

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية - دراسة
تحليلية لموقعي Dz Foot و Dzair Sport

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: إتصال وعلاقات عامة

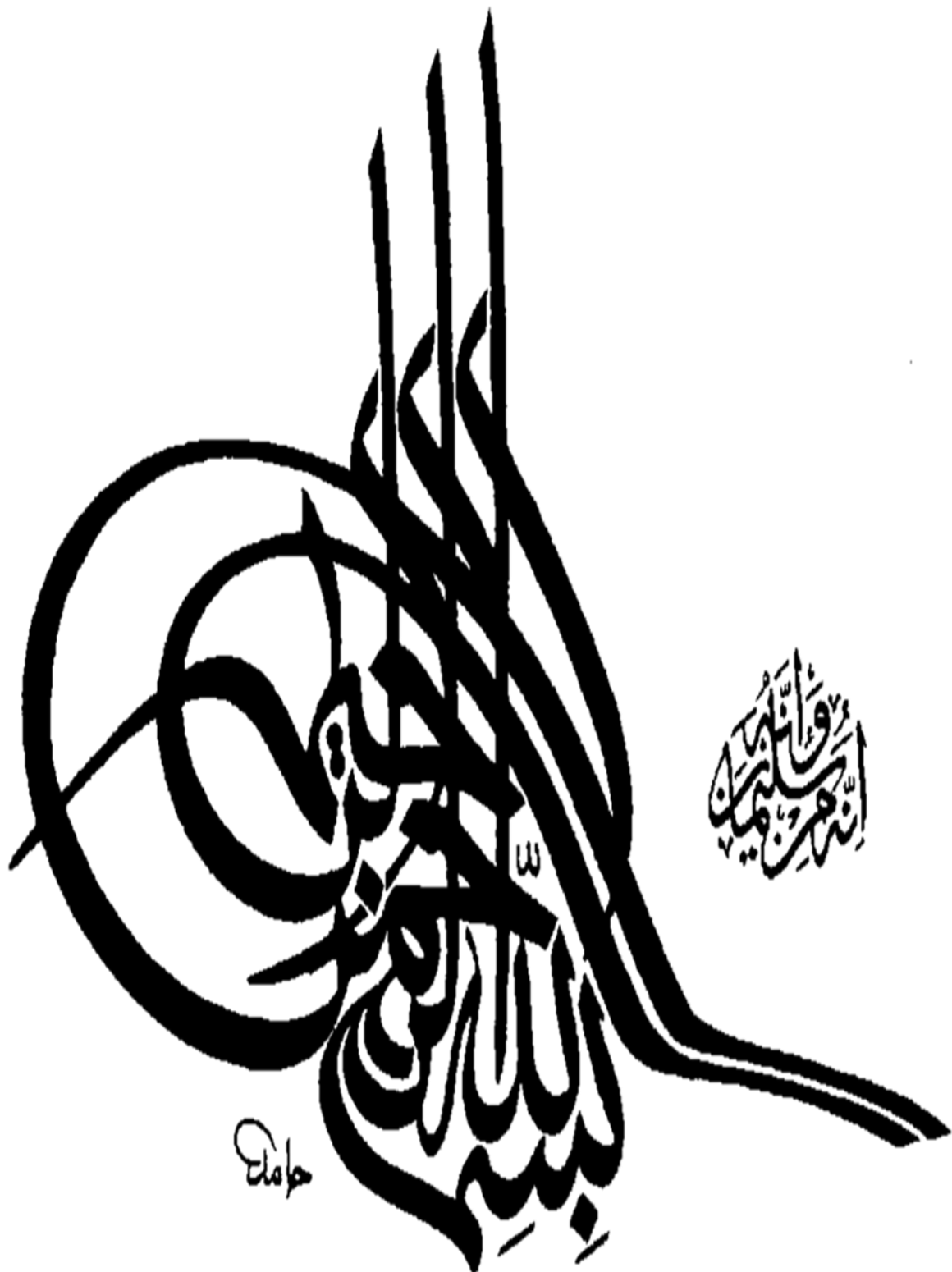
إشراف الأستاذ:

بوحيلة رضوان

إعداد الطالبة:

معوش نجاة

السنة الجامعية: 2019-2020



الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية،

أتقدم بإهداء عملي

المتواضع إلى :

من أحسن إلي أبي العزيز .

وإلى من أنارت في قلبي حب العلم أمي العزيزة .

وإلى أخوتي وإلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم .

وإلى كل من قدم إلي المساعدة سواء من قريب أو من بعيد.

معوش نجاة

شكر و عرفان

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه وأشكره على
توفيقه لإتمام هذا

العمل

وإنجازه على هذا الوجه

وأتقدم بخالص الشكر والامتنان للأستاذ الفاضل

بوحيلة رضوان، على توجيهاته ونصائحه الثمينة

وعلى وسعة أفقه.

والشكر لكل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص
بالذكر

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة،
بمرجع.

معوش نجات

أعضاء لجنة المناقشة

عنوان المذكرة: التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية - دراسة تحليلية لموقعي Dz Foot و Dzair Sport

إعداد الطالبة: معوش نجة، متحصلة على شهادة الليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2013-2014.

تقدم هذه المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة محمد بوضياف

أشرف على مناقشة المذكرة :

-إسم رئيس لجنة المناقشة : - الرتبة : أستاذ () - الصفة : رئيسا -التوقيع

-اسم المشرف : بوحيلة رضوان -الرتبة :أستاذ محاضر (ب) -الصفة :مشرفا ومقررا -التوقيع :

-اسم الممتحن : -الرتبة : أستاذ () -الصفة : ممتحنا -التوقيع :

-اسم الطالب : معوش نجة -المستوى : ماستر2 -التوقيع :

-تاريخ المناقشة : (..../10/2020)

فهرس المحتويات

أ	الإهداء
ب	شكر وعرفان
ج	فهرس المحتويات
د	فهرس الجداول
1	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
5	01- إشكالية الدراسة
6	02- التساؤلات
6	03- أهمية الدراسة
7	04- أهداف الدراسة
7	05- أسباب إختيار الموضوع
7	06- مفاهيم الدراسة
8	07- المدخل النظري
10	08- منهج البحث و أدواته
16	09- مجتمع البحث و عينته
17	10- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: التفاعلية و الصحافة الإلكترونية الرياضية	
22	المبحث الأول : الصحافة الالكترونية
22	المطلب الأول : ماهية الصحافة الإلكترونية
22	1- مفهوم الصحافة الإلكترونية
23	2- ظهور الصحافة الإلكترونية و تطورها التاريخي
25	3- واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر
28	المطلب الثاني : المواقع الإخبارية
28	1- التحول من الصحافة الإلكترونية إلى المواقع الكاملة
29	2- مميزات الصحافة الإلكترونية
32	المبحث الثاني: الصحافة الالكترونية الرياضية

32	المطلب الأول : الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر
32	1- مفهوم الصحافة الالكترونية الرياضية
32	2- نشأة الصحافة الالكترونية الرياضية
34	المطلب الثاني : واقع الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر
34	1- مفهوم الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر
35	2- بوادر ظهور الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر
37	3- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر
39	المبحث الثالث: التفاعلية
39	المطلب الأول : ماهية التفاعلية
39	1- مفهوم التفاعلية
40	2- التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية
41	3- أبعاد التفاعلية
43	المطلب الثاني : الوسائط المتعددة و التفاعلية
43	1- مستويات التفاعلية و أساليبها
44	2- الوسائط المتعددة التفاعلية و مكوناتها
46	3- مظاهر التفاعلية
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة	
50	المبحث الأول : إجراءات الدراسة التحليلية
55	المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة التحليلية
68	مناقشة النتائج وفقا للتساؤلات
69	نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة
70	النتائج العامة للدراسة
71	التوصيات
73	خاتمة
75	قائمة المراجع
81	الملاحق
89	الملخص

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
55	الفئة الجزئية اختيار اللغة	01
55	الفئة الجزئية الوسائط المتعددة	02
56	الفئة الجزئية مشاركة النص	03
56	الفئة الجزئية البريد الالكتروني	04
57	الفئة الجزئية مواقع التواصل الاجتماعي	05
58	الفئة الجزئية المنتديات	06
58	الفئة الجزئية محرك البحث	07
59	الفئة الجزئية الأرشيف	08
59	الفئة الجزئية سهولة النقر	09
60	الفئة الجزئية المنتديات:	10
60	الفئة الجزئية الإحالة إلى أقسام الموقع	11
61	الفئة الجزئية الرد على البريد الالكتروني	12
61	الفئة الجزئية الرد على الأسئلة الأكثر طرحا:	13
62	الفئة الجزئية التعليقات	14
62	الفئة الجزئية الإعجاب	15
62	الفئة الجزئية إضافة صور	16
63	الفئة الجزئية المشاركة	17
63	الفئة الجزئية الاستفتاءات	18
64	الفئة الجزئية استطلاعات الرأي	19
64	الفئة الجزئية تحديث المادة بشكل آني	20
64	الفئة الجزئية تحديث المادة يوميا	21
64	الفئة الجزئية تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة	22
65	التفاعلية الإجمالية	23
66	التفاعلية الإجمالية حسب درجة المقياس المستخدم	24

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم ثورة معلوماتية هائلة تزامنت مع تكنولوجيا اتصالية حديثة جعلت العالم قرية كونية، حقيقة لا يمكن أن ينكرها عاقل بفضلها برزت وسائل اتصالية حديثة عالمية متميزة ذلك لما تمتلكه هذه الوسائل من إمكانات وقدرات وخصائص تقنية تفتقدها الوسائل التقليدية وفي مقدمتها النقل السريع للمعلومات وسهولة استخدام هذه الوسيلة، وكان من أبرز ما تحقق في هذه الثورة ظهور شبكة الإنترنت بشبكاتها ومواقعها الإلكترونية التي ساعدت في تطوير الاتصال الإنساني بشكل عام، حيث تحولت عملية الاتصال من أحادي الاتجاه إلى ثنائي الاتجاه أو ما يسمى بالاتصال التفاعلي الذي يعتمد على رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل، والتي تعتبر من أهم سماته التفاعلية .

حيث استغلت وسائل الإعلام هذه الثورة على شبكة الانترنت وإمكاناتها الهائلة فظهرت الصحافة الإلكترونية حيث أخذت الصحف تنشر موادها على صفحاتها عبر الانترنت وتسابقت الصحف العالمية والعربية إلى إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها.

وكانت الصحافة الجزائرية كمثيلاتها العربية التي لاحقت التطور التكنولوجي في العالم واستخدام شبكة الانترنت، حيث عرفت الجزائر الصحافة الإلكترونية في وقت متأخر بعض الشيء فقد ظهرت جريدة الوطن الناطقة باللغة الفرنسية في نوفمبر 1997 ثم تلتها جرائد أخرى.

وبالنظر إلى التطورات التي شهدتها عالم الصحافة وما نتج عنه من خصائص اتصالية جديدة بفضل شبكة الانترنت فقد انعكست هذه المتغيرات على المواقع الإخبارية بشكل عام والمواقع الإخبارية الرياضية بشكل خاص بحكم تواجدها ضمن بيئة إعلامية تخضع لعدة متغيرات عالمية، وهذا ما أجبرها على مواجهة التحديات التي تفرضها شبكة الانترنت من أجل المحافظة على مكانتها وثقة جمهورها وتلبية مختلف حاجياته.

حيث أصبحت المواقع الإخبارية الرياضية أكثر تفاعلية باستغلالها لخصائص الانترنت المتاحة وذلك عبر عملية التفاعل الإعلامي من خلال مناقشة الآراء والأفكار، والتعليق وإبداء الرأي، ومشاركة المعلومات من أجل خلق بيئة تفاعلية، وعلى غرار ما يحدث في بقية المواقع الإخبارية الرياضية في العالم فقد استفادت المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، خاصة فيما تعلق باستخدام الانترنت والوسائط المتعددة وهذا الاستخدام يعد حديثا مقارنة بمواقع الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر حيث لا تزال في بدايتها، لذا جاء هذا البحث لدراسة واقع التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية من خلال

دراسة تحليلية لمضمون الموقعين الجزائريين البارزين Dz foot وDzair sport"، وقد تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول أساسية حسب التوزيع التالي:

فالفصل الأول خصص للإطار المنهجي للدراسة من خلال بصياغة الإشكالية والتساؤلات كل ما تعلق بالجوانب المنهجية المتبعة في البحث العلمي من أهمية وأهداف وأسباب اختيار الموضوع، المنهج والأداة ونوع العينة المستخدمة ثم ضبط مصطلحات البحث أخيرا الدراسات السابقة أو المشاهدة لموضوع أو أسلوب دراستنا ومدى الاستفادة منها.

أما الفصل الثاني فتمثل في الإطار النظري للدراسة الذي احتوى على ثلاث مباحث: تكلمنا في الأول الصحافة الالكترونية (مفهومها، تطورها في العالم ثم في الجزائر)، كما تناولنا التحول من الصحافة الالكترونية إلى المواقع الكاملة وتطرقنا إلى بعض مميزات الصحافة الالكترونية.

أما المبحث الثاني فقد خصص للحديث عن الصحافة الالكترونية الرياضية، مفهومها ونشأتها في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى التخصيص بالذكر نظريا عن موضوع الدراسة وهو الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر، مفهومها وبوادرها والصعوبات التي تعترضها. أما المبحث الثالث فحاولنا من خلاله إيضاح مفهوم التفاعلية وتطورها وأبعادها المختلفة، بالإضافة إلى مختلف التعاريف الخاصة بالوسائط المتعددة وعلاقتها بالتفاعلية، منتهين إلى المتغير التابع للدراسة وهو التفاعلية في الصحافة الالكترونية.

أما الفصل الثالث والأخير من الدراسة فتمثل في الإطار التطبيقي وذلك من خلال دراسة تطبيقية عن التفاعلية في الموقعين الإخباريين الرياضيين الجزائريين Dz Foot وDzair Sport، حيث اعتمد في هذه الدراسة على قياس التفاعلية من خلال مقياس "كاري هيتز" وذلك بعد إجراء بعض التعديلات على هذا المقياس، لكي نستوعب المستحدثات التكنولوجية التي دخلت على الإنترنت بحيث شهدت المواقع الإخبارية بشكل عام مستحدثات تقنية لم تكن متواجدة أثناء بناء كاري هيتز لمقياسها، وهذا الجزء التطبيقي لتحليل التفاعلية ومحاولة إسقاط أبعادها على الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz Foot وDzair Sport الجزائريين واستخراج الوسائط المتعددة للتفاعلية المتاحة على صفحاتها، حيث قمنا بتقديم ما توافر عليه الموقعين من عناصر تفاعلية، ثم الانتهاء إلى نتائج في ظل التساؤلات المطروحة ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة أو المشاهدة، مع تقديم لبعض أهم التوصيات وخاتمة مستخلصة ومستنتجة لأهم نتائج ما توصلت إليه الدراسة.

مقدمة

ونحن إذ نقدم هذه الدراسة نرجو أن تساهم في تقديم إضافة علمية مفيدة ولو قليلة عن بعض المتعلقات الحديثة المرتبطة بالتفاعلية في الصحافة والإعلام، كما نرجو أن تكون بداية لدراسات أخرى أعمق وأشمل، معتمدة ومسترشدة في ذلك على البحث العلمي ونتائجه الدقيقة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

بظهور التطور التكنولوجي والمادي الذي استطاع أن يؤثر بشكل كبير على وسائل الإعلام التقليدية شكلا وأسلوبا ممارسة بما فيها الصحافة المكتوبة في مجال الخدمات الإعلامية والاتصالية التي تتيحها وسائل الاتصال ووسائطه وشبكاتة وتطبيقاته الحديثة، فقد خاضت الصحافة تجربتها الأولى مع الوسائل الإلكترونية في النصف الثاني من القرن العشرين، حيث أصبحت الحاسبات الإلكترونية تمثل آلية مهمة في إعداد الصحف والمجلات.

وأمام هذه التطورات الهائلة سارعت الصحف المطبوعة إلى عالم التكنولوجيا، حيث حجزت لها مكانا عبر الشبكة العالمية الانترنت لتوسع من جمهورها واستخداماتها وتستفيد من التطورات التكنولوجية في مجال النشر الإلكتروني، حيث زاحمت بشدة الصحافة الورقية لما يوفره النشر الإلكتروني من وسائط وخصائص إعلامية متعددة تتيح للقارئ حرية الاختيار والاطلاع على ما يرغب فيه وفي الوقت الذي يريد.

إن الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية تضم نشر الأخبار والتقارير الإخبارية والتحليلات عن الحقائق والأحداث الجارية وإتاحتها العديد من الخدمات كالإشارة إلى الموضوعات والمواقع ذات الصلة، وتوفيرها لأدوات البحث عن الموقع، وسهولة الوصول إلى الأرشيف واسترجاع أي عدد سابق حتى لو مر على نشره عدة سنوات، كما تتيح عدة أدوات تفاعلية تسهل للمستخدم أو زائر الموقع التفاعل مع المادة الإعلامية التي تم نشرها إلكترونيا.

وفي نفس الإطار نجد أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية بما فيها المختصة بالشؤون الرياضية قد واكبت التطورات التكنولوجية بإنشاء صحف رياضية إلكترونية جزائرية، تقوم بنقل الأخبار الرياضية وكل المستجدات الرياضية إلى الجمهور حيث بدأت تأخذ مكانة بين وسائل الإعلام الرياضي الأخرى من حيث حجم التأثير الواسع واستقطاب العديد من شرائح المجتمع، والاهتمام بما يحدث في الساحة الرياضية العالمية والمحلية، حيث استفادت هذه الصحافة من الإمكانيات التي أوجدتها في الوسائط والشبكات والتطبيقات التكنولوجية والاتصالية الحديثة كالانترنت من خلال إتاحتها للقارئ المشاركة في عملية صنع وإنتاج الصحيفة من خلال فتح باب المشاركة والتعليق على ما يقدم عبر صفحاتها ومختلف الخدمات التفاعلية التي توفرها عبر الموقع وعلى صعيد الصحف الإلكترونية الرياضية بدأت الجزائر تشهد نشوء الصحف الرياضية إلا أنها قليلة مقارنة مع الصحف الورقية حيث ظهرت عدة مواقع من ضمنها الموقعين الإخباريين المختصين في الشؤون الرياضية وهما **DZ Foot** وهو موقع شامل ينقل جميع أخبار الرياضات الممارسة في الجزائر وباقي أنحاء العالم بداية بكرة

القدم وبعض الرياضات الأخرى مثل كرة اليد وكرة السلة... إلخ، وفي المقابل وبرز على الخط الموقع الرياضي **Djzair Sport** الذي ظهر على الشبكة في 11 نوفمبر 2018، حيث ينقل الأخبار الرياضية العالمية والمحلية في مختلف الرياضات إضافة إلى تخصيص قسم آخر من أجل نشر ملخصات وأهداف لاعبو الكرة المحليين والأجانب.

لذا فقد جاء هذه الدراسة للكشف عن واقع التفاعلية والإمكانيات الإلكترونية المتاحة في الموقعين الإخباريين الرياضيين الجزائريين **Dz Foot** و**Djzair Sport** من خلال دراسة تحليلية للمضمون الإلكتروني المتجدد لهذين الموقعين.

2- التساؤلات:

1- إلى أي مدى يوفر الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz Foot** و**Djzair Sport** تعدد الخيارات عبر نظام الوسائط المتعددة في نشر مادته الإخبارية؟

2- هل يتيح الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz Foot** و**Djzair sport** أدوات الاتصال الشخصي للمستخدمين؟

3- كيف يوفر الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz Foot** و**Djzair sport** الحصول على المعلومات؟

4- كيف يرد الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz foot** و**Djzair sport** على استفسارات المستخدمين؟

5- هل يتوافر الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz foot** و**Djzair sport** على إمكانية إضافة معلومات على مستوى صفحاتها؟

6- ما مدى سرعة تحديث المادة الخبرية في الموقعين الإخباريين الرياضيين **Dz foot** و**Djzair sport**؟

3- الأهمية:

تتوقف أهمية البحث على أهمية الظاهرة المدروسة وعلى قيمتها العلمية، وتتمثل أهمية دراستنا من الجانب العلمي في إلقاء الضوء على التفاعلية في المواقع الإخبارية المتخصصة في الجزائر بشيء من التفصيل، مما يفتح المجال إلى إثارة آفاق جديدة للبحث، ويفرز أسئلة ومشكلات يمكن دراستها ومناقشتها.

أما الأهمية العملية فان هذه الدراسة تناولت ظاهرة مهمة في عصرنا الحالي خاصة في الإعلام الحديث، وهي ظاهرة التفاعلية في الإعلام، وما تملكه من خصائص وإمكانات جعلت الفارق كبيرا مع وسائل الإعلام التقليدي، سبقا وتحديثا وجدة وممارسة مهنية واستخداما جماهيري.

4- الأهداف:

4-1 معرفة مدى توافر المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية على تعدد الخيارات عبر نظام الوسائط المتعددة في نشر مادته الإخبارية .

4-2 الكشف عن أدوات الاتصال الشخصي التي تتيحها المواقع الإخبارية الرياضية للمستخدمين.

4-3 محاولة معرفة الكيفية التي يتم بها الحصول على المعلومات من قبل المستخدم وكيفية الرد على استفسارات المستخدمين.

4-4 إبراز مدى توافر إمكانية إضافة معلومات على مستوى صفحات المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية.

4-5 معرفة مدى سرعة تحديث المادة الخبيرة في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب ذاتية :

5-1 الرغبة والميل في تناول هذا الموضوع والتعلم الصحيح والمتعمق لطريقة تحليل المضمون الإلكتروني.

5-2 السعي لإثراء المكتبة بمواضيع بحث وظواهر جديدة تخدم البحث في علوم الإعلام والاتصال .

ب- أسباب موضوعية :

5-3 حداثة الموضوع خاصة فيما تعلق ببحوث الصحافة الإلكترونية وقياس التفاعلية فيها وما أحدثته التكنولوجيا من تطورات جديدة في مجال الإعلام والاتصال.

5-4 قلة الدراسات في الجزائر التي تناولت التفاعلية بشكل عام وفي الصحافة الإلكترونية الرياضية بشكل خاص.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

6-1- التفاعلية:

تعني التفاعلية **interactive** الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين.(زعموم، بومعيزة، 2007، 28)

ونقصد بالتفاعلية في بحثنا: تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبلين في الموقع مما يتيح للمستقبل التفاعل بينه وبين المرسل والمضمون في آن واحد.

6-2- المواقع الإخبارية :

هي مجموعة النوافذ على شبكة الأنترنت تعرض الأخبار المستحدثة وتعتمد بالأغلب على وكالات الأنباء أو المرسلين الخاصين بالمواقع. إضافة إلى نشر المقالات الخاصة بالمواقع أو نقلا عن مواقع أخرى، وقد تعد بعضها بروتوكولات مع مواقع أخرى لتبادل الأخبار والموضوعات الصحفية الأخرى. (الدليمي، 2011، 51)

ونقصد بالمواقع الإخبارية في بحثنا: البوابات الالكترونية التي ظهرت نتيجة للتطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الصحافة الالكترونية والتي تنشر الأخبار عبر المواقع.

6-3- الصحافة الإلكترونية الرياضية:

هي وضع الصحيفة اليومية الرياضية على الخط، أي جعلها في متناول القراء، وهي أيضا الصحف الرياضية التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية رياضية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد أو مجلات إلكترونية رياضية التي ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية الرياضية والمقالات والتعليقات والصور والخدمات الرياضية (بوعجمي، 2005، 07)

ونقصد بالصحافة الإلكترونية الرياضية في بحثنا: مختلف الصحف التي تقدم أخبار وخدمات رياضية، منشورة عبر موقع إلكتروني ومتاحة للجميع، سواء كانت إلكترونية بحتة أو لها إصدار ورقي.

7- المدخل النظري للدراسة:

7-1- قياس التفاعلية:

ثمة اتجاهين لقياس التفاعلية عبر الانترنت، أحدهما يتمثل في قياس التفاعلية من خلال وضع مجموعة من الأبعاد، ثم تقييم هذه الأبعاد رقميا وفقا لمجموعة من المقاييس، والآخر رياضي قائم على الصرامة العلمية الجامدة المتمثلة في وضع مجموعة من المصفوفات والمعادلات الرياضية، وفيما يلي طرح لوجهتي النظر للوقوف على مزايا وعيوب كل من الاتجاهين .

أ- الاتجاه الأول: المقاييس الرقمية :

يمثل هذا الاتجاه فريقين من الباحثين، الأول فريق بحثي ينظر على التفاعلية بوصفها إحدى الخصائص الوظيفية للوسيلة، وتأتي على رأسه كاري هيتز "Carrie Hutter"، بينما يرى الفريق الثاني أن التفاعلية مرتبطة باتجاهات الفرد نحو مواقع الويب وتأتي على رأسه سالي ماكملين "SalyMackmlin" واهتم

أصحاب هذا الاتجاه بدراسة توافر الخيارات أمام المستخدم والمجهودات المبذولة من قبله والاستجابة له، كما يقوم مقياس كاري بإعطاء قيمة تتراوح بين الصفر وثلاثة لكل بعد من الأبعاد الستة السابقة بحيث يكون الإجمال ثماني عشرة قيمة، ويعني وصول الموقع إلى صفر انتقاء التفاعلية، في حين يعني وصوله إلى القيمة ثلاث وصوله إلى أعلى مستوى للتفاعلية في كل بعد من الأبعاد الستة.

غير أن أبعاد هيتز أصابها التحوير والتنقيح والإضافة، حيث عدلت دراسة كل من ماسي وليفني سنة 1999 أبعاد تفاعلية هيتز، حيث رأت أن التفاعلية تحتوي على أربعة بعاد من تفاعلية كاري هيتز وهي: تعدد الخيارات، والاستجابة للمستخدم وسهولة إضافة المعلومات، وتسهيل الاتصال الشخصي، كما أضافت هذه الدراسة بعدا جديدا هو عرض الأحداث بصورة مباشرة.

أما الرائدة الثانية في التفاعلية في سالي ماكلين التي قامت بالاشتراك مع مجموعة من زملائها بتطوير مجموعة من الدراسات التي تناولت التفاعلية، بداية بدراحتها المستقلة التي تناولت رصد التفاعلية من الناحية الوظيفية والإدراكية في ن=مواقع الانترنت عام 2000، حيث عرضت هذه الدراسة للاتجاهات المتباينة للباحثين ازاء التفاعلية إذ اعتبرها البعض من الخصائص الوظيفية للوسيلة، بينما رأى البعض الآخر أن التفاعلية متضمنة في إدراك المشاركين في العملية الاتصالية، اتبع ذلك عقد مقارنة بين الاتجاهين، حيث أقامت سالي ماكلين علاقة بين التفاعلية والاتجاه نحو مواقع الويب. وخلصت دراستها إلى أنه ليس هناك اختلاف ذو دلالة بين الاتجاهين، إلا في بعض الأبعاد كبعد المشارك في الاتصال الذي يحتوي على السيطرة والاستجابة والوقت والمكان.

كما ينتمي لهذا الاتجاه باحثون كثيرون من بينهم أيضا يبينج لي "Yuping Lui" الذي قدم مؤخرا سلسلة من الدراسات بدأت بدراسته لدكتوراه عام 2001 التي تتناول فهم لطبيعة تفاعلية الوسيلة والتعقيدات، التي تفرضها على السلوك الاستهلاكي، تلتها سلسلة من الأبحاث حدد خلالها أبعاد التفاعلية بثلاث أبعاد، ثم انتقلت أبحاثه إلى نقطة أعلى في دراسته للتفاعلية داخل المواقع الإلكترونية، مقسما الأفراد إلى : أفراد ذوي استعداد عالي للتفاعلية، وأفراد منخفضي مستوى التفاعلية، لتتقابل الدراسة مع دراسة سالي ماكلين حول اتجاهات الأفراد حول الويب. (محمد أحمد، د.ت، 160)

ب- الاتجاه الثاني : المنحنى الرياضي في قياس التفاعلية :

يتبنى المنحنى الرياضي في قياس التفاعلية كل من فلورين همور "Florian Hammer" وبيتر راخل "PeterReichl" وهما تابعان لمعهد الاتصالات من بعد بالنمسا، والكسندر راكي "Alxandar Raake" الذي يتبع معهد الاتصالات الصوتية بألمانيا، وقد قاموا بأبحاث مشتركة لتطوير مقياس للتفاعلية يعتمد على المطابقة في مواصفاته مع المقاييس الحرارية المستخدمة في علم الفيزياء، وذلك من خلال عمل مجموعة من المواصفات والمعدلات الرياضية بالتطبيق على المحادثات التفاعلية. وقد بدأت أبحاثهم في 2004 ونظرا لغرابة استخدام هذا النمط من المعادلات الرياضية والمواصفات، استعان هؤلاء الباحثون في بادئ الأمر بالمدخل البديهي **Axiomatic Approach** في محاولة لجعل الموضوع منطقي بالنسبة للقراء عن طريق استهلال الدراسة بنموذج المحادثة القائمة على طرفين، من خلال تقديم أربع مصفوفات هي: صمت، أو تفاعل المحادث الأول، وكذا صمت أو تفاعل المحادث الثاني، وانتهت الدراسة بمجموعة من المعادلات الرياضية المعقدة لوصف التفاعل بين الطرفين، ثم جاءت الدراسة الثانية كدراسة حالة للتفاعلية المصطنعة الموجود في المسلسلات، لمعرفة خصائص الوسائط المتعددة، في محاولة لتطبيق هذا المقياس على الأنترنت، وعلى الرغم من استشهاد هذه الدراسة بالعديد من أصحاب المنحنى الأول، رافلي وسالي ماكملين وهوفمان وينج وسيتز، إلا أن منهجيتهم ونتائج أبحاثهم جاءت غامضة ويشوبها نوع من التعقيد والصرامة العلمية، ومن ثم فإن طرحها لهذا النوع من الدراسات لا يتعدى جانب الرصد العلمي المحايد للاتجاهات المستخدمة في قياس التفاعلية، وإن كان لدينا تحفظ على استخدام المعادلات الرياضية الصارمة لقياس التفاعلية، فالتفاعلية من وجهة نظرنا لا تحتاج للتعقيد الرياضي لرصدها وقياسها. (Massay Levy 140,141)

8- نوع ومنهج البحث وأدواته :

8-1- نوع البحث :

تستهدف الدراسات الوصفية تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، أو هو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الوصول إلى معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول إلى أسبابها أو التحكم فيها، كما قد تستهدف تكرير عدد مرات حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر (حسين 131، 2000)، كما أنه طريقة من طرق التفسير والتحليل بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أهداف محددة إزاء مشكلة اجتماعية ما (دليو، 2008، 18)، وذلك عن طريق وصف

الظاهرة المدرسة وتصويرها كميًا عن طريق جميع معلومات مقننة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة. (مصباح، 55، 2008)

حيث يعتبر هذا النوع هو الأنسب لموضوع الدراسة التي تهدف إلى تحليل درجة توافر المواقع الالكترونية الرياضية الجزائرية على أدوات التفاعلية، والتعرف على الصورة الحالية لما عليه الموقع محل الدراسة، وذلك من خلال معرفة وجود الأدوات التفاعلية فيها.

8-2- منهج البحث :

يعتبر منهج المسح من أبرز مناهج البحوث الاعلامية للحصول على البيانات والمعلومات العلمية التي تستهدف الظاهرة العلمية، كما يعتبر المنهج المسحي مجموعة من الظواهر، موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين. (مشاقبة، 2010، 60)، كما ويتضمن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع أو عينة الدراسة ويتطلب خبرة في التخطيط والتحليل والتفسير للنتائج. (الضامن، 2007، 139)

واستخدمت هذه الدراسة أسلوب تحليل المضمون لمسح العناصر التفاعلية في مواقع الصحف الرياضية الجزائرية على شبكة الأنترنت، بهدف معرفة إلى أي مدى تستفيد هذه المواقع من العناصر التفاعلية التي توفرها الشبكة العنكبوتية، وقياس ذلك رقمياً.

8-3- أسلوب الدراسة: تحليل المضمون :

تستخدم الدراسة في جانبها التحليلي أسلوب تحليل المضمون فاستمارته هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته، وتتحكم فرضية البحث في اختيار هذه الأدوات فهي تساعد الباحث في جمع المعلومات واستقصائها حول الظاهرة محل الدراسة، وفي إطار منهج المسح تم الاعتماد على أسلوب بتحليل المضمون من خلال استمارته كأداة لجمع البيانات وهي تعد أداة بحثية أثبتت قدرتها على تحليل محتوى مواقع الأنترنت والخروج بمؤشرات كمية وكيفية لذا تم تصميم استمارة تحليل المضمون وفقاً لمتغيرات التي يمكن من خلالها رصد مدى توافر التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية واشتملت على عدد من فئات التحليل التي يمكن من خلالها قياس إمكانية التفاعلية المتاحة (حسين، 147، 1995).

الخطوات الإجرائية في أسلوب تحليل المضمون :

- تحديد العينة :

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام خاصة عند استخدام تحليل المضمون لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته التحليلية على أساس اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا (بوحيولة، 2018-2019)، و حتى نتوصل إلى نتائج قريبة من الواقع، لا بد من تطبيق أدوات الدراسة على جميع مفردات المجتمع الأصلي للبحث لكن في بعض الأحيان يصعب تطبيق ذلك واستعمال العينات لدراسة ظاهرة ما لتسهيل الوصول إلى المعلومات المطلوبة (دليو، 142، 1990). حيث أن العينة تمثل جزءا من مجتمع الدراسة وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبينة على العينة على المجتمع بأكمله. بحيث أن هذا النموذج أو الجزء يغني عن دراسته على وحدات ومفردات المجتمع الأصلي (قندلجي، 157، 2007) تتمثل عينة الدراسة في عينة قصدية من خلال اختيار الموقعين الإخباريين تمثلت في الموقعين الإخباريين الرياضيين الجزائريين **Dz Foot** و **Dzair Sport** ويرجع سبب اختيارهما لكونهما من أكثر المواقع الإخبارية متابعة في الجزائر.

و قد تم تحديد العينة في الدراسة بمراعاة الاعتبارات التالية :

- تحديد العينة الزمنية : وهي الفترة التي ستغطيها الدراسة.

- تحديد مواد الاتصال (المضمون) التي سيجرى عليها التحليل.

- تحديد فئات ووحدات التحليل.

تحديد فئات ووحدات التحليل:

● فئات التحليل :

1. الفئات الرئيسية : وهي عبارة عن ستة فئات تمثل أبعاد التفاعلية :

1 - 1 - فئة تعدد الخيارات :

يقصد ببعد تعدد الخيارات كما سمته كاري (تعدد الخيارات) تقديم أكثر من بديل للمستخدم يمكنه من الحصول على المعلومات، لذا اشتمل هذا البعد عند كاري هيتز على: اختيار اللغة وتواجد الإطارات من عدمه، ومحركات البحث، وبروز القصص الإخبارية في الصفحة، إلا أن هذه الفئات بعضها غير قابل للعد والرصد والقياس الكمي مثل: بروز القصص الإخبارية، وتقديم الإطارات في الصفحة، وقد تم الاستعاضة عن بعض هذه الفئات بفئات أخرى هي: اللغات الحية، والوسائط المتعددة، وخاصية مشاركة النص عبر

الفيسبوك، والتويتز واليوتيوب، بوصفها بدائل معلوماتية تقدم للمستخدم أكثر من بديل يستطيع من خلاله أن يتعامل مع المضمون بجرية كاملة وبشكل يناسب ظروفه واهتماماته، فضلا عن إمكانية قياسها رقميا، و قد تم تقسيم هذا البعد إلى 3 فئات فرعية المتمثلة في:

- اللغة: حيث تنقسم إلى فئات فرعية أخرى تتمثل في: اللغة العربية، الفرنسية، والإنجليزية.

- الوسائط المتعددة: و تضم صور، فيديو، بث مباشر.

- مشاركة النص: وتضم فيسبوك، تويتز، يوتيوب.

1-2- فئة إمكانية الاتصال الشخصي:

يقصد بسهولة الاتصال الشخصي استخدام وسائل الاتصال للتواصل مع الموقع الإخباري، وقد طرحت كاري 3 فئات في هذا البعد هي غرفة الدردشة، وجماعات النقاش والبريد الإلكتروني غير أننا استعصنا عن الجماعات المناقشة للمنتديات واستبدلناها بمواقع التواصل الاجتماعي وتنقسم هذه الفئة إلى:

- البريد الإلكتروني: و يضم بريد الموقع، بريد أقسام الموقع، بريد المواقع الخدمية.

- مواقع التواصل الاجتماعي: وتضم فيسبوك، تويتز، يوتيوب.

- المنتديات: وتضم منتديات عامة، منتديات خاصة، منتديات مقترحة.

1-3- فئة إمكانية الحصول على المعلومات:

لقياس توافر إمكانات البحث عن المعلومات، تم استخدام مقياس من 3 درجات وذلك لقياس

الوسائل التالية: وجود محركات بحث في الموقعين، وجود أرشيف للصحيفة الرئيسية لموقع الصحيفة.

أما عن قياس سهولة الحصول على المعلومات فيقصد به الجهود المبذول من قبل المستخدم للحصول على المعلومات فرأت كاري أن المعلومات التي يتم الحصول عليها من ضغطة واحدة بالفأرة تأخذ 3 قيم، والمعلومات التي يتم الحصول عليها بضغطتين تأخذ قيمتين، والتي يتم الحصول عليها بثلاث ضغطات تأخذ قيمة واحدة حيث كانت الفئات الفرعية كما يلي:

- محرك البحث: ويضم الفئات الفرعية التالية: محرك متاح داخل الموقع: محرك متاح داخل الشبكة.

- الأرشيف.

- سهولة النقر: ويتفرع إلى: **click**، **double click**، **three click**

- المنتديات: وتضم منتديات خاصة، منتديات عامة، منتديات مقترحة.

1-4- فنة الرد على الأسئلة :

يقصد بالاستجابة للمستخدم أو الرد على الأسئلة إجابة موقع الصحيفة على تساؤلات واستفسارات المستخدم سواء أمان بالوسائل البشرية مثل الرد على البريد الإلكتروني، أو وسائل الاتصال الشخصي الأخرى، أم بالوسيط الإلكتروني .

يشتمل هذا البعد عند كاري على وسائل الرد على أسئلة المستخدم وتتضمن: برمجيات المساعدة، و التعليمات، و رسائل الخطأ الإلكتروني، غير أن الباحثة قسمت البعد إلى أربعة فئات.

البيانات التي تتولى الرد على المستخدمين تعدهم بالرد في أقرب فرصة على تساؤلاتهم، وثالثها : المساعدة ويقصد بها تقديم المعلومات المتعلقة بالموقع على صورة محرك بحثي يضع فيها المستخدم تساؤلاته ثم يتولى المحرك البحثي الرد عليه مباشرة من خلال بنوك المعلومات المتوفرة لدى الموقع، رابعا : الاجابة على الأسئلة المتكررة ويتم فيها إدراج الأسئلة التي تتكرر من قبل العديد من المستخدمين مثل طريقة الاشتراك في الصحيفة، و كيفية الإعلان.

و تنقسم إلى :

- الإحالة إلى أقسام الموقع.

- الرد على البريد الإلكتروني.

- الرد على الأسئلة الأكثر طرحا.

1-5- فنة إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع :

تطرق كاري في هذا البعد إلى الطرق التي يمكن أن تسلكها المواقع الإلكترونية جاعلة من المستخدم محررا وكاتبيا، و من هذه المسالك تقديم الهوايات والاهتمامات الخاصة بالمستخدمين، و إعلانات الميلاد والزواج والوفاة وعروض أفلام السينما، و نظرا للتطور التكنولوجي، فقد تم تغيير الفئات التي قدمتها كاري بفئات جديدة تتوافق مع المستحدثات التكنولوجية وهي كالتالي:

- التعليقات.

- الإعجاب.

- إضافة صور.

- المشاركة.

- الاستفتاءات.

- استطلاعات الرأي.

1-6- فئة تحديث الموقع : وتنقسم إلى الفئات الجزئية التالية:

- تحديث المادة بشكل آني.

- تحديث المادة بشكل يومي.

- تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة.

وحدة التحليل:

تتفاوت مواقع الويب جوهريا في الحجم من صفحة واحدة إلى 50.000 صفحة ، و لذا فإن تحليل صفحات الموقع بأكملها يستهلك وقتا وجهدا كبيرين يخرج عن طاقة الباحث الفرد ، و عليه فإن الموقع العملي يفرض أن تكون وحدة التحليل هي الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة ، و قد يكون من الممكن أن بعض الصحف على الانترنت قد لا تضع بعض أدواتها التفاعلية على صفحاتها الرئيسية ومن ثم فإننا سوف نفتقد هذه الأدوات أثناء تحليلنا لموقع الصحيفة فإن ذلك مردود عليه لأن زوار هذه المواقع أيضا قد تفتقد هذه الأدوات التفاعلية على أساس أن الغالبية العظمى من الزوار لا يوجد لديهم الصبر للإنجاز خلال العديد من صفحات الموقع للوصول إلى المعلومات التي يريدونها ، لذلك فإننا في هذه الدراسة سنحلل الصفحة الرئيسية وبعض الصفحات الداخلية لموقعي **DZ foot** و **Dzair sport** لتواجد بعض أدوات التفاعلية على مستواها، كما أن هذه الدراسة تحلل كل عناصر التفاعلية بوصلاتها الفائقة والصور ، و الفيديو ، و الوسائل السمعية الأخرى المزودة للموقع من قبل الصحفيين ، بالإضافة إلى أي نص أو وسائل سمعية أخرى مزودة من قبل المستخدمين.

- يرى **sheizafrafaeli** أن دراسة التفاعلية هي جزء من التطور الناتج في تكنولوجيا الاتصال الحديث بوجه عام والكمبيوتر والانترنت، ومن ثم فإن أي تقدم سوف يضاف إلى التفاعلية وأبعادها ، و عليه يمكن تعديل المقاييس التي وضعت للتفاعلية ، لنستوعب المستجدات التكنولوجية التي تطرأ على العملية الاتصالية.

- و عليه تعتمد هذه الدراسة في قياسها التفاعلية في كل من الموقعين الإخباريين **DZ foot** و **Dzair sport** على مقياس كاري هيتز وذلك بعد عمل بعض التعديلات على هذا المقياس لكي تستوعب المستحدثات التكنولوجية التي دخلت على الانترنت - إذ تم بناء هذا المقياس سنة 1989 - بالطبع شهدت

مواقع الأنترنت مستحدثات تقنية لم تكن متواجدة أثناء بناء كاري لمقياسها وعليه فإنه يمكن إجمال الإضافات والتعديلات على النحو التالي :

- الإضافات :

تمثلت الإضافات في تقديم بعد جديد لأبعاد التفاعلية الست التي قدمتها كاري هيتز، علاوة على إضافة فئات جديدة لبعض الأبعاد على النحو التالي :

- إضافة بعد السرعة للحصول على المعلومات، فبعد الدمج بين تكنولوجيا الموبايل والانترنت، فأصبح يسيرا تقديم المواقع الإخبارية لخدماتها عبر الهاتف المحمول للمستخدمين، كما يحتوي هذا البعد على فترة تحديث الموقع ومقدرته على طرح المعلومات الجديدة بسرعة للمستخدم، كذلك تقنية تقديم المعلومات حسب الطلب، سواء عبر البريد الإلكتروني للأفراد، أو المواقع الإخبارية المشتركة في خدمات المواقع الإخبارية، بالإضافة إلى تقنية جلب الأخبار RSS، وكذلك تقديم تقنية الأخبار المذاعة.

- التعديلات :

شمل التعديل 3 مستويات الأول : قيمة المقياس، والثاني استبعاد بعد المراقبة، والثالث خاص باستبعاد بعض الفئات التي لم تعد تستخدم في الأنترنت .

- وحدة القياس :

تستخدم الدراسة وحدات العد والتكرار لقياس أبعاد التفاعلية في مواقع الدراسة، ويقصد به تكرار وجود العناصر التفاعلية، التي يصعب قياسها بوحدات القياس الدقيقة مثل الوسائط المتعددة وتطبيقات المشاركة.

9- مجتمع البحث وعينته:

9-1-مجتمع البحث:

يشمل مجتمع الدراسة جميع المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية المتاحة على شبكة الانترنت

9-2- نوع العينة :

و تنقسم عينة الدراسة إلى عينة تحليلية وعينة زمنية

أ- العينة التحليلية:

اختار الباحث العينة القصدية العمدية وهي من العينات غير الاحتمالية التي تخضع للاختيار الشخصي دون وجود نظريات أو علاقات رياضية تحكم هذا الاختيار وبالتالي فإن التحيز في اختيار العينة

يكون مطلوباً في إطار ارتباطه بأهداف الدراسة ففي القصديّة يتم اختيار المفردات أو الوحدات بطريقة عمديّة، وذلك تبعاً لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر لهذه المفردات أو الوحدات وتخدم أهداف البحث. (بوحيلة، 2019، 2018، 33)

9-3 وحدة العينة :

و قد تمثّلت عينة الدراسة في الموقعين الإخباريين الرياضيين الجزائريين **Dz Foot** و **Dzair Sport** و يرجع سبب اختيارهما لكونهما من أكثر المواقع الإخبارية متابعّة في الجزائر التي تختص في الشأن الرياضي، **DZ Foot** وهو موقع شامل ينقل جميع أخبار الرياضات الممارسة في الجزائر وباقي أنحاء العالم بداية بكرة القدم وبعض الرياضات الأخرى مثل كرة اليد وكرة السلة... الخ، و في المقابل الموقع الرياضي **Dzair Sport** الذي تأسس وظهر على الشبكة في 11 نوفمبر 2018، حيث ينقل الأخبار الرياضية العالمية والمحلية في مختلف الرياضات إضافة إلى تخصيص قسم آخر من أجل نشر ملخصات وأهداف لاعبو الكرة المحليين والأجانب.

ب- العينة الزمنية :

امتدت فترة الدراسة من 1 جانفي 2020 إلى غاية 20 جويلية من نفس السنة ويرجع ذلك إلى أنّها المدة الزمنية المتاحة لإجراء الدراسة واستكمالها.

10- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة سهيلي لامية "التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية" _ دراسة تحليلية لموقعي "الشروق أون لاين والنهار أون لاين" سنة 2014/2015 تناولت هذه الدراسة مدى توافر إمكانية التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية والأبعاد والمتغيرات التي تساعد على التفاعل مع المحتوى الإخباري، وذلك من خلال تحليل مضمون الصفحات الرئيسية للموقعين السالفة الذكر.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج من بينها:

و قد توصلت الباحثة إلى جملة إلى النتائج من بينها: عدم حرص المواقع الإخبارية الجزائرية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء، و عدم حرص المواقع الصحفية على استغلال الإمكانيات الكاملة للانترنت أو التفكير في ربط المادة الخبرية بمواد خبرية أخرى تشكل خلفية لها وتساعد القارئ على ربط الخبر لغيره من الأخبار، وتوضيح سياقها، لا تحرص المواقع الاخبارية الجزائرية على التجديد الفوري للأخبار، بل

تكتفي بتحديث مادتها الإعلامية بشكل يومي، توظيف المواقع الاخبارية الجزائرية تعدد الخيارات أمام المستخدمين، كبديل لها عن إتاحتها المعايير التفاعلية الحقيقية.

الدراسة الثانية:

دراسة منقور محمد رضا "تفاعل طلبة جامعة سعيدة مع المواقع الالكترونية المتخصصة" _ جريدة الأهداف نموذجاً _دراسة ميدانية على جمهور طلبة جامعة سعيدة، سنة 2016/2017، تناولت هذه الدراسة مدى تفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية خاصة لما تتميز الصحافة الإلكترونية من سرعة فائقة لها علاقة بمصادقية الصحف الإلكترونية وهذه السرعة تكون عادلة في التفاعل للطلبة مع المواضيع المنشورة، و من بين النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي: هناك تباين كبير بنسبة الذكور الذين يطلعون على موقع "الهداف أون لاين" «لأن ما يتضح أن جمهور الصحف الإلكترونية في الجزائر ذكوري أكثر منه نسوي، هناك تباين كبير بين نسبة الذين يستخدمون الانترنت من البيت نسبة 90% من المبحوثين بحيث أصبح بإمكان أي شخص امتلاك جهاز الكمبيوتر وجهاز الربط بالانترنت نسبة التفاعل لدى الطلبة الذين صرحوا أنهم يتفاعلون أحياناً عند الاطلاع على الجريدة 47%، يليها نسبة الطلبة الذين أكدوا على أنهم يتفاعلون دائماً، 30% يعتبر أفراد العينة بأن التفاعلية سبب في تصفح الطلبة في الموقع، و ذلك سببه التصويت الإلكتروني بنسبة 57% والمشاركة في تقديم الآراء ب : 28%

الدراسة الثالثة:

دراسة خديجة بن بلخير وكلثوم موسى، "التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية" _ دراسة تحليلية لصحيفة الشروق أون لاين _ سنة 2018/2019، تناولت هذه الدراسة مدى توظيف موقع الشروق أون لاين السمانة الاتصالية لشبكة الانترنت في تطبيقات التفاعلية وذلك من خلال ما تتيحه الشروق أون لاين من تعدد في الخيارات وكذا إمكانية إضافة المعلومات وطريقة الرد على المستخدمين، كذلك من خلال سرعة تحديث الموقع الممثل في الشروق أون لاين.

وقد توصلت الباحثتان إلى مجموعة من النتائج من بينها: عدم حرص المواقع الصحفية على استغلال الإمكانيات الكاملة لشبكة الانترنت أو التفكير بربط المادة الخبرية بمواد خبرية أخرى تشكل خلفية لها وتساعد القارئ على ربط الخبر لغيره، توظيف المواقع الإخبارية الجزائرية تعدد الخيارات أمام المستخدمين، كبديل لها عن إتاحتها لمعايير التفاعلية الحقيقية، عن طريق إشباع رغبات الجمهور كإتاحة مختلف الوسائل المتعددة، حرص المواقع الإخبارية الجزائرية على التجديد الفوري الأخبار.

الدراسة الرابعة:

دراسة ثائر محمد تلاحمه "حراسة البوابة الاعلامية والتفاعلية في المواقع الاخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت" في أيار 2012، تناولت هذه الدراسة العناصر التي وضعها حارس البوابة الاعلامية للمواقع التي تشجع المتلقي على التفاعل مع وسيلة الاتصال وخاصة المواقع الاخبارية المتاحة على شبكة الانترنت والأبعاد والمتغيرات التي تساعد المتلقي على التفاعل مع محتوى الموقع الإخباري ومدى توافرها في المواقع الاخبارية الرياضية.

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج من بينها: المواقع الإخبارية الفلسطينية استخدمت بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة بكافة أشكالها (نص، صورة، فيديو) في نشر المادة الخبرية داخل الموقع، ارتفاع نسبة اهتمام المواقع الإخبارية الفلسطينية بنشر المواد السياسية والمواد الاجتماعية فيما أشارت بالمقابل إلى انخفاض نشر هذه المواقع للمواد الاقتصادية ومواد الترفيه والتسلية، انخفاض مدى التفاعلية بين الزوار وعدم توفير بعض الإمكانيات التفاعلية من قبل حارس البوابة، الاهتمام بتحديث المواد الخبرية المنشورة فيها.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

أ- من حيث نوع الدراسة :

تقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث أن معظم الدراسات السابقة دراسات وصفية.

ب- من حيث المنهج المستخدم:

استخدمنا في هذه الدراسة المنهج المسحي ويتشابه مع عدد من الدراسات السابقة .

ت- من حيث الأدوات المستخدمة:

استخدمت هذه الدراسة أداة تحليل المحتوى، وهو ما تشابه مع الدراسات السابقة أما دراسة منقور أحمد فقد استخدمت أداة الاستبانة، وكذلك دراسة ثائر محمد تلاحمة.

ث- من حيث مجتمع الدراسة:

دراستنا تتمحور حول التفاعلية في المواقع الاخبارية الرياضية الجزائرية بينما كانت جميع الدراسات حول المواقع الاخبارية الجزائرية بصفة عامة ،فيما عدا دراسة منقور رضا التي تمحورت حول الموقع الرياضي الهداف وكان مجتمع الدراسة هو جمهور طلبة جامعيين منتسبين إلى شعبة علوم الإعلام والاتصال (ماستر1، ماستر2) صحافة مكتوبة ، كما أن دراسة ثائر محمد تلاحمة تناولت المواقع الإخبارية الفلسطينية.

ج- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في عدة مجالات منها التعرف على أهمية التفاعلية في المواقع الالكترونية وأدواتها وكيفية استخدامها في المواقع والتعرف على معايير هذه الأدوات التي تقاس بها التفاعلية، وكذا أهم المناهج المستخدمة في التعرف على هذه الأدوات، كما ساعدتنا الدراسات السابقة في صياغة الخطة المتبعة في هذا البحث، بالإضافة إلى مقارنة نتائج الدراسة بالدراسات السابقة.

الفصل الثاني

الصحافة الإلكترونية

الرياضية والتفاعلية

الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية الرياضية والتفاعلية

المبحث الأول : الصحافة الالكترونية

المطلب الأول: ماهية الصحافة الإلكترونية

1- مفهوم الصحافة الإلكترونية:

هناك مفاهيم وتعريفات للصحافة الإلكترونية نذكر بعضها كالآتي:

حسب الموسوعة الإلكترونية: فإن الصحافة الإلكترونية نوع من الصحافة تستعمل الوسائط الإلكترونية في نشو مادتها الصحفية، أغلبها ظهر نتيجة لاعتماد الصحافة الكلاسيكية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة رغبة في تحسين أدائها أولاً ثم فتح مجال أوسع للانتشار. (أمين،14،1979)

كما يرى " دوغميلسون" أن الصحافة الإلكترونية باختصار هي تلك الصحافة الممارسة في الشبكة، وهي تضم نشر الأخبار والتقارير الإخبارية والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية والتاريخية. ولها عدة مسارات تعمل في الويب وخدمات الطلب الهاتفية مثل : أمريكا أون لاین وشبكات الأنترنت ولوحة النشرات الكمبيوترية(سهيلي،2014-2015، 28)

كما وعرفت الصحافة الإلكترونية عدة تعريفات أهمها أنها :وسيلة من الوسائل الإلكترونية متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر كافة شبكات المعلومات الدولية بشكل دوري وبرقم مسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض سمات ميزات التفاعلية وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسوب الآلي سواء كان لها أصل مطبوع أو صحافة إلكترونية خالصة.(عصام صالح،2015، 165)

كما وضع الدكتور " فايز عبد الشهري" تعريفا للصحافة الإلكترونية جاء فيه أنها : عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة من تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثواني معدودات .(القيسي،2013، 86)

ويشير كل من "حسني نصر" و"سناء عبد الرحمان" إلى أن: الصحافة الإلكترونية هي الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الأنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث في داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها منها، وطبع ما يرغب في طباعته.(محمد نصر،2004، 4)

وتجدر الإشارة هنا إلى أن دراستنا ليست بحثا شاملا يتناول كافