواعد هي:

- لا موضع للمقارنة بين أشياء مماثلة تماما أو متميزة تماما.
- ضرورة خضوع الظواهر موضع المقارنة لمنهاج بحث واحد توخيا للدقة في إظهار جوانب الاتفاق والاختلاف.<sup>23</sup>

إجرائيا: ويقصد بالمقارنة في دراستنا هذه إبراز أوجه التشابه والاختلاف بين الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي لجريدة النهار.

### 13. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

التكرارات، النسب المئوية،  $k^2$  للدلالة على الفروق الموجودة.

#### 14. الدراسات السابقة:

دراسة تعلقت بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين بصفة عامة أو جمهور وسائل الإعلام بصفة خاصة هي دراسة للباحث محمد المنصور وهي رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال لسنة 2012 تحت عنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين" وقد ركزت هذه الدراسة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين والنماذج التي تمت دراستها هي "الفيسبوك، تويتر، اليوتيوب"

وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية والموقع الإلكتروني لقناة العربية.

المقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي "فيس بوك" والموقع الإلكتروني "العربية نت".

بالإضافة إلى المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي لقناة العربية.

حيث وصل الباحث محمد المنصور في الأخير استنتاجات عديدة كان من ضمنها أن موقع العربية الإلكتروني يتميز عن المواقع الإلكترونية الأخرى بتخصيص زاوية "التغير" التي تضمنت صفحات خاصة تعني بآخر الأخبار وتطورات أحداث ربيع الثورات العربية للدول التي شهدت أحداثا دراماتيكية بسقوط أنظمة مستبدة وتمسك أخرى بزمام الأمور.

اتضح من خلال الدراسة أيضا أن البعض يأخذ على موقع العربية الإلكتروني والاجتماعي الانتقائية في تناول وتغطية الأحداث والأخبار المختلفة.

تبين من خلال الدراسة أيضا مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة وحديثة.

وقد أفادتنا دراسة "محمد المنصور" في استخدام نفس الأداة التي اعتمدها في بحثه وهي تحليل المحتوى "شكلا"

وذلك للمقارنة بين مفردات الشكل لموقعين الاجتماعيين والإلكترونيين وتأثير الموقع الاجتماعي على جمهور الصحافة .

هوامش الفصل الأول:

- 1-مكاوي حسن عماد، حسين السيد ليلي، الإتصال و نظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، ط 3  
،2003،ص.239.
- 2-عبد الواحد رضا، الصحافة الالكترونية . دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط1،  
2007،ص.255.
- 3-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير .عالم الكتب ،القاهرة  
،ط3،2004،ص.284.
- 4-محمد عبد الحميد ، المرجع السابق.ص.241.
- 5-مكاوي حسن عماد،حسين السيد ليلي، مرجع سبق ذكره .ص.241.
- 6-الطرايشي ميرفت، السيد عبد العزيز،نظريات الاتصال.دار النهضة العربية ، القاهرة  
،د.ط،2006،ص.256.
- 7-الطرايشي ميرفت ، المرجع السابق. ص.257.
- 8-بوحوش عمار،دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية .المؤسسة الوطنية للكتاب  
،الجزائر،ط1990،2،ص.29 .
- 9-بن مرسللي أحمد،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.ديوان المطبوعات الجامعية،  
الجزائر،ط2007،3،ص.286.
- 10-عبيدات ذوقان وآخرون،البحث العلمي،مفهومه، أدواته،أساسه .دار الفكر للنشر والتوزيع  
،الأردن،ط1992،1،ص.17.
- 11-بن مرسللي أحمد،مرجع سبق ذكره.ص.286.287.
- 12-بن مرسللي أحمد،المرجع السابق .ص.289.
- 13-عبيدات محمد،وآخرون،منهجية البحث العلمي (القواعد.المراحل.التطبيقات).كلية الاقتصاد  
والعلوم الإدارية ، الجامعة الأردنية ،ط1999،2،ص.62.
- 14-عبيدات محمد وآخرون، مرجع سبق ذكره.ص.63.

- 15- شروخ صلاح الدين، منهجية البحث العلمي . دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، د.ط، 2003. ص86.
- 16- شفيق محمد، الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية . المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، د.ط، 1999، ص112.
- 17- عبيدات محمد وآخرون، المرجع السابق. ص84.
- 18- المرجع نفسه. ص96.
- 19- منير محمد حجاب، المعجم الاعلامي. دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2004، 1، ص114.
- 20- حسين ليلي، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي(الفيس بوك. تويتر) . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014. 2015، ص37.
- 21- أبو عيشة فيصل، الإعلام الالكتروني. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط2010، 1، ص102 .
- 22- قوراري صونية، اتجاهات جهود الطلبة نحو الصحافة الالكترونية . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، 2010، ص14.
- 23- المنصور محمد. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين. رسالة ماجستير الإعلام والاتصال ، مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، ص30.

### تمهيد:

أحدثت الانترنت انقلابا كبيرا في عمل وسائل الإعلام بما خلقتة من أنماط اتصالية جديدة فهي وسيلة إعلام متعددة الوجوه وتتضمن العديد من الأشكال الاتصالية والصحيفة، كما تمثل أعلى مراحل الدمج بين وسائل الاتصال التقليدية والجديدة معا، وقد تمكنت الانترنت من إثبات وجود قوي للباحثين عن الأخبار والمعلومات والراغبين بالحصول على أخبار فورية ، وهو ما دفع أغلب وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة إلى إنشاء مواقع الكترونية ومواقع للتواصل الاجتماعي من أجل تبادل الآراء والأفكار والتوصيات وغيرها

و تسعى دراستنا هذه إلى فحص تأثير المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة.

## 1. المواقع الالكترونية وأنواعها:

### 1.1 نشأة المواقع الالكترونية:

الفكرة جاءت عقب الحرب الباردة بين السوفيات والأمريكان بحيث أن الأمريكان كانوا يتصلون عبر خط الهاتف ولكن كان الخوف شديد من إكمال هجوم جوي يؤدي إلى تعطيل محطة الإرسال والاستقبال فينقطع الاتصال مع باقي المواقع حتى ذلك الحين كان استعمال الحاسوب لإجراء العمليات الحسابية ومعالجة المعلومات بالتجريد ثم أن مجموعة من طلاب الجامعة نجحوا في ربط حاسوبين يمكنهم إرسال وتبادل الرسائل ، ثم جاءت وزارة الدفاع واستثمرت هذه البحوث حيث كانت ولادة الانترنت ، ففكرة المواقع الالكترونية جاءت من فرنسا وسويسرا في شركة بحوث علمية في النووي وكان أحدهم يود أن يشترك عمله أو بحثه مع الباقي والحل هو كتابة النص وإرساله بالبريد الالكتروني ولكن هذه الفكرة بطيئة وتحتاج لوقت أكثر..... هنا فكر أحدهم في كتابة النص مرة واحدة وإرسال عنوان الحاسوب فيمكن للباحثين قراءة النص بأول تجربة ناجحة ظهرت شبكة عنكبوتية عالمية [www](http://www.web) أو [world wide](http://www.worldwide) إلى حيز الوجود وقراءة النص عن بعد ثم الإتفاق على استخدام البروتوكول [http](http://http) الذي يعمل يد في يد مع [ip/tcp](http://ip/tcp).

هو مجموعة من الإنفاقات عن كيفية انتقال النص بالبروتوكول [ip / tcp](http://ip/tcp) الذي يؤدي واجبه بتحديد كيفية إرسال الطلب المجزئة واستقبالها عند الأطراف المتصلة.<sup>1</sup>

### 2.1 أنواع المواقع الالكترونية

للمواقع الالكترونية أنواع كثيرة ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة فهناك مثلا المواقع السياسية والاقتصادية والتجارية والسياسية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية والمواقع الصحفية وغيرها ولكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع الالكترونية من الزاوية الفنية والتطبيقية وبهذا فإنها تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية (المواقع الساكنة،المواقع الديناميكية ،المواقع التجارية الالكترونية).

1. **المواقع الساكنة:**تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور بالإضافة إلى مواد نصية وجغرافية ثابتة ومتحركة تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع ، والفكرة الأساسية من إنشائه ، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغيير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي، ولا حتى متصفح الموقع بإمكانهم إضافة ردود وتعليقات أو أية مشاركة أخرى، لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (data base) حيث يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات وصفات تطوير المواقع ، ثم إعادة نشره على الانترنت مرة أخرى وبالطبع فإن صفحات المواقع غير محدودة.

2. **المواقع الديناميكية:** يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصة قاعدة البيانات (data base) وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسئول عن تصميم الموقع، إجراء التغيرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة وتحديث البيانات ، وترتيب الصور بالإضافة إلى التحديث المستمر يوميا، أو حتى لساعات محددة وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشرة دقائق.

3. **مواقع التجارة الإلكترونية:** تعتبر هذه المواقع سوقا مفتوحا للزوار حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الالكترونية للناس، وتعتبر أيضا أكثر مواقع الانترنت تطورا وأهمها تجاريا، وقد أصبحت الانترنت سوقا واسعا لبعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة التكلفة) الإعلان والتجار عبر الانترنت والذي يعرف بالتجارة الالكترونية وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد قامت الانترنت بعمل ثورة في عالم التسوق، ومحتوى هذه المواقع على دليل الكتروني يضم صفات عديدة تشرح للمتسوقين مضامين ومواصفات وخصائص ومميزات وفوائد الخدمات التي تقدمها والمنتجات التي تعرضها.<sup>2</sup>

### 3.1 أهمية المواقع الالكترونية:

للموقع الالكتروني أهمية كبيرة في التعامل عبر شبكة الانترنت وتبرز هذه الأهمية في كون الموقع الالكتروني أكثر من مجرد عنوان عبر الانترنت فهو أيضا يبين موقع الانترنت لمن يسعى للوصول إليه تماما مثل: اسم الشخص الذي يشير إلى فرد معين ، أو بشكل أكثر دقة إلى مدى صحة علامة تجارية لمؤسسة أو شركة ، فاسم الشركة يشير إلى هوية شركة معينة

وتتخلص صفة الازدواج في الأهمية الفنية من جهة والأهمية الاقتصادية من جهة أخرى.

#### الأهمية الفنية للموقع الالكتروني :

- سهل استخدام الموقع الالكتروني من الناحية الفنية أو التكنولوجية التعامل مع شبكة الانترنت من جانب الأشخاص والمشروعات.
- الموقع الالكتروني جاء نتيجة التطور الذي طرأ على العنوان الرقمي القديم الذي كان يأخذ صورة IP فقد كان يتكون هذا الأخير من مجموعة من الأرقام التي يصعب تخزينها أو حفظها في الذاكرة ولهذا جاء نظام الموقع الالكتروني ليسمح باتصال سهل وبسيط بالشبكة وذلك باستخدام مجموعة من الحروف.

#### الأهمية الاقتصادية للموقع الالكتروني

- يعتبر الموقع الالكتروني وسيلة فعالة للإعلان عن المشروعات والشركات حتى يستطيع أي مشروع مزاوله التجارة
- يتجاوز دور الموقع الالكتروني الدور الإعلاني للمشروعات ليقوم بدور كبير في تعريف المنتجات والخدمات التي تقدمها هذه المشروعات.
- يقوم الموقع الالكتروني بدوره المميز للمشروعات التجارية، فطبقا لقاعدة الأسبقية في التسجيل التي تحكم تسجيل هذه المواقع الإلكترونية والتي تقضي بأنه لا يجوز لأكثر من مشروع أن يكون له الموقع الإلكتروني نفسه ومن ثم يكون لكل مشروع موقع إلكتروني واحد يميزه عن غيره من المشروعات الأخرى.<sup>3</sup>

## 2/ مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماته

### 1.2 نشأة الشبكات الاجتماعية :

كان أول ظهور المواقع الاجتماعية في أواخر القرن 20 حيث ظهر موقع classmortes.com. عام 1995 ثم تلاه موقع six degrees.com اعتمدت هذه المواقع على فتح صفات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل للمجموعات من الأصدقاء ، لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح مملكتها.

خلال سنوات التسعينات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الانترنت (مرسلة) وعدد كبير يعد بالملايين من متصفح الانترنت الذين يستخدمون الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي ، بداية بتطبيقات البريد الإلكتروني الدردشة ، منتديات الحوار، وانتهاء بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وثورية مثل موسوعة الوكيبيديا وقد كانت هذه القفزة في تغيير التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب 2,0 المبدأ الذي يوفره الجيل الجديد من الويب 2,0 هو مشاركة المستخدمين في مستويات المواقع حيث يقومون بابتكار محتويات أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت ، ولذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزءا من الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت يستطيع تحقيق ذلك عبر الويب 2,0

ومن هنا فإننا نطلق مصطلح الويب 2,0 على المواقع التي تقدم خدماتها على تطبيقات من خصائص الويب 2,0 وهي media live international التي تعتمد على أن يكون الويب 2,0 متعاملا مع الويب<sup>4</sup>

هنا وتقوم الفكرة الرئيسية شبكات التواصل الاجتماعية على جمع البيانات الأعضاء في الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور اعتمادا على صلاحيات الخصوصية التي تصنعها للزوار.<sup>5</sup>

## 2.2 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

إن من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي أنها تتميز بما يلي:

### • الملفات الشخصية:

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا.

### • الأصدقاء والعلاقات

وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم لهدف محدد ومعين حيث تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاءك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال وعلاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك

### • ألبومات الصور:

تتبع الشبكة لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والإطلاع عليها.

### المجموعات:

وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت اسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساحة بالمنتدى الحواري المصغر، وكذلك خاصة التثقيف أو ما يعرف بـ events أو الأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم.

## الصفحات

كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك واستعملوها كغرض تجاري بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الإعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الاقتصادية التي تحدد من طرف المستخدمين.

### ● خاصية الفيديو:

حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو وإرساله كرسالة مرئية.<sup>6</sup>

## 3.2 أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

● **الفيسبوك:** هو موقع أنشئ عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طالبا في جامعة هارفرد بجينيف ويسمى فيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى به كتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، فهو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة والألقاب وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا واسعا قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ، حيث بلغ معدل الاشتراكات 150 ألف مشترك جديد يوميا، ويشكل المتواصلون على موقع الفيسبوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم، ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم ويعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداما للفيسبوك حيث أن هؤلاء هم من يمتلكون المهارات الحاسوبية ولديهم إطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت مما يمكنهم من تصميم صفحة الفيسبوك بسهولة.

● **تويتر:** وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شبكة رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن للأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي المستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني وظهر موقع تويتر عام 2006م كمشروع بحثي قامت به شركة obrevias الأمريكية ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام.<sup>07</sup>

● **اليوتوب:** هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية، فموقع اليوتوب هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من غوغل يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع فيديو التي تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها.

تأسس اليوتوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال عام 2005) في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتوب في عرض المقاطع المشتركة على تقنية (أدوب فلاش) ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب 2.0 وأصبح اليوتوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية<sup>8</sup>

## 4.2 تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

### ● الإيجابيات

– يسعى الناس دائماً إلى إقامة علاقات اجتماعية جديدة والتواصل مع العلاقات القديمة

فجاءت شبكات التواصل الاجتماعي كحل سحري من خلال العالم الافتراضي

- ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا في عملية النشر الالكتروني فأبي مستخدم لهذه الشبكات يجد نفسه أنه في الفيسبوك مثلا قد ازداد معدل كتابته وبالتالي معدل قراءته.
- تساعد المستخدمين على المشاركة ودعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام إلى المجموعات الخاصة لهذه الخدمة وغيرها.
- شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين ي المجتمع مباشرة دون وسائط.
- كسر الهوية الثقافية والحضارية وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك الشبكات من أبناء العالم المتقدم وأبناء العالم المتخلف مما يؤدي إلى تقارب فكري على صعيد الأفراد فالجماعات فالدول.
- تسهل على المستخدم متابعة أخبار أفراد عائلته خاصة وإنها أرخص من غيرها من وسائل الاتصال المختلفة.

### السلبيات:

### العزلة الاجتماعية:

- إدمان الشباب في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة غرفة الشات (المحادثة) تؤدي إلى عزل الشباب عن محيطه الاجتماعي وهذه العزلة لها آثار سيئة على الشباب منها الأشغال عن الدراسة والرسوب أو الانقطاع وضعف الروابط الاجتماعية نسبة وبين أفراد أسرته.

### إضاعة الوقت:

- بمجرد دخول المستخدم لإحدى شبكات التواصل الاجتماعي حتى يبدأ بالشكل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره.

### انتحال الشخصيات:

هناك من المستخدمين من ينتحل شخصيات ، مشاهير وفنانين أو حتى أشخاص عاديين ونشر معلومات مضللة لتشويه السمعة أو الابتزاز.

### انعدام الخصوصية:

تواجه أغلب الشبكات الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما خلق الكثير من الأضرار المادية والنفسية للشباب فملف المستخدم على أي شبكة اجتماعية يحتوي على جميع معلوماته الشخصية بإضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل التي قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها لغرض المساعدة والتشهير والابتزاز .

### ضياع الهوية الثقافية:

واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع الاجتماعي حيث أن العولمة الثقافية هي من أهم وأخطر الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي.<sup>9</sup>

### خلاصة الفصل:

يشهد عالمنا المعاصر ثورة هائلة في تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات، ظهرت آثارها في مختلف جوانب الحياة، و قد بدت معالم هذه الثورة من خلال المواقع الالكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي التي ساعدت على تطوير منظومة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد و الجماعات و الشعوب دون التقييد بالحوجز المكانية و الزمانية و كذلك أتاحت التواصل الفوري المباشر و تداول المعلومات و الأخبار بأقل جهد و تكاليف ممكنة مما جعلها أدوات أساسية لا يمكن الإستغناء عنها أو تجاهلها.

هوامش الفصل الثاني:

1 - مدونة الدكتور محمد أحمد مطهر آل مطهر، عمادة خدمة المجتمع عمادة المجتمع بجامعة مجازن،1434،1433،متوفر على الرابط <https://www.ts3a.com>،2017/02/12،13:27."

2- المنصور محمد، مرجع سبق ذكره.ص 46،47.

3 - حسين حوى فاتن، المواقع الإلكترونية و حقوق الملكية الفكرية. دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان 2010، ط1،ص60-61.

4- بوشعالة أمال، اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال،قسم الإتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة المسيلة،2013،ص51،52.

5- بوشعالة امال ، المرجع السابق .ص37.

6- يوسف وليد، جلاوجي إبراهيم، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الصحفية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة المسيلة،ص20.

7- شقرة خليل ، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي. دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ،ط2014،1،ص64،75.

8- المنصور محمد، مرجع سبق ذكره . ص 94.

9- حسين ليلي،مرجع سبق ذكره.ص49-50.

## تمهيد

تعتبر مرحلة تفرغ البيانات والتعليق عليها وتحليلها من أهم مراحل البحث الميداني، وتأتي هذه المرحلة بعد النزول إلى الميدان وإتمام الدراسة وصياغة استمارة البحث وتوزيعها على عينة البحث، الغرض منها تعزيز نسيج الأفكار المعروضة في القسم النظري للدراسة وكذا الإجابة عن التساؤلات المطروحة في الدراسة إضافة إلى تحليل المحتوى من حيث الشكل و هذا ما سنعينا إليه في هذا الفصل من خلال مقارنة موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) والموقع الإلكتروني لجريدة النهار، واستخلاصا لهذه الدراسة يكون عرض موجز لأهم النتائج المتحصل عليها حول الدراسة المدروسة.

### لمحة عن جريدة النهار:

هي جريدة يومية جزائرية مستقلة تصدر عن شركة الأثير للصحافة في حيدرة بالجزائر العاصمة صدرت عام 2007، تعتبر هذه الجريدة أول يومية إخبارية مستقلة في الجزائر تصدر عن صحافيين لم يعملوا في الصحافة الحكومية من قبل، كما أنها لا تنتمي لأي حزب سياسي، يدير هذه الجريدة أنيس رحماني الذي كان قد اشتغل من قبل مدير تحرير جريدة الشروق اليومي ثم تسحب جريدة النهار الجديد في أربع مطابع وهي الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، ورقلة، يصل سحبها اليومي إلى 400 ألف نسخة وتضم الجريدة العديد من الصحفيين الذين يعتبرون من أعمدة الجريدة.

## عرض و تحليل البيانات الميدانية:

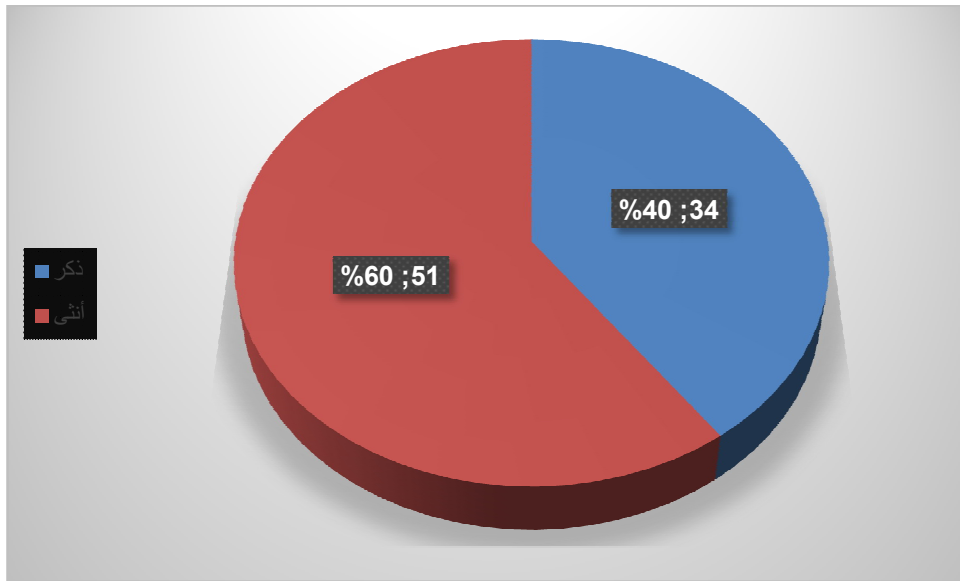
- كما نعلم أن هذه الدراسة تتناول موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة، مع التطبيق على عينة بلغ حجمها (85) طالب جامعي بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، و بناءا على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، و البيانات التي تم جمعها و تحليلها، سيتم عرض أهم النتائج و تفسيرها و مناقشتها في ضوء الإطار النظري للبحث و الدراسة السابقة.

### - البيانات الشخصية :

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
40,0%	34	ذكر
60,0%	51	أنثى
100,0%	85	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (85) مفردة، نلاحظ أن (34) مفردة يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 40%، أما حجم الإناث فقد بلغ 51 أنثى بنسبة قدرت بـ 60%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (1)، و هذا التفاوت يعكس التوزيع لمجتمع العينة فحسب.

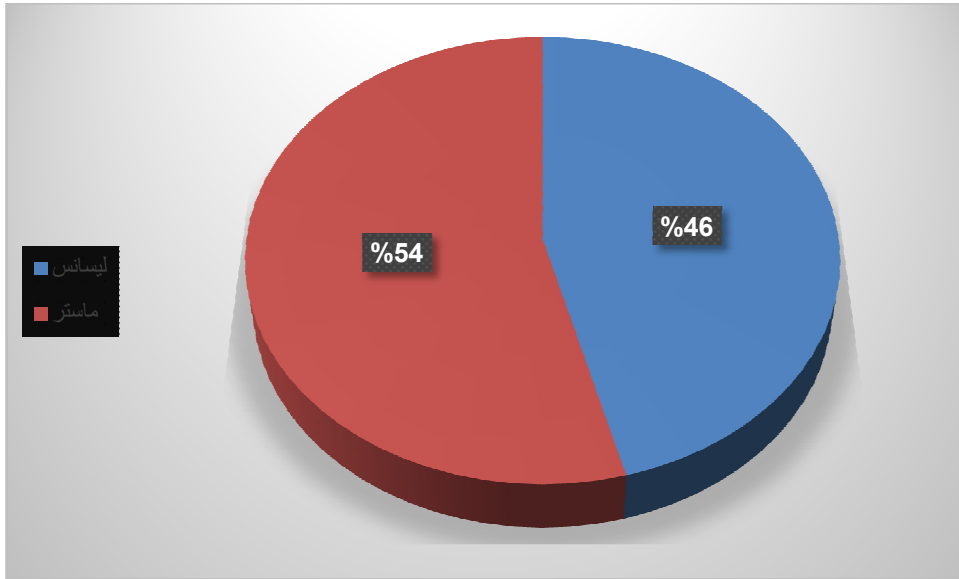


الشكل رقم (2) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجدول رقم (2) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل
45,9%	39	ليسانس
54,1%	46	ماستر
00%	00	ما بعد التدرج
100%	85	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 85 مفردة ، نلاحظ أن 39 مفردة لديهم مستوى ليسانس بنسبة بلغت 45,9%، في حين أن الذين لديهم مستوى ماستر فقد بلغ عددهم (46) مفردة بنسبة 54,1%، أما الذين لديهم مستوى ما بعد التدرج فقد بلغ عددهم 00 مفردة ، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (2).

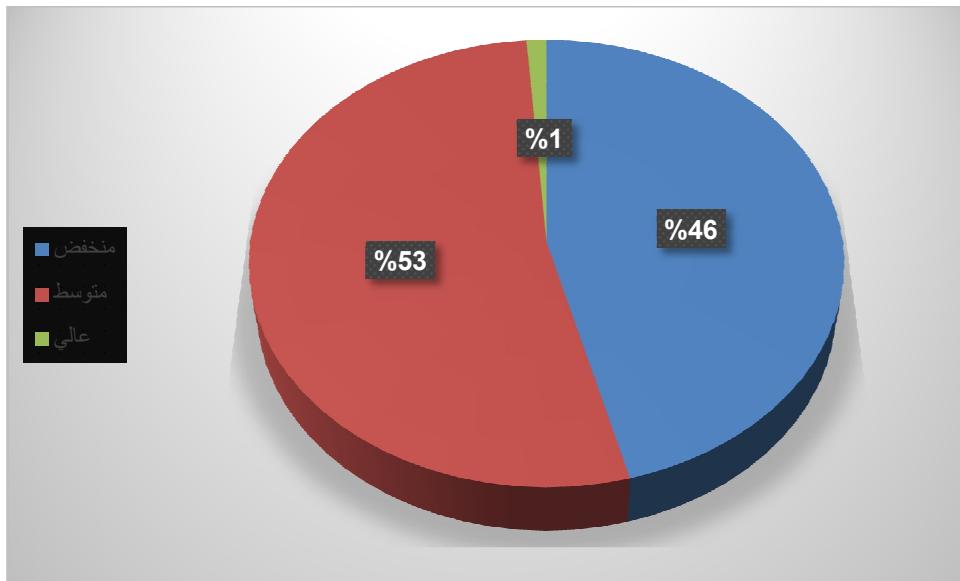


الشكل رقم (3) : يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل .

النسبة المئوية	التكرارات	مستوى الدخل
45,9%	39	منخفض
52,9%	45	متوسط
1,2%	1	عالي
100%	85	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 85 مفردة ، نلاحظ أن 39 مفردة، لديهم مستوى دخل منخفض بنسبة بلغت 45,9%، في حين أن الذين لديهم مستوى دخل متوسط فقد بلغ عددهم (45) مفردة بنسبة 52,9%، أما الذين لديهم مستوى عالي فقد بلغ عددهم 01 مفردة بنسبة مئوية بلغت 1,2% وهذا ما يوضحه الشكل رقم (03).



الشكل رقم (3): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى الدخل.

## 1/ المحور الأول: عادات وأنماط استخدام جمهور الصحافة لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" الخاص بجريدة النهار.

الجدول رقم (4) : يبين الموقع المفضل لدى أفراد العينة لتصفح أخبار جريدة النهار (الموقع الإلكتروني أو الموقع الاجتماعي)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	27,200 <sup>a</sup>	2	-11,3	28,3	20,0%	17	الموقع الإلكتروني
				22,7	28,3	60,0%	51	موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"
				-11,3	28,3	20,0%	17	الاثنين معا
				////		100%	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (4) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) والذي نص على "أي الموقعين تفضل لتصفح أخبار جريدة النهار؟" بالبديل" (الموقع الإلكتروني) وقد بلغ عددهم (17) مفردة بنسبة مئوية بلغت 20,0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" " فبلغ عددهم (51) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20% فتمثل المجموعة الثالثة (الاثنين معا) الذين بلغ عددهم (17) مفردة، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 27,200<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً

بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية(موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك ")، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال ما لاحظناها من هذه الإحصائيات نستنتج أن ارتفاع نسبة متصفح جريدة النهار عن طريق الموقع الاجتماعي (الفيس بوك) على حساب الموقع الإلكتروني بنسبة 60% ، بالإضافة إلى متصفح الموقعين معا بنسبة 20%. وهذا يدل على أن أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيس بوك أكثر من استخدامهم للموقع الإلكتروني ، و ذلك للانتشار الهائل لهذا الموقع في أوساط المجتمع الجزائري خاصة لدى فئة الشباب.

### الجدول رقم (5) : يبين مدى تطلع أفراد العينة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لجريدة النهار

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوق والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	72,941 <sup>a</sup>	2	-23,3	28,3	5,9%	5	دائما
				36,7	28,3	76,5%	65	أحيانا
				-13,3	28,3	17,6%	15	نادرا
				////		100%	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (5) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) والذي نص على " هل تتطلع على صفحة الموقع الاجتماعي (فيس بوك ) لجريدة النهار؟" بالبديل " (دائما) وقد بلغ عددهم (5) مفردة بنسبة مئوية بلغت 5,9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (65) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 76,5%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 17,6% فتمثل المجموعة الثالثة (نادرا) الذين بلغ عددهم (15) مفردة ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 72,941<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائيا

عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (أحياناً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و يرجع ذلك إلى انشغال الطلبة و هم عينة الدراسة بالأعمال الموجهة من طرف الأساتذة، و دخولهم للمواقع الخاصة بجريدة النهار للتطلع على آخر الأخبار فقط.

### الجدول رقم (6) : يبين الأوقات المفضلة لأفراد العينة لدخول هذه المواقع

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 3
دال عند مستوى 0.01	0,000	18,953 <sup>a</sup>	3	0,8	21,3	%25,9	22	صباحا
				-16,3	21,3	%5,9	5	في الظهيرة
				10,8	21,3	%37,6	32	مساء
				4,8	21,3	%30,6	26	ليلا
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم 06 أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3) والذي نص على "ما هو الوقت المفضل لديك لدخول هذا الموقع"؟ قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "صباحا" حيث بلغ عددهم (22) مفردة بنسبة مئوية بلغت 25,9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "في الظهيرة" فبلغ عددهم (5) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 5,9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 37,6%، فتمثل المجموعة الثالثة والتي تمثل البديل "مساء" والذين بلغ عددهم (32) مفردة ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 30,6% فتمثل المجموعة الرابعة (ليلا) وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 18,953<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن

هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الثالثة البديل (مساء)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و نستنتج من خلال هذه القراءة أن الوقت المفضل لتصفح الطلبة الجامعيين و هم عينة الدراسة لهذه المواقع هي الفترة المسائية بنسبة 32%، تليها الفترة الليلية بنسبة 26%، و يبدووا هذا منطقياً حيث أن الفترة المسائية و الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها الطلبة للانترنت أي بعد تفرغهم من الدراسة.

الجدول رقم (7) : يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في تصفح أخبار الجريدة عن طريق هذه المواقع

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	72,447 <sup>a</sup>	2	35,7	28,3	%75,3	64	أقل من ساعة
				-9,3	28,3	%22,4	19	من ساعة الى ساعتين
				-26,3	28,3	%2,4	2	أكثر من ساعتين
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (7) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) فقد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) والذي نص على: ما هو عدد الساعات التي تقضيها في متابعتك للموقع؟ "بالبديل" (أقل من ساعة) وقد بلغ عددهم (64) مفردة بنسبة مئوية بلغت %75,3، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من ساعة إلى ساعتين" فبلغ عددهم (19) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ %22,4، في حين نلاحظ أن ما نسبته %2,4 فتمثل المجموعة الثالثة (أكثر من ساعتين) الذين بلغ عددهم (2) مفردة، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 72,941<sup>a</sup> وهي قيمة

دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى (أقل من ساعة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و جاءت أكبر نسبة هي إختيار البديل رقم 01 أي "أقل من ساعة" و ذلك كون أن عملية التصفح عن طريق هذه المواقع لا تحتاج إلى وقت كبير، إذ غالباً ما تمتاز المواضيع التي نجدها بالاختصار و الإيجاز .

الجدول رقم (8): يبين الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة في تصفح هذه المواقع

القرار	مستوى الدلالة	قيمة $K^2$	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	17,894 <sup>a</sup>		-19,5	42,5	%27,1	23	الحاسوب الشخصي
				19,5	42,5	%72,9	62	الهاتف النقال
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (8) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (5) والذي نص على: ما هي الوسيلة التي تستخدمها للاطلاع على هذا الموقع "بالبديل" (الحاسوب الشخصي) وقد بلغ عددهم (23) مفردة بنسبة مئوية بلغت **27,1%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الهاتف النقال" فبلغ عددهم (62) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ **72,9%**، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ( $K^2$ ) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 17,894<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى (الهاتف النقال)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%، مما يدل على التطور التكنولوجي الذي نعيشه، و انتشار أجهزة الهاتف النقال التي تتيح لمستخدميها

تصفح الانترنت بكل سهولة، و بتكلفة منخفضة نوعا ما، و كذلك تدل هذه النتيجة على أن الفرد في المجتمع المعلوماتي و في ظل تغلغل تقنيات الاتصال و المعلومات في بنية الحياة الاجتماعية أصبح يميل إلى نوع من الخصوصية في استخدام هذه التقنيات.

الجدول رقم (9) : يبين منذ متى و أفراد العينة يتصفحون أخبار جريدة النهار عن طريق هذه

### المواقع

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
غير دال إحصائياً	,562	1,153 <sup>a</sup>	2	,7	28,3	%34,1	29	أقل من سنة
				-4,3	28,3	%28,2	24	منذ سنة
				3,7	28,3	%37,6	32	أكثر من سنة
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (9) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (6) والذي نص على منذ متى وأنت تطلع على هذا الموقع؟ " بالبدل" (أقل من سنة) وقد بلغ عددهم (29) مفردة بنسبة مئوية بلغت %34,1، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل "منذ سنة" فبلغ عددهم (24) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ %28,2، في حين نلاحظ أن ما نسبته %37,6 فتمثل المجموعة الثالثة (أكثر من سنة) الذين بلغ عددهم (32) مفردة، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 1,153<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

ويعود هذا إلى أن هذه المواقع انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة وعم استخدامها في أوساط المجتمعات .

## 2/ المحور الثاني: دوافع وأسباب التعرض للموقع الاجتماعي الخاص بجريدة النهار .

الجدول رقم (10) : يبين دوافع استخدام أفراد العينة لهذه المواقع

الفرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	,000	115,05 9 <sup>a</sup>	4	37,0	17,0	% 63,5	54	الاطلاع على آخر الأخبار
				-17,0	17,0	00	00	التعليق على المنشورات
				-15,0	17,0	%2,4	2	التفاعل وتبادل الأفكار والآراء
				-8,0	17,0	%10,6	9	تلبية الحاجات المعرفية
				3,0	17,0	%23,5	20	الاستمتاع والترفيه
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (10) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (7) والذي نص: "ما دوافع استخدامك لهذه الصفحة؟" "بالبديل" (الاطلاع على آخر الأخبار) وقد بلغ عددهم (54) بنسبة مئوية بلغت **63,5%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التعليق على المنشورات" فبلغ عددهم (00) مفردة ، في حين نلاحظ أن ما نسبته

2,4% فتمثل المجموعة الثالثة (التفاعل وتبادل الأفكار والآراء) الذين بلغ عددهم (2) مفردة ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تلبية الحاجات المعرفية" فبلغ عددهم (9) مفردات بنسبة مئوية بلغت 10,6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الاستمتاع والترفيه" فبلغ عددهم (20) مفردة بنسبة مئوية بلغت 23,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 115,05 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الأولى (الاطلاع على آخر الأخبار) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و هذا ربما يعود إلى أن المبحوثين يميلون إلى استخدام هذه المواقع بدافع التعرف على الأخبار و الأحداث الجديدة أكثر من استخدامهم لغايات ترفيهية، إذ ما أخذنا في الاعتبار أيضاً أن هذه المواقع هي في طبيعتها هي مواقع إخبارية بالدرجة الأولى.

الجدول رقم (11): يبين أسباب قراءة أفراد العينة لجريدة النهار عن طريق هذه المواقع.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,004	13,118 <sup>a</sup>	3	6,8	21,3	32,9%	28	تعد بديلاً عن الصحف الورقية
				2,8	21,3	28,2%	24	لا تكلف الكثير من المال والجهد
				-14,3	21,3	8,2%	7	مسايرة تكنولوجيا العصر
				4,8	21,3	30,6%	26	صدورها آني وسريع
				////		100%	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08) والذي نص على: "ما أسباب قراءتك لجريدة النهار عن طريق هذا الموقع؟" قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعد بديلا عن الصحف الورقية" حيث بلغ عددهم (28) مفردة بنسبة مئوية بلغت 32,9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا تكلف الكثير من المال والجهد" فبلغ عددهم (24) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 28,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 8,2%، فتمثل المجموعة الثالثة والتي تمثل البديل "مسايرة تكنولوجيا العصر" والذين بلغ عددهم (7) مفردات ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 30,6% فتمثل المجموعة الرابعة (صدورها آني وسريع) والذين بلغ عددهم (26) مفردة ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 13,118<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الأولى البديل (تعد بديلا عن الصحف الورقية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و ما نلاحظه هنا أن النسب كانت متقاربة بين ثلاث بدائل هي: تعد بديلا عن الصحف الورقية، لا تكلف الكثير من المال و الجهد ، صدورها آني و سريع.و بالتالي يمكن اعتبار هذه البدائل بمثابة أبرز خصائص للمواقع الإخبارية.

الجدول رقم (12): يبين المواضيع التي يفضل أفراد العينة متبعتها عن طريق هذه الواقع

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	75,729 <sup>a</sup>	5	-14,2	14,2	00	00	سياسية
				-14,2	14,2	00	00	اقتصادية
				24,8	14,2	%45,9	39	اجتماعية
				-4,2	14,2	%11,8	10	دينية
				5,8	14,2	%23,5	20	رياضية
				1,8	14,2	%18,8	16	ثقافية
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09) والذي نص على: "ما هي الموضوعات المفضلة التي تتابعها على هذا الموقع؟" قد انقسمت إلى ست (06) مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سياسية" حيث بلغ عددهم (00) مفردة بنسبة مئوية بلغت 00%، وهو نفس الشيء بالنسبة لمجموعة الثانية التي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اقتصادية" في حين نلاحظ أن ما نسبته 45,9%، فتمثل المجموعة الثالثة والتي تمثل البديل "الاجتماعية" والذين بلغ عددهم (39) مفردة ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 11,8% فتمثل المجموعة الرابعة (دينية) والذين بلغ عددهم (10) مفردات ، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرياضية" فبلغ عددهم (20) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 23,5%، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الثقافية" فبلغ عددهم (16)

بنسبة مئوية قدرت بـ 18,8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 75,729<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الست (06) لصالح المجموعة الثالثة البديل (الاجتماعية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و هذا ينعكس بالإيجاب على تعاطي العينة المدروسة المواضيع الاجتماعية بدرجة كبيرة.

الجدول رقم (13) :يبين تفاعل أفراد العينة من عدمه مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
غير دالة إحصائياً	,745	,106 <sup>a</sup>	1	1,5	42,5	%51,8	44	نعم
				-1,5	42,5	%48,2	41	لا
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) والذي نص على: هل تتفاعل مع المحتوى عند تصفحك للموقع؟ بالبديل " (نعم) وقد بلغ عددهم (44) مفردة بنسبة مئوية بلغت 51,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " فبلغ عددهم (41) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 48,2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 0,106<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين.

و يتضح من خلال هذه القراءة أن النتائج كانت متقاربة و هذا لاختلاف عينة الدراسة فمنهم من يفضل التفاعل مع المحتوى المنشور، و منهم من يكفي بتصفح الإخبار و هذا يعكس خاصية من خصائص هذه المواقع في ترك حرية التفاعل مع المضمون من عدمه للمتصفحين.

الجدول رقم (14): يبين كيفية تفاعل أفراد العينة من المتفاعلين مع المحتوى عند تصفحهم لموقع الجريدة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	56,545 <sup>a</sup>	3	1,0	11,0	% 14,1	12	التعليقات
				20,0	11,0	% 36,5	31	الإعجاب
				-10,0	11,0	% 1,2	1	المشاركة
				////		51,8%	44	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10-1) والذي نص على "إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك "" بالبدليل" (التعليقات) وقد بلغ عددهم (12) مفردة بنسبة مئوية بلغت 14,1 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل "" الإعجاب "" فبلغ عددهم (31) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 36,5 %، في حين نلاحظ أن ما نسبته 1.2% فتمثل المجموعة الثالثة (المشاركة) الذين بلغ عددهم (1) مفردة، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 56,545 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (الإعجاب)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و ربما يعود هذا الفرق لصالح البديل الإعجاب إلى أن أغلب المشورات هي عبارة عن أخبار و أحداث من أرض الواقع أي لا تحتاج إلى تغيير أو تعديل.

### 3/ المحور الثالث: الفروق الموجودة بين الموقعين الالكتروني والاجتماعي لجريدة النهار.

الجدول رقم (15) : يبين الموقع الأكثر جاذبية في رأي أفراد العينة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	12,812 <sup>a</sup>	1	-16,5	42,5	%30,6	26	الموقع الإلكتروني
				16,5	42,5	%69,4	59	موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (15) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) والذي نص على: في رأيك ما هو الموقع الأكثر جاذبية؟ "بالبديل" (الموقع الالكتروني) وقد بلغ عددهم (26) مفردة بنسبة مئوية بلغت %30,6، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك" فبلغ عددهم (59) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ %69,4، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 12,812 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α= 0.01)،

وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك )، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال هذا الفرق الواسع بين من يرون أن الموقع الاجتماعي هو الأكثر جاذبية و ذلك بنسبة 69% تقابلها نسبة 30% يرون العكس أي أن الموقع الإلكتروني هو الأكثر جاذبية، و هذا مرتبط بالسؤال رقم(01) في المحور الأول، أي أنه أكثر من 51 فرداً من عينة الدراسة يفضلون مشاهدة أخبار جريدة النهار عن طريق الموقع الاجتماعي "الفيس بوك".

الجدول رقم (16): يبين أكثر شيء يشد انتباه أفراد العينة عند تصفحهم للموقع المفضل لديهم

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	49,576 <sup>a</sup>	2	-8,3	28,3	%23,5	20	التصميم
				29,7	28,3	%68,2	58	الأخبار
				-21,3	28,3	%8,2	7	المنتديات
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (16) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) والذي نص على "ما هو أكثر شيء يشد انتباهك في هذا الموقع؟" "بالبديل" (التصميم) وقد بلغ عددهم (20) مفردة بنسبة مئوية بلغت 23,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الأخبار" فبلغ عددهم (58) بنسبة مئوية قدرت بـ 68,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 8.2% فتمثل المجموعة الثالثة (المنتديات) الذين بلغ عددهم (7) مفردة، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 49,576 وهي قيمة دالة إحصائياً

عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (الأخبار)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. يتضح لنا من خلال هذه النسبة المرتفعة لصالح البديل "الأخبار" ، على أن موقعي جريدة النهار الإلكتروني و الاجتماعي يواكبان الأحداث و التطورات الوطنية و الإقليمية و العالمية .

الجدول رقم (17) :يبين الصفات المتوفرة في الموقعين حسب رأي أفراد العينة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	31,753 <sup>a</sup>	3	-1,3	21,3	%23,5	20	الوضوح والاتساق
				-20,3	21,3	%1,2	1	الدقة والتناسب
				6,8	21,3	%75.3	64	البساطة والسهولة
				14,8	21,3	00%	00	كلها متوفرة
				////		100%	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) والذي نص على "حسب رأيك هل تتوفر هذه الصفات في الموقعين؟" بالبديل " (الوضوح والاتساق) وقد بلغ عددهم (20) مفردة بنسبة مئوية بلغت 23,5 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " (الدقة والتناسب) " فبلغ عددهم (01) بنسبة مئوية قدرت ب 1,2، في حين نلاحظ أن ما نسبته 75,3% فتمثل المجموعة الثالثة ( البساطة والسهولة) الذين بلغ عددهم (64) مفردة ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " (كلها متوفرة)" فبلغ عددهم (00) ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم

اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 31,753<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الثانية (البساطة والسهولة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و ما لاحظناه من خلال إجابات الباحثين أن الموقعين الإلكتروني و الاجتماعي يتميزان بالبساطة و السهولة بدرجة كبيرة ، بالإضافة إلى الوضوح و الاتساق و يفتقدان عنصري الدقة و التناسب في مضامينهما .

**الجدول رقم (18): يبين الموقع الذي يساير التطورات الحاصلة من أحداث وطنية وعالمية (الإلكتروني أو الاجتماعي) حسب مفردات العينة**

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	14,412 <sup>a</sup>	1	-17,5	42,5	%29,4	25	الموقع الإلكتروني لجريدة النهار
				17,5	42,5	%70,6	60	موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " لجريدة النهار
				////		%100	85	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (18) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) والذي نص على "في رأيك أي الموقعين يساير التطورات والأحداث الحاصلة من أخبار وأحداث وطنية وعالمية؟"؟"بالبديل" (الموقع الإلكتروني لجريدة النهار) وقد بلغ عددهم (25) مفردة بنسبة مئوية بلغت 29,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً" فبلغ عددهم (60) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 84,7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 14,412<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1.

الجدول رقم (19): يبين الموقع الذي يتفاعل من خلاله مفردات العينة مع محتوى جريدة النهار

(الموقع الإلكتروني أو الموقع الاجتماعي)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	40,953 <sup>a</sup>	1	-29,5	42,5	15,3%	13	الموقع الإلكتروني
				29,5	42,5	84,7%	72	مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً
				////		100%	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (19) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) والذي نص على ما هو الموقع الذي تتفاعل من خلاله مع محتوى جريدة النهار؟ "بالبديل" (الموقع الإلكتروني) وقد بلغ عددهم (13) مفردة بنسبة مئوية بلغت 15,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك" فبلغ عددهم (72) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 84,7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق

في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ **40,953<sup>a</sup>** وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.05$ )، وبالتالي يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يرجع ارتفاع نسبة إختيار أغلب أفراد العينة إلى استخدام موقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع محتوى الجريدة لأن هذا الموقع يتيح و بسهولة كبيرة فرصة التفاعل مع المضامين و المحتويات و هي ابرز ميزة من ميزاتة.

الجدول رقم (20): يوضح طبيعة المحتويات التي تثير تفاعل أفراد العينة على الموقع الذي

يفضلونه

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقوع والمشاهد	التكرار المتوقوع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	0,000	17,141 <sup>a</sup>	5	2,8	14,2	%20,0	17	- روبرتاجات
				3,8	14,2	%21,2	18	تقارير
				9,8	14,2	%28,2	24	أخبار صحفية
				-3,2	14,2	%12,9	11	مقالات
				-3,2	14,2	%12,9	11	تحقيقات
				-10,2	14,2	%4,7	4	أعمدة
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16) والذي نص على: ما طبيعة المحتويات التي تثير تفاعلك على هذا الموقع؟ قد انقسمت إلى ست (06) مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ريبورتاجات" حيث بلغ عددهم (17) مفردة بنسبة مئوية بلغت 20%، أما لمجموعة الثانية التي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "تقارير" والذين بلغ عددهم (18) مفردة، بنسبة مئوية بلغت 21,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 28,2%، فتمثل المجموعة الثالثة والتي تمثل البديل " أخبار صحفية" والذين بلغ عددهم (24) مفردة، في حين نلاحظ أن ما نسبته 11,8% فتمثل المجموعة الرابعة (مقالات) والذين بلغ عددهم (11) مفردة، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "تحقيقات" الذين بلغ عددهم (11) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 12,9%، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أعمدة" فبلغ عددهم (4) مفردات بنسبة مئوية قدرت بـ 4,7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كاس<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (5) قدرت بـ  $17,141^a$  وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ( $\alpha=0.01$ )، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الست (06) لصالح المجموعة الثالثة البديل (أخبار صحفية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و من الملاحظ ان اختيار البديل الثالث "أخبار صحفية" بنسبة 28% بالمقارنة بخمس بدائل أخرى هي نسبة مرتفعة نوعاً ما و هذا دال على أن أغلب أفراد العينة يهتمون بالأخبار الصحفية و يتفاعلون معها.

الجدول رقم (21): يبين وجود الاختلاف بين الموقعين (الإلكتروني والاجتماعي) من عدمه

حسب إجابات أفراد العينة.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	,003	8,576 <sup>a</sup>	1	13,5	42,5	%65,9	56	نعم
				-13,5	42,5	%34,1	29	لا
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) والذي نص على: حسب اعتقادك هل هناك اختلاف بين صفحة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) لجريدة النهار؟ "بالبدل" (نعم) وقد بلغ عددهم (56) مفردة بنسبة مئوية بلغت %65,9، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل "لا" فبلغ عددهم (29) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ %34,1، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 8,576<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى "البدل" (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو %99 مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ ارتفاع نسبة القائلين بان هناك اختلاف بين شكل الموقع الإلكتروني و الموقع الاجتماعي لجريدة النهار هو ما لحظناه نحن من خلال تحليلنا لشكلي الموقعين.

الجدول رقم (22): يبين أين يبرز الاختلاف حسب رأي أفراد العينة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقَّع والمشاهد	التكرار المتوقَّع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
دال عند مستوى 0.01	,001	13,857 <sup>a</sup>	2	9,3	18,7	%32,9	28	الشعار
				-12,7	18,7	7,1%	6	الألوان
				3,3	18,7	%25,9	22	الزوايا الثابتة
				////		65,9%	56	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (22) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1-17) والذي نص على إذا كانت الإجابة (نعم) فيما يبرز هذا الاختلاف؟ "بالبديل" (الشعار) وقد بلغ عددهم 28 مفردة بنسبة مئوية بلغت 32.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الألوان" فبلغ عددهم (6) مفردات بنسبة مئوية قدرت بـ 7,1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الزوايا الثابتة" فبلغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 13,857<sup>a</sup> وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي يوجد فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى (الشعار)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و نستنتج من خلال هذه القراءة أن هناك اختلاف واضح في الشعار و الزوايا الثابتة بين الموقعين الالكتروني و الاجتماعي لجريدة النهار من خلال إجابات المبحوثين و التي جاءت بنسب مرتفعة و متقاربة مقارنة بالبديل الثالث و هو الألوان.

الجدول رقم (23): يبين طبيعة المواضيع التي يعالجها الموقعين ( الإلكتروني والاجتماعي )  
لجريدة النهار

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
غير دال عند مستوى 0.01	0.000	179,776a	5	0,8	14,2	%17,6	15	اجتماعية
				-9,2	14,2	%5,9	5	ثقافية
				-10,2	14,2	%4,7	4	اقتصادية
				-12,2	14,2	%2,4	2	رياضية
				-14,2	14,2	%0	0	دينية
				44,8	14,2	%69,4	59	مواضيع متنوعة
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم(23) أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18) والذي نص على: على ما طبيعة المحتويات التي تشير تفاعلك على هذا الموقع؟ قد انقسمت إلى ست (06) مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اجتماعية" حيث بلغ عددهم (15) مفردة بنسبة مئوية بلغت %17,6، أما لمجموعة الثانية التي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ثقافية" والذين بلغ عددهم (5) مفردات ، بنسبة مئوية بلغت .%5,9، في حين نلاحظ أن ما نسبته %4,7، فتمثل المجموعة الثالثة والتي تمثل البديل "اقتصادية" والذين بلغ عددهم (4)

مفردات ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 2,4% فتمثل المجموعة الرابعة (رياضية) والذين بلغ عددهم (2)، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "دينية" الذين بلغ عددهم (00) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 00%، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مواضيع متنوعة" فبلغ عددهم (59) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 69,4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (5) قدرت بـ 179,776a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الست (06) لصالح المجموعة الثالثة البديل (مواضيع متنوعة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و يتبين من خلال هذا التحليل أن موقعي النهار الإلكتروني و الاجتماعي يقدمان مادة إخبارية متنوعة "سياسية ، دينية، رياضية، إقتصادية، ثقافية، اجتماعية..." و غيرها تجعلها من المواقع التي تحظى بالقبول و الرضا من شرائح المجتمع .

الجدول رقم (24) : يبين إذا كانت المواضيع التي يعالجها الموقعين هي نفسها التي تعالجها

النسخة الورقية لجريدة النهار حسب رأي أفراد العينة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K <sup>2</sup>	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم
غير دال عند مستوى 0.05	,914	,012 <sup>a</sup>	1	-,5	42,5	%49,4	42	نعم
				,5	42,5	%50,6	43	لا
				////		%100	85	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (24) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (85) مفردة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) والذي نص على "في رأيك هل المواضيع التي يعالجها الموقعين هي نفسها التي

تعالجها النسخة الورقية؟ بالبديل (نعم) وقد بلغ عددهم (42) مفردة بنسبة مئوية بلغت 49,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" فبلغ عددهم (43) مفردة بنسبة مئوية قدرت بـ 50,6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك<sup>2</sup>) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 0,012<sup>a</sup> وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعتين، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

و نلاحظ من خلال هذه القراءة أن النسب كانت متقاربة بين البديلين، و ذلك لكون الموقع الإلكتروني لجريدة النهار يعالج نفس المواضيع التي تعالجها النسخة الورقية، بينما الموقع الاجتماعي "الفييس بوك" فهو مخصص لمؤسسة النهار ككل "الجريدة الورقية + القناة التلفزيونية.

الجدول رقم (25) : يوضح عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة في متابعة الموقع مع الوسيلة التي يستخدمها في ذلك .

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	المجموع	س 5:		السؤال رقم 4 تبعا للسؤال رقم 5
					الحاسوب الشخصي	الهاتف النقال	
دال إحصائية	0,014	8,513 <sup>a</sup>	2	64	51	13	اقل من ساعة
				19	09	10	من ساعة إلى ساعتين
				02	02	00	أكثر من ساعتين
				85	62	23	الإجمالي

س 4: ما هو عدد الساعات التي تقضيها في متابعتك للموقع؟

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4) والمتعلق ب: ما هو عدد الساعات التي تقضيها في متابعة للموقع ؟ والسؤال رقم (5) والمتعلق ب: ما هي الوسيلة التي تستخدمها للإطلاع على هذا الموقع ؟

حيث جاءت الإجابات حسب الترتيب التصاعدي حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (أقل من ساعة) ب: 64 تكرار، وفي المرتبة الثانية (من ساعة إلى ساعتين) ب: 19 تكرار، أما في المرتبة الثالثة فقد كانت للبديل (أكثر من ساعتين) ب: 2 تكرار ، وبالنسبة للعلاقة بين عدد الساعات والوسيلة جاء في المرتبة الأولى الهاتف النقال بتوقيت استخدام (أقل من ساعة) في المرتبة الأولى ب (64) تكرار، وفي المرتبة الثانية للحاسوب الشخصي بتوقيت استخدام أقل من ساعة ب 13 تكرار، وفي المرتبة الثالثة جاء الحاسوب الشخصي بتوقيت استخدام قدر ب من ساعة إلى ساعتين بمجموع تكرار قدر ب: 10 تكرارات ، وحل في المرتبة الرابعة الحاسوب الشخصي بتوقيت استخدام قدر ب من ساعة إلى ساعتين بمجموع تكرار قدر ب 9 تكرارات. وحل في المرتبة الخامسة الهاتف النقال بتوقيت استخدام أكثر من ساعتين بمجموع تكرار قدر ب (02) وجاء في المرتبة الأخيرة الحاسوب الشخصي بتوقيت استخدام أكثر من ساعتين ب 00 تكرار، إلا أن الفرق جاء لصالح الهاتف النقال بتوقيت استخدام أقل من ساعة وهذا ما دلت عليه قيمة (كا<sup>2</sup>) والتي بلغت 8,513 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الفا (0.01)، وهذا معناه أنه توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4 و 5 ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% .

وما نستنتجه من خلال هذه القراءة الإحصائية أن اغلب أفراد العينة المبحوثة يقضون أقل من ساعة في الاطلاع على الموقع المفضل وذلك باستخدام الهاتف النقال بسهولة استخدامه وحمله وتواجده مع الفرد في كل مكان .

الجدول رقم (26) : جدول يبين طبيعة المواضيع التي تثير تفاعل أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	المجموع	الجنس		السؤال رقم (7) تبعا للجنس
					أنثى	ذكر	
غير دال إحصائيا	0,389	3,017 <sup>a</sup>	3	54	31	23	الاطلاع على آخر الأخبار
				2	1	1	التفاعل وتبادل الأفكار والآراء
				9	4	5	تلبية الحاجات المعرفية
				20	15	5	الاستمتاع والترفيه
				85	51	34	الإجمالي

س 7: ما دوافع استخدامك لهذا الموقع؟

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (7) والمتعلق ب: ما دوافع استخدامك لهذه الصفحة ؟ تبعا لمتغير الجنس (ذكر / أنثى).

والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (الاطلاع على آخر الأخبار) ب: 54 تكرار، وفي المرتبة الثانية (الاستمتاع والترفيه) ب: 20 تكرار ، وفي المرتبة الثالثة (تلبية الحاجات المعرفية) ، أما في المرتبة الرابعة فجاء البديل (التفاعل وتبادل الأفكار والآراء) ، وبالنسبة لعينة الذكور حل البديل (الاطلاع على آخر الأخبار)، في المرتبة الأولى ب: 23 تكرار ، وفي المرتبة الثانية على التوالي البديل: (تلبية الحاجات المعرفية) و البديل (الاستمتاع والترفيه) ب: 5 تكرارات لكل بديل ، أما في المرتبة الأخيرة فجاء البديل (التفاعل وتبادل الأفكار والآراء)، أما بالنسبة للإناث فقد حل البديل (الاطلاع على آخر الأخبار) في المرتبة الأولى ب: 31 تكرار، وفي المرتبة الثانية البديل (الاستمتاع والترفيه) ب: 15 تكرار ، أما في المرتبة الثالثة فقد حل البديل (تلبية الحاجات المعرفية) ب: 4 تكرارات ، وفي المرتبة الرابعة البديل (التفاعل وتبادل الأفكار والآراء) ب: 1 تكرار، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح

في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال إلا أن هناك تقارب واضح بين إجابات الجنسين وهذا ما دلت عليه قيمة (ك<sup>2</sup>) والتي بلغت **0,389** وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15) تبعاً لمتغير الجنس، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

مما يدل على أن معظم أفراد العينة من الإناث يفضلون تصفح هذه المواقع بدافع الاطلاع على آخر الأخبار، وهو الحال نفسه مع فئة الذكور.

### الجدول رقم (27) : جدول يبين الموقع أكثر جاذبية لأفراد العينة باختلاف الجنس

القرار	مستوى الدلالة	Chi-Square	درجة الحرية	المجموع	الجنس		السؤال رقم (11) تبعا للجنس
					أنثى	ذكر	
غير دال إحصائياً	0,410	0,264 <sup>a</sup>	1	26	17	09	الموقع الإلكتروني
				59	34	25	موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك)
				85	51	34	الإجمالي

س 11 : في رأيك ما هو الموقع الأكثر جاذبية؟

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11) والمتعلق ب : في رأيك ما هو الموقع الأكثر جاذبية؟ تبعا لمتغير الجنس (ذكر / أنثى).

والتي جاءت حسب الترتيب التصاعدي، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) ب 59 تكرار، وفي المرتبة الثانية (الموقع الإلكتروني) ب 26 تكرار، وبالنسبة لعينة الذكور حل البديل موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في المرتبة الأولى ب: 25 تكرار ، وفي المرتبة الثانية البديل (الموقع الإلكتروني) ب : 09 تكرارات، أما بالنسبة للإناث فقد حل البديل موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في المرتبة الأولى ب: 34 تكرار، وفي المرتبة الثانية البديل (الموقع الإلكتروني) ب: 17 تكرار ، وبالرغم من هذا التفاوت الواضح في عدد التكرارات بالنسبة لبدائل هذا السؤال إلا أن هناك

تقارب واضح بين إجابات الجنسين وهذا ما دلت عليه قيمة ( $K^2$ ) والتي بلغت **0,410** وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الفا (0.05)، وهذا معناه أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11) تبعاً لمتغير الجنس ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

ومن خلال هذا التحليل نلاحظ أن موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) هو الأكثر جاذبية بالنسبة للإناث أو الذكور من أفراد العينة المدروسة وذلك بـ (59) تكرار من أصل (85) مفردة .

2 / المقارنة بين شكل الموقع الالكتروني وشكل موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لجريدة النهار والتعليق عليها.

المقدمة:

هذا الفصل يتضمن تحليل مفردات عينة الدراسة "المقارنة بين الموقع الالكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) لجريدة النهار من حيث الشكل وذلك من خلال التعرف على نقاط التشابه والاختلاف بينهما.

جدول رقم (28): مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي

(موقع اللافتة أو الاسم).

مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
1	موقع اللافتة أو الاسم	موقع اللافتة أو الاسم	

### 1. موقع اللافتة في الموقع الالكتروني:

اللافتة هي تركيب لفظي أولا وبناء تيبوغرافي ثانيا ويقصد بها اسم الصحيفة أو الموقع، وتشتمل اللافتة على عدة عناصر تعبر عن الاسم بما يتضمنه من معان تعبيرية تعكس شخصية موقع الصحيفة وتبعاً لأهمية هذه اللافتات نرى أن العديد من المواقع تسعى إلى تلوين لافتاتها حتى تحقق تميزاً أكبر في جانب الشكل إضافة إلى التعبير عن مسميات بعض الصحف لكي ترسخ في أذهان القراء من خلال ما تظهر به من ألوان ونوع الخط المستخدم في كتابة اللافتة.

وتتفاوت المواقع فيما بينها في المكان الذي تضع فيه اللافتة أو اسم الصحيفة فبعضها يضع اللافتة في منتصف أعلى رأس الصفحة وبعضها الآخر يقوم بوضعها على اليمين أو الشمال من ذلك الموضع المعتاد ، كما تتفاوت الصحف في حجم اللافتة والمساحة التي تحتلها ولون الحروف المستخدمة.

وتحتل اللافتة في الموقع الإلكتروني لجريدة النهار الجديد موقعا ظاهرا في رأس الصفحة من اليمين ويتميز بخطه العربي ولونه الأسود البارز مفرغ داخل مساحة بيضاء عريض نسبيا يمثل طوله حوالي ربع عرض الصفحة من اليمين إلى اليسار ، أما باقي المساحة أي ثلاث أرباع المستطيل فتخصص عادة للإعلان عن صفحة الفيسبوك.

## 2. موقع اللافتة في الموقع الاجتماعي (الفيسبوك)

تحتل اللافتة في موقع التواصل الاجتماعي الخاص بجريدة النهار الزاوية العلوية اليمنى من الصفحة وتتميز بلونها الأبيض داخل مستطيل أزرق داكن على يساره مربع برتقالي صغير يحتوي على حرفي (TV) بلون أبيض، وهذا لأن الموقع مخصص لجمهور مؤسسة النهار ككل من قراء ومتصفححي الجريدة وكذا مشاهدي القناة التلفزيونية.

## 3. الاتفاق والاختلاف:

يتفق موقعا النهار الإلكتروني والاجتماعي في كلمة النهار باللغة العربية اسما للافتتهما ، وأيضا نوع الخط المستخدم وهو الخط الكوفي ،بينما يختلفان في لون الخط حيث اعتمد الموقع الإلكتروني على كتابة اللافتة بخط أسود مع أرضية بيضاء كما كتب فوق حرف الهاء من كلمة النهار كلمة "الجديد" بحجم أصغر مرسوم عليها شمس بلون أحمر فاتح ووضعت النقطة على وحروف النون على نفس اللافتة (النهار) على شكل كرة أرضية بحجم صغير، وهي ترمز على أن الأخبار التي يتم نشرها عبر هذا الموقع تتعلق بكل ما يجري في الساحة العالمية من أخبار وأحداث مختلفة، وهذه اللافتة هي نفسها المعتمد عليها في النسخة الورقية للجريدة ، على عكس الموقع الاجتماعي "الفيسبوك" والذي كتبت فيه اللافتة بالخط الأبيض مع مساحة زرقاء وهي اللافتة المعتمد عليها في القناة التلفزيونية.

2- جدول رقم (29) : مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي

(موقع الشعار ومعالجة الجرافيك)

أوجه الاختلاف	أوجه التشابه	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني
		موقع الشعار ومعالجة الجرافيك واللون المستخدم	2 موقع الشعار ومعالجة الجرافيك واللون المستخدم

1. موقع الشعار (اللوگو) ومعالجة الجرافيك واللون المستخدم في الموقع الالكتروني :

تتم بعض الصحف بوضع الشعار في رأس الصفحة الأولى وباقي الصفحات الأخرى لكي يكون له مدلول معين بالنسبة للبلد الذي تصدر فيه الصحيفة أو الحزب الذي تنطلق بإسمه وهو الحال بالنسبة للموقع الالكتروني لجريدة النهار التي اختارت لشعارها "يومية إخبارية وطنية ennahar journal" مكانا أسفل اللافتة ، حيث استخدم المصمم تقنية الكمبيوتر في كتابة الشعار مع أرضية بيضاء وهي نفسها التي وضعت عليها اللافتة وقد استخدم المخرج اللغتين العربية والفرنسية في كتابة الشعار فجاءت عبارة "يومية اخبارية وطنية" باللغة العربية وبلون أحمر تقابلها عبارة "ennahar journal" باللغة الفرنسية بلون أسود في نفس السطر، وما يلاحظ على هذا الشعار صغر حجمه وضيق سطره.

2. موقع الشعار (اللوگو) و معالجة الجرافيك واللون المستخدم في الموقع الاجتماعي

تلجأ بعض الصحف إلى إضافة جملة قصيرة تكون بمثابة شعار لفظي يضم إلى اللافتة وقد تكون هذه الجملة تعبيراً عن سياسة الجريدة أو حكمة أو بيت شعري أو غير ذلك، تتخذها الجريدة شعاراً لها أو دعاية عن نفسها ومن ذلك عبارة (مع الحدث... حيثما كنتم) التي جاءت شعاراً لجريدة النهار في موقعها

الاجتماعي، وقد اعتمد المخرج في تصميم هذا الشعار على اللون الأزرق بتقنية الكمبيوتر في كتابة الخط ، مع خلفية بنية مشبكة بخطوط زرقاء سماوية فاتحة هذه الخلفية يشبه شكلها أحد أوجه الكرة الأرضية.

### 3.الاتفاق والاختلاف:

اتخذت اللافتة في موقعي النهار الإلكتروني والاجتماعي الشعار رمزا لها واتخذ كل من الشعار واللافتة الزاوية اليمنى العلوية في صفحة الموقعين, وكذا اتفقا في نوع الخط وهو استخدام تقنية الكمبيوتر في كتابتهما. أما الاختلاف فكان واضحا من خلال لون الخط المستخدم, ففي الموقع الإلكتروني اعتمد المخرج على اللونين الأسود والأحمر ، أما في الموقع الاجتماعي فجاء الشعار بلون أزرق كما اعتمد الموقع الإلكتروني على كتابة الشعار باللغة العربية تقابلها عبارة "ennahar journal" بالفرنسية , في حين اعتمد الموقع الاجتماعي على اللغة العربية فقط .

ثالث نقطة اختلف فيها الموقعان هي أن الشعار في الموقع الإلكتروني جاء أسفل اللافتة مفرغ على مساحة بيضاء ، في حين جاء شعار في الموقع الاجتماعي مصاحب للمستطيل الذي كتبت عليه اللافتة وجمع الاثنان داخل مربع (أي اللافتة والشعار).

### 3- جدول رقم(30): مفردات تحليل الشكل ي الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي . (العنق)

مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
3	العنق		

#### 1.العنق في الموقع الإلكتروني:

أولا: العنق هو عبارة عن شريط يقع تحت اللافتة ويخصص عادة للمعلومات والبيانات المتعلقة بها ، ويشكل العنق في الموقع الإلكتروني لجريدة النهار مستطيلا متوازيا مع مستطيل اللافتة والإعلان المرافق له,

ويتمدد العنق أفقياً على كامل عرض الصفحة الأولى وصفحات الموقع الأخرى، ويفصل رأس الصفحة عن بقية أجزاء الموقع ومفرغ على أرضية زرقاء.

ويشتمل هذا العنق على 8 عناوين هي على التوالي "الرئيسية - الوطني - الحدث - المجتمع - الاقتصاد - أخبار عربية - البث المباشر - العالم" وكتبت بأسلوب تقنيات الكمبيوتر يفصل بينها خط أبيض دقيق ، وبمجرد تحريك الفأرة والضغط على أي من هذه العناوين تفتح الصفحة بعناوين رئيسية وفرعية أخرى، ومواضيع عديدة مدعمة بالصور ومقاطع الفيديو كما نلاحظ أن هناك مساحة متبقية بيضاء على يسار شريط العنق بقدر مستطيلين اثنين من المستطيلات المخصصة للعناوين، على يسارها (أي في نهاية شريط العنق) كلمة بحث داخل مستطيل صغير، وذلك للبحث عن المواضيع الأخرى المراد اكتشافها بكتابتها على المساحة الفارغة والنقر على كلمة "بحث".

## 2. العنق في الموقع الاجتماعي :

يقع العنق في الموقع الاجتماعي أسفل شريط اللافتة والإعلان المصاحب له وأسفل شريط الشعار وبيانات استخدام التطبيق.

وقد كتبت عليه العناوين بلون رمادي مع خلفية بيضاء هذه العناوين هي " الصفحة الرئيسية - المنشورات - الصور - مقاطع الفيديو - حول".

## 3. نقاط الاتفاق والاختلاف:

يتشابه الموقعان في وضع العنق أسفل شريط اللافتة والشعار ويختلفان في عدد العناوين داخل العنق ، حيث تم توظيف 8 عناوين في الموقع الإلكتروني في حين تم توظيف 5 عناوين في الموقع الاجتماعي ويختلفان أيضاً في لون الخط والأرضية، فنجد الموقع الإلكتروني اعتمد على لون أسود قاتم مع أرضية زرقاء، أما موقع التواصل الاجتماعي فقد اعتمد على الخط الرمادي مفرغ على أرضية بيضاء.

#### 4- الجدول رقم (31): مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي

(العناوين)

مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
4	العناوين		

##### 1. العناوين في الموقع الالكتروني:

تؤدي العناوين مهمة الفصل بين الوحدات من خلال زيادة أحجام الحروف المستخدمة في بنائها مع ترك مساحة بيضاء تعلوها لتحقق جذب الانتباه إليها لتبدوا وحدتها مستقلة عن الوحدات الأخرى المكونة للصفحة و بالذات الوحدة المجاورة لها من الوضع الرأسي للفاصلة و هناك أنواع عدة من العناوين منها: عنوان ممتد على عمود واحد وآخر ممتد على عمودين، وعنوان يمتد على ثلاثة أعمدة وهناك عنوان يمتد على أكثر من ثلاثة أعمدة إضافة إلى عناوين الأبواب الثابتة .

وقد استخدم موقع النهار الالكتروني ، العنوان بحجم كبير وبارز وبلون أبيض مفرغ على مساحة سوداء في الصفحة الأولى أي المصاحب للأخبار الرئيسية ذلك أن حجم العنوان من عناصر التمييز التيبوغرافي الهامة للعناوين المنشورة على صفحات الموقع، فمن المتفق عليه أنه كلما زاد حجم العنوان زادت قوة جذبته لانتباه القارئ وإثارة اهتمامه.

أما باقي العناوين في الصفحات الأخرى للموقع فنلاحظ استخدام اللونين الأسود والأزرق مع أرضية بيضاء بشكل كبير واستخدم اللون الأحمر بشكل أقل وهذا في المواضيع الغير مألوفة والخطيرة كالحوادث.

##### 2. العناوين في الموقع الاجتماعي:

جاءت العناوين في صفحة الفيسبوك مصاحبة للصور ومقاطع الفيديو ، وقد كتبت بلون أسود مفرغ على أرضية بيضاء في غالب الأحيان كما تم توظيف العناوين الرئيسية فقط بشكل كبير أي دون اللجوء إلى العناوين الفرعية ، وقد بدت العناوين في هذا الموقع بشكل واضح وبسيط وامتازت بصغر حجمها لترى عين القارئ.

### 3.الاتفاق والاختلاف:

استخدم كلا الموقعين العناوين لتعبر عن المتون، كما بدت العناوين في كلا الموقعين واضحة وسهلة القراءة ، أما نقاط الاختلاف فتبرز من خلال حجم الخط حيث استخدم الموقع الالكتروني العناوين بحجم كبير نوعا ما، وبألوان مختلفة كالأسود والازرق والاحمر وحتى الأخضر ،أما الموقع الاجتماعي فقد ركز على استخدام اللونين الأسود والرمادي بشكل كبير كما أن العناوين بدت بحجم أقل من المستخدم في الموقع الالكتروني.

### 5.جدول رقم (32): مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني و الموقع الاجتماعي

(الصور)

مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
5	الصور	الصور	

### 1.الصور في الموقع الالكتروني:

تعد الصور من أهم العناصر الجرافيكية المستخدمة في بناء الوحدات الخاصة بالموقع ولعل أهمية الصورة ترتبط بقدرتها التأثيرية ومعانيها المهمة التي تحملها إلى متصفح الموقع، وذلك عند استخدامها مع المتون الصحفية حيث تؤدي الصورة دورا كبيرا في تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في المتون المنشورة التي ربما لا يمكن الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات والمعاني التحريرية فقط.

وقد اعتاد موقع النهار الالكتروني على توظيف جميع وسائط الاتصالات المستخدمة في الوسائط المتعددة من "نص مكتوب -صوت مسموع- صورة ثابتة أو متحركة- رسوم-جداول وفيديوهات" ويحرص المخرج دائما على عرض صورة فوتوغرافية ملونة ثابتة في جميع صفحات الموقع تقريبا تتعلق بالعناوين المنشورة وتستبدل عدة مرات في اليوم باستبدال المواضيع ذات الصلة ، وتختلف أحجام هاته الصور باختلاف أهمية الموضوع، فنجد الصورة الصغيرة التي تحتل مساحة عرض عمود واحد إلى عمودين، والصورة المتوسطة التي تحتل مساحة عرض من ثلاثة أعمدة إلى أربعة أعمدة ، والصورة الكبيرة تغطي مساحة عرض أكثر من

أربعة أعمدة، ويوجد هذا الحجم الأخير من الصور عادة في الصفحة الأولى من الموقع، أما الصورة المتوسطة و الصغيرة بُجدها في باقي صفحات الموقع باستثناء صورة النسخة الورقية المصورة بحجم صغير، والتي توضع على يسار الصفحة الأولى للموقع.

## 2. الصور في الموقع الاجتماعي:

لقد أصبح الفن الصحفي الحديث فنا بصريا يعتمد على الصور والرسوم والخرائط كما أصبحت الصورة تلعب دورا أساسيا في تحقيق أهداف الصحافة في عصر تسوده لغة بصرية جديدة.

وقد أفرد موقع النهار الاجتماعي مساحة لمجموعة من الصور التي تنشر في الجريدة الورقية، جاءت هذه الصور في شريط في وسط الصفحة الرئيسية وهي متساوية الحجم وملونة وتعبر عن مواضيع مختلفة.

أما الصور التي يتم نشرها في باقي صفحات الموقع فامتازت بكبر حجمها واتساع مساحتها

## 3. الاتفاق والاختلاف:

يتفق الموقعان الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار على أهمية الصورة في تعبيرها عن المضامين المنشورة لما تلعبه الصورة من دور بارز في ترسيخ الخبر أو الفكرة في ذهن القارئ، ويختلفان في عدد الصورة وحجمها وشكلها الهندسي الذي تظهر به هاته الصور حيث يعتمد الموقع الإلكتروني على جميع أشكال الصور(القطع المستطيل -القطع المربع -القطع البيضاوي أو الدائري) في حين يعتمد الموقع الاجتماعي على القطع المستطيل في غالب الأحيان كما يتم توظيف شكل المربع وهذا نادرا.

6- الجدول رقم(33).مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي

( أنواع الصور )

مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
6	أنواع الصور	أنواع الصور	

1.أنواع الصور في الموقع الالكتروني:

تشهد الصحافة الحديثة تدفقا في الصور والأخبار المصورة لا يقل عن التدفق في الكلمات لما تحمله الصورة من معاني تعبيرية لا يمكن الاستغناء عنها، وتتخذ الصورة المنشورة في كل صفحة من صفحات الموقع الالكتروني لجريدة النهار صبغتها من واقع المادة التحريرية التي تتضمنها تلك الصفحة فصفحة الأخبار المحلية تنشر فيها صور الأحداث المرتبطة بها، وكذلك الأمر بالنسبة للأخبار الدولية وأخبار الاقتصاد والثقافة والمرأة والشباب والرياضة وغيرها من المواضيع، كما تتنوع الصور في الموقع الالكتروني لجريدة النهار من حيث المضمون فنجد الصور الخبرية المستقلة وهي الصور التي تقدم خدمات إخبارية كاملة وغالبا ما تتسم بكبر مساحتها ونشرها في الصفحات الأولى من الموقع، وثاني نوع هو الصور الموضوعية هي التي تستخدم في بناء وحدة طباعية معينة بحيث تتصل بما تحمله هذه الوحدة من معنى، وتعبر عن لحظات وقوع الأحداث وانعكاساتها كالأخبار المتعلقة بالحوادث والحروب وغيرها، أما النوع الثالث من الصور فهو الصور الشخصية وهي التي تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية المنشورة وقد تحمل الصورة أكثر من شخصية واحدة وتتميز غالبا بصغر حجمها ونجد هذا النوع من الصور في موقع جريدة النهار الالكتروني في صفحة الأخبار الرياضية والفنية الغير مهمة.

## 2.أنواع الصور في الموقع الاجتماعي:

تعددت الصور وتنوعت استخداماتها في موقع التواصل الاجتماعي لجريدة النهار وفقا لتنوع المواضيع المنشورة ، حيث نلاحظ أن الصور التي يتم نشرها يوميا تعبر عن مواضيع مختلفة وتتعلق بجوانب متعددة في الحياة.

كما أفرد مصمم الموقع مكانا للصور في شريط العنق وبمجرد ضغط المتصفح على مفردة (صور) تفتح صفحة من البومات متنوعة فمثلا نجد صورة للإعلان الموجود على يسار اللافتة داخل مربع صغير كتب أسفلها صورة الغلاف وتندرج تحت هذه الصورة مجموعة من الصور الأخرى ، والأمر نفسه مع صور اليوميات التي جاءت أسفل مربع عليه صورة جماعية للمنتخب الوطني الجزائري، وجاءت صور الصفحة الشخصية داخل مربع يحمل اسم اللافتة وشعارها هذا بالإضافة إلى مجموعة أخرى من الألبومات المتنوعة منها التي جاءت (بلا عنوان) وأخرى جاءت بعنوانين الأخبار تم نشرها في هذا الموقع.

## 3.الاتفاق والاختلاف:

أنواع الصور في موقعي النهار الالكتروني والاجتماعي تكاد تكون متشابهة فقد حرص الموقعان على استخدام جميع أنواع الصور منها: الفوتوغرافية ، الصور الموضوعية، صور الأحداث والشخصيات والصور الرياضية وغيرها، لكنهما اختلفا في الأشكال التي وضعت عليها الصور ، كما نلاحظ الاختلاف أيضا في تخصيص صفحة للصور والألبومات في الموقع الاجتماعي في حين استغنى الموقع الالكتروني عن هذا الأمر .

## 7- الجدول رقم (34): مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني والموقع الاجتماعي

( الزوايا الثابتة )

مفردات تحليل الشكل في الموقع الالكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
الزوايا الثابتة	الزوايا الثابتة		

## 1. الزوايا الثابتة في الموقع الإلكتروني:

الزوايا الثابتة هي المواد التحريرية التي لها مكان ثابت في صفحات الموقع والتي تشتمل على معظم الصفحات الهامة المتمثلة في العنق ، وهي "الصفحة الرئيسية" والتي تتضمن عناوين و زوايا وأبواب متنوعة ، وصفحة "الوطني" ، والتي تعنى بكافة الأخبار الوطنية ، تليها صفحة "الحدث" وتركز هذه الصفحة على أهم الأحداث التي تشغل الساحة الوطنية والعالمية، صفحة المجتمع هي الصفحة الرابعة وتعنى بقضايا ومواضيع متعددة متعلقة بالمجتمع ، ونجد كل ما يتعلق بالمال والأعمال والتجارة في صفحة (الاقتصاد) ، أما صفحة الأخبار العربية) فتحظى بتغطية واسعة لأهم الأخبار في الوطن العربي من نواحي متفرقة، وفي الصفحة الموالية لها أي صفحة (البث المباشر) يجد متصفح الموقع نفسه أمام عدد من مقاطع الفيديو أي أخبار بالصوت والصورة، أما آخر صفحة في شريط العنق، فهي (العالم) ويقصدها المتصفحون والقراء لمعرفة أهم ما يدور في الساحة العالمية من أحداث ومواضيع ومتفرقات متنوعة ومن جوانب مختلفة كالرياضة والفن والصحة وغيرها.....

## 2. الزوايا الثابتة في موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك):

تتكون الزوايا الثابتة في صفحة موقع النهار الاجتماعي من عدة صفحات متنوعة تختلف فيما بينها من حيث الشكل والمضمون ، فمثلا عند الضغط على مفردة المنشورات في شريط العنق يجد القارئ نفسه أمام مجموعة من الصور والفيديوهات التي تتعلق بأخبار وأحداث يومية يتم نشرها عن طريق هذا الموقع ، أما في "صفحة" الصور فنجد مجموعة من الألبومات والصور وهي صور الصفحة الشخصية وصور الغلاف ، بالإضافة إلى صور اليوميات ومجموعة من الألبومات الأخرى التي تحتوي على أخبار مصورة تم نشرها من خلال هذا الموقع ، متبوعة بتعليقات الجمهور، وهناك صفحة تتحدث بالصوت والصورة وذلك عند الدخول إلى (مقاطع الفيديو) وهي مجموعة من الأخبار والأحداث المتفرقة التي تبث في شكل فيديوهات، أما صفحة (حول) فهي مخصصة لمجموعة من البيانات المتعلقة بالموقع الاجتماعي لهذه الجريدة أو القناة كتاريخ الصدور والوصف وجهة التحرير وغيرها، أم الصفحة الرئيسية وهي أول صفحة في شريط العنق فنجدها تضم جميع الوحدات من بيانات متعلقة بالموقع وصور للأحداث والمنشورات والفيديوهات المتبوعة بالتعليقات والإعجاب والمشاركة.

### 3.الاتفاق والاختلاف:

لقد اتفق القائمون على موقعي النهار الالكتروني والاجتماعي بتخصيص مساحات خاصة بالزوايا الثابتة وأفردت لها صفحات متنوعة ومتخصصة ، وبالرغم من الاختلاف في مضامينها إلا أنها تؤدي نفس الغرض من وجودها.

### 3/ النتائج العامة للدراسة:

#### 1- نتائج تحليل البيانات الميدانية :

- 1- اتضح من خلال الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" من استخدامهم للموقع الإلكتروني لجريدة النهار اليومية ، وذلك للانتشار الواسع لهذا الموقع في أوساط المجتمعات العربية بصفة عامة و المجتمع الجزائري بصفة خاصة.
- 2- كشفت الدراسة أن الوقت المفضل لأغلب أفراد العينة المدروسة لتصفح هذه المواقع هو الفترة المسائية و الليلية و ذلك بعد تفرغهم من الدراسة.
- 3- خلصت الدراسة أيضا إلى أن أغلبية أفراد العينة المبحوثة يقضون أقل من ساعة في الاطلاع على الموقع المفضل و ذلك باستخدام الهاتف النقال مما يدل على التطور التكنولوجي الذي نعيشه، و انتشار أجهزة الهاتف النقال التي تتيح لمستخدميها تصفح الأنترنت بكل سهولة.
- 4- كشفت الدراسة ان أغلبية أفراد العينة يميلون لاستخدام هذه المواقع بدافع التعرف على الأخبار و التطورات الجديدة و بالأخص المواضيع الاجتماعية، كون هذه المواقع هي مواقع إخبارية بالدرجة الأولى.
- 5- نستنتج أيضا من خلال هذه الدراسة أن أغلب أفراد العينة المبحوثة يرون أن الموقع الاجتماعي لجريدة النهار"الفيس بوك" هو الأكثر جاذبية مقارنة بالموقع الإلكتروني.
- 6- اتضح أيضا من خلال إجابات المبحوثين أن الموقعين الإلكتروني و الاجتماعي لجريدة النهار يواكبان الأحداث و التطورات الحاصلة في الساحة الوطنية، الإقليمية و العالمية.
- 7- كما تبين أن الموقعين يتميزان بالبساطة و السهولة بالإضافة إلى الوضوح و الاتساق في معالجة المواضيع و يفتقران عنصري الدقة و التناسب.
- 8- و قد كشفت الدراسة على أن هناك اختلاف ملحوظ بين الموقعين الإلكتروني و الاجتماعي لجريدة النهار، ويبرز هذا الاختلاف في الشعار و الزوايا الثابتة بشكل كبير.

9. كما تبين أن موقعي جريدة النهار الإلكتروني و الاجتماعي يقدمان مادة إخبارية متنوعة "سياسية،اجتماعية،اقتصادية،رياضية... وغيرها"،واتضح أيضا أن المواضيع التي يعالجها الموقع الإلكتروني هي نفسها الصادرة في النسخة الورقية، بينما الموقع الاجتماعي "الفيسبوك" فيعنى بالأخبار الصادرة في النسخة الورقية و القناة التلفزيونية "النهارTV" معا.

## 2- نتائج تحليل الشكل:

1. بينت النتائج أن موقعي النهار الإلكتروني والاجتماعي يتفقان في كلمة "النهار" اسما للافتتهما ،ويتفقان أيضا في نوع الخط وهو الخط الكوفي ، كما يتفقان في مكان اللافتة أي في الزاوية اليمنى العلوية للصفحة بينما يختلفان في لون الخط ومعالجة الجرافيك للافتة .
2. اتخذت اللافتة في موقعي النهار الإلكتروني والاجتماعي الشعار رمزا لها، واتخذ كل من الشعار واللافتة الزاوية اليمنى العلوية في صفحة الموقعين، وكذا اتفقا في نوع الخط وهو استخدام تقنية الكمبيوتر في كتابتهما واختلفا في لون الخط.
3. يختلف الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار في الشعار المستخدم حيث استخدم الموقع الإلكتروني عبارة "يومية إخبارية وطنية ennahar journal" شعارا لها ، في حين اعتمد الموقع الاجتماعي على عبارة "مع الحدث حيثما كنتم".
4. دلت النتائج أيضا على أن لافتة الموقع الإلكتروني لجريدة النهار هي نفسها المستخدمة في النسخة الورقية ، بينما اعتمد الموقع الاجتماعي "الفيسبوك" على لافتة القناة التلفزيونية لأن هذا الموقع خاص بمؤسسة النهار ككل من قراء الجريدة ومشاهدي القناة التلفزيونية على حد سواء.
5. بينت النتائج أيضا أن الموقعان يتشابهان في وضع العنق أسفل شريط اللافتة والشعار، ويختلفان في عدد العناوين داخل هذا العنق.
6. تبين أن استخدام العناوين الرئيسية في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي هو نقطة اتفاق أولية بينهما ، كون هذه العناوين هي المعبر الحقيقي عن موضوع المتن غير أن العناوين في الموقع الإلكتروني

عريضة وكبيرة وبارزة ، بينما نجد أغلبها في الموقع الاجتماعي كتبت بخط صغير بحجم حروف المتن.

7. يتفق الموقعان الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار على أهمية الصورة في تعبيرها عن المضامين المنشورة ، لما تلعبه الصورة من دور بارز في ترسيخ الخبر أو الفكرة في ذهن القارئ.

8. يختلف الموقعان الإلكتروني والاجتماعي في أماكن وأعداد وأحجام الصور المنشورة.

9. كما دلت النتائج على أن أنواع الصور في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار تكاد تكون متشابهة ، فقد حرص الموقعان على توظيف جميع أنواع الصور كالصور الفوتوغرافية ، الصور الموضوعية ، صور الأحداث والشخصيات وغيرها. كما تبين أيضا أن الصور في الموقع الإلكتروني أخذت أشكالاً وأحجاماً متعددة من الناحية الإخراجية.

10. دلت الصور من حيث الشكل في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي على تعددها وتنوعها، وهي إما أن تكون صورة منفردة أو سلسلة من الصور، أو على شكل مشهد متعاقب يرافقه تعليق في بعض الأحيان.

11. خصص الموقع الاجتماعي لجميع الصور المنشورة شريطاً أسفلها للمشاركة ، الإعجاب أو

التعليق عليها.

12. خصص الموقعان الإلكتروني والاجتماعي مساحات واسعة للزوايا الثابتة وأفردوا لها صفحات متنوعة ومتخصصة.

13. بينت النتائج أن أساليب الإخراج والألوان واللغة في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار كانت منسجمة مع المواد التحريرية والعناوين والصور والألوان وباقي العناصر الأخرى ، وقد اعتمد الموقعان على اللغة العربية كلغة أساسية وتقنيات الكمبيوتر في أنواع الخط المستخدم، وقد تميز الموقعان بسلامة اللغة وتوظيف الصور بشكل موفق إلى حد كبير ، وبدت أغلب صفحات الموقعين جذابة وملفتة للانتباه.

#### 4/ توصيات الدراسة:

بناء على ما سبق من نتائج وما ظهر لنا خلال معايشتنا لموضوع الدراسة نوصي بما يلي:

- 1- تطوير تصميم الموقع الإلكتروني لجريدة النهار وزيادة فاعلية المشاركة .
- 2- مواكبة التطورات و التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجالات المعلومات و الاتصالات.
- 3- استقطاب محررين ومراسلين مهرة وأتباع أشكال وأساليب متنوعة في التحرير.
- 4- الاهتمام بالخدمات الإعلانية وإنشاء إدارات خاصة لها بما يساهم في زيادة حجم الإعلانات المنشورة على الموقعين ،وهو ما يوفر عائدا اقتصاديا كبيرا،يمكن استغلاله في تطوير وتحسين مستوى الأداء والعمل في الموقع.
- 5- استخدام كافة الفنون التحريرية من أخبار ومقالات وتقارير وتحقيقات وقصص صحفية و كاريكاتير و صور حية ، فيما يزيد من فاعلية المواقع الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالصحف و القنوات الاخبارية.
- 6- الحرص على زيادة الترويج و إحداث تأثير أكبر في الآراء و المواقف و الإ اتجاهات.
- 7- الاستفادة من خصائص الوسائط المتعددة و العناصر التبيوغرافية و التفاعلية في خدمة و دعم قضايا المجتمع.

## الخاتمة :

شغلت الشبكة العنكبوتية عالمنا المعاصر وأصبحنا لا نستطيع الاستغناء عن استخدام الانترنت في كل مجالات حياتنا صغيرها وكبيرها ، ليس هذا فحسب بل غزت العالم بأسره ونالت اهتماما واضحا وإقبالا كبيرا من مختلف أوساط المجتمع وذلك نظرا لما تمثله هذه الشبكات من مجتمع افتراضي جديد تلاشت فيه الحدود وأزيلت منه القيود ، وشكلت في نفس الوقت ظاهرة إعلامية فريدة،استوعبت كل أشكال الإعلام التقليدي ، ومست مختلف المؤسسات الإعلامية وبالتالي، أصبحت هذه المواقع منبرا لها تخاطب من خلاله جمهورها الواسع.

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة، ومحاولة الوصول إلى دوافع وأسباب استخدام الطلبة وهم (عينة الدراسة) للمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك للإطلاع على أخبار جريدة النهار الجزائرية .

حيث تم اعتماد على استمارة الاستبيان و التي وُعي في إعدادها الإحاطة بجميع جوانب الموضوع للخروج بنتائج واقعية تعكس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة.بالإضافة إلى تحليل شكلي الموقعين الإلكتروني و الاجتماعي لجريدة النهار.

وفي الأخير نحسب دراستنا هذه ما هي إلا محاولة بسيطة تمهد الطريق لإجراء دراسات وبحوث مستقبلية بتوجهات منهجية ونظرية تصنيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة لإعطاء صورة أوضح وأشمل بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

قائمة المراجع:

1/ كتب :

1. أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني . دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن، ط1، 2010.
2. بن مرسلي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، ط3، 2007.
3. بوحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة لرسائل الجامعية . المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، ط2، 1990.
4. حسين حوى فاتن، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ط1.
5. شروخ صلاح الدين ، منهجية البحث العلمي .دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، دط، 2003.
6. شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية . المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية، دط، 1992.
7. شقرة خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2014.
8. الطرايشي ميرفت السيد عبد العزيز، نظريات الإتصال . دار النهضة العربية القاهرة، دط، 2006.
9. عبد الواحد أمين رضا، الصحافة الإلكترونية. دار الخير للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط1، 2007.

10. عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساسه. دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1992.
11. عبيدات محمد وآخرون، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية. المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ط1، 1999.
12. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004.
13. مكاوي حسن عماد، حسين السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2003.
14. منير محمد حجاب، المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004.

## 2/ الرسائل الجامعية :

15. بوشعالة أمال ، اتجاهات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي. مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة المسيلة ، 2013.
16. حسين ليلي، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.2015.
17. قوراري صونية ، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الالكترونية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية ،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر  
بسكرة،2014-2015.

18. المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين. رسالة  
ماجستير في الإعلام والاتصال، مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية في  
الدنمارك، 2012.

19. يوسف وليد , جلاوي إبراهيم،استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في  
الممارسة الصحفية. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر،في علوم الإعلام والاتصال  
،تخصص اتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة المسيلة،ص20.

### 3/ المواقع الإلكترونية :

20. مدونة الدكتور محمد أحمد مطهر آل مطهر ، عمادة خدمة المجتمع بجامعة  
مجازن،1433-1434.متوفر على الرابط :

[http : //www.ts3a.com](http://www.ts3a.com).13 :27, 17/02/2017.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف - بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة

دراسة مقارنة بين الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي  
( الفيس بوك ) لجريدة النهار

ملاحظة : في إطار إنجاز دراسة مقارنة لنيل شهادة الماستر تخصص : اتصال وعلاقات عامة .

نرجو منكم ملء هذه الاستمارة وذلك بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة أو كتابة جملة متحريرا  
الصدق والموضوعية .

\* معلومات هذه الاستمارة سرية ولن تستغل إلا لأغراض علمية .

\* من فضلك تأكد من إجابتك على كل الأسئلة .

تحت إشراف الأستاذة : /

إعداد :

واضح خضرة

. سعودي راضية

. صحراوي إيناس

السنة الجامعية 2016/2017

\* / البيانات الشخصية :

الجنس:

ذكر  أنثى

المستوى التعليمي:

ليسانس  ماستر  ما بعد التدرج

مستوى الدخل :

منخفض  متوسط  عالي

1/ المحور الأول : عادات وأنماط استخدام جمهور الصحافة لموقع التواصل

الاجتماعي "فيس بوك" الخاص بجريدة النهار .

1) أي الموقعين تفضل لتصفح أخبار جريدة النهار ؟

- الموقع الإلكتروني

- موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك "

- الإثنين معا

2) هل تتطلع على صفحة الموقع الاجتماعي (فيس بوك) لجريدة النهار ؟

دائما  أحيانا  نادرا

3) ما هو الوقت المفضل لديك لدخول هذا الموقع ؟

صباحا  في الظهيرة  مساء  ليلا

4) ما هو عدد الساعات التي تقضيها في متابعتك للموقع ؟

أقل من ساعة  من ساعة الى ساعتين  أكثر من ساعتين

5) ما هي الوسيلة التي تستخدمها للإطلاع على هذا الموقع ؟

الحاسوب الشخصي  الهاتف النقال

6) منذ متى وأنت تطلع على هذا الموقع ؟

أكثر من سنة

أقل من سنة  منذ سنة

2/ المحور الثاني : دوافع وأسباب التعرض للموقع الاجتماعي الخاص بجريدة النهار .

7) ما دوافع استخدامك لهذه الصفحة ؟

- الإطلاع على آخر الأخبار

- التعليق على المنشورات

- التفاعل وتبادل الأفكار والآراء

- تلبية الحاجات المعرفية

- الاستمتاع والترفيه

- أخرى .....

8) ما أسباب قراءةك لجريدة النهار عن طريق هذا الموقع ؟

- تعد بديلا عن الصحف الورقية

- لا تكلف الكثير من المال والجهد

- مسايرة تكنولوجيا العصر

- صلوها آني وسريع

- أسباب أخرى .....

9) ما هي الموضوعات المفضلة التي تتابعها على هذا الموقع ؟

سياسية  اقتصادية  اجتماعية  دينية  رياضية  ثقافية

10) هل تتفاعل مع المحتوى عند تصفحك للموقع ؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك ؟

- التعليقات

- الإعجاب

- المشاركة

- أخرى .....

### 3/ المحور الثالث : الفروق الموجودة بين الموقعين الإلكتروني والإجتماعي لجريدة النهار

11) في رأيك ماهو الموقع الأكثر جاذبية ؟

الموقع الإلكتروني  موقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك)

12) ماهو أكثر شيء يشد إنتباهك في هذا الموقع ؟

التصميم  الأخبار  المنتديات

13) حسب رأيك هل تتوفر هذه الصفات في الموقعين ؟

- الوضوح والاتساق

- الدقة والتناسب

- البساطة والسهولة

- كلها متوفرة

14) في رأيك أي الموقعين يساير التطورات والأحداث الحاصلة من أخبار وأحداث وطنية وعالمية ؟

- الموقع الإلكتروني لجريدة النهار

- موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " لجريدة النهار

15) ماهو الموقع الذي تتفاعل من خلاله مع محتوى جريدة النهار ؟

الموقع الإلكتروني  موقع التواصل الإجتماعي (فيس بوك)

16) ما طبيعة المحتويات التي تثير تفاعلك على هذا الموقع ؟

- روبرتاجات

- تقارير

- أخبار صحفية

- مقالات

- تحقيقات

- أعمدة

17) حسب اعتقادك هل هناك اختلاف بين صفحة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) لجريدة النهار؟

نعم  لا

- إذا كانت الإجابة ( نعم ) فيما يبرز هذا الاختلاف

- الشعار  الألوان  الزوايا الثابتة

أخرى أذكرها .....

18) ما طبيعة المواضيع التي يعالجها الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي لجريدة النهار؟

اجتماعية  ثقافية  اقتصادية  رياضية  دينية   
مواضيع متنوعة

.....

19) في رأيك هل المواضيع التي يعالجها الموقعين هي نفسها التي تعالجها النسخة الورقية؟

- نعم

- لا

## أسماء الأساتذة المحكمين للاستبيان:

تم عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين في جامعة " محمد بوضياف " بالمسيلة ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال و ذلك بالحكم على الاستمارة و الاسترشاد برأيهم و التعرف على وجهة نظرهم و ملاحظاتهم حول محاورها ودرجة موافقة الفقرات لاغراض الدراسة ووضوح الصياغة و سلامتها، و فيما يلي أسماء المحكمين:

-الدكتور- "بوعزيز بوبكر"، أستاذ و رئيس قسم علوم الاعلام و الاتصال.

-الأستاذ "بلخيري الصالح"، أستاذ بقسم علوم الاعلام و الاتصال.

-الأستاذة "حمديني إبتسام"، أستاذة بقسم علوم الاعلام و الاتصال.

## استمارة تحليل مفردات الشكل

مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني والموقع الاجتماعي لجريدة النهار

مفردات تحليل الشكل في الموقع الإلكتروني	مفردات تحليل الشكل في الموقع الاجتماعي (الفيسبوك)	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف
1	موقع اللافتة (الاسم)		
2	موقع الشعار (اللوگو) ومعالجةกราฟيك واللون المستخدم		موقع الشعار (اللوگو) ومعالجةกราฟيك واللون المستخدم
3	العنق		العنق
4	العناوين		العناوين
5	الصور		الصور
6	أنواع الصور		أنواع الصور
7	الزوايا الثابتة		الزوايا الثابتة

## ملخص الدراسة :

تستخدم المؤسسات الإعلامية تكنولوجيات الإعلام والاتصال والشبكات الاجتماعية لخلق وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور، كالمواقع الإلكترونية المستخدمة للوسائط المتعددة كالصور والصوت والفيديو والكتابة والتي تتوفر أيضا على البث الحي للكثير من الحصص والبرامج التي تبثها، بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك باعتباره أكثر جماهيرية بين المواقع والتطبيقات الأخرى ، مما أتاح للجمهور إمكانية التفاعل والمشاركة والحوار .

وقد سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة وذلك من خلال التركيز على عادات وأنماط ودوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لجريدة النهار الجزائرية ، وقد استخدمنا منهج المسح الوصفي للعينة بالتطبيق على عينة قوامها (85) مفردة من الشباب الجامعي المستخدم لهذه المواقع، للوصول إلى إجابات على أسئلة الإستبانة والعلاقة بين متغيرات الدراسة ، وقد اعتمدنا في ذلك على نظام spss لمعالجة البيانات الإحصائية بالاعتماد على العديد من الاختبارات الإحصائية (التكرارات،النسب المئوية، $k^2$  للدلالة على الفروق الموجودة) .

كما استخدمنا أيضا تحليل المحتوى شكلا للمقارنة بين شكلي الموقعين الإلكتروني والاجتماعي لجريدة النهار وتسلط الضوء على 7 مفردات هي (اللافتة -الشعار-العناوين- الصور- أنواع الصور- الزوايا الثابتة).

وبناء على ما تم طرحه في سؤال الإشكالية: (ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الصحافة؟ فقد تم التوصل إلى نتائج كان أهمها:

-أن اغلبية افراد العينة يفضلون استخدام موقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) على استخدامهم للموقع الإلكتروني لتصفح اخبار جريدة النهار اليومية، وذلك للانتشار الواسع لهذا الموقع في اوساط المجتمعات العربية عموما والمجتمع الجزائري خصوصا .

-اتضح من خلال تحليل مفردات شكل الموقعين الإلكتروني والاجتماعي (الفيسبوك) لجريدة النهار وجود نقاط تشابه ونقاط اختلاف بينهما .

**Étude Résumé:**

Utilisation des institutions médiatiques technologies de l'information et de la communication et les réseaux sociaux pour créer de nouvelles façons de communiquer avec le public, l'électronique tels que les sites utilisés pour le multimédia tels que les images, audio, vidéo et de l'écriture, ce qui est également disponible sur la diffusion en direct de la plupart des quotas et des programmes diffusés, ainsi que des sites de réseautage social, dirigé par Facebook comme plus de masse entre les sites et d'autres applications, ce qui permet au public la possibilité d'interaction, la participation et le dialogue.

L'étude visait à déterminer l'impact des sites de réseaux sociaux sur la presse publique et en se concentrant sur les habitudes et les modèles et les motivations de l'usage public des sites de réseaux sociaux et sites web pour le journal de la journée algérienne, nous avons utilisé l'approche de l'enquête descriptive d'un exemple d'application sur un échantillon de (85) unique de l'utilisateur de la jeunesse universitaire pour ces sites, pour obtenir des réponses au questionnaire et interroge la relation entre les variables de l'étude, nous avons adopté sur spss pour le système de traitement des données statistiques basées sur de nombreux tests statistiques (fréquences, pourcentages, indiquent la fourrure K2 S existant).

Nous avons également utilisé le formulaire d'analyse de contenu pour la comparaison entre les deux formes de signataires journal Al-Nahar électronique et social et a mis en lumière le vocabulaire de 7 est (le signe – alhar Headlines types d'image Photo – angles fixes).

Sur la base de ce qui a été mis en question problématique: (Quel est l'impact des sites de réseaux sociaux sur la presse publique Il a été atteint, les résultats les plus importants?:

La majorité de l'échantillon préfèrent utiliser le site de réseautage social (Facebook) sur l'utilisation du site pour parcourir les nouvelles du journal quotidien de jour, et la diffusion large de ce site au sein des communautés arabes et la société en général, en particulier l'Algérie.

-atdh en analysant le vocabulaire de la forme des signataires de l'électronique et social (Facebook) le journal Al-Nahar et une similitude et des points de différence entre les deux points.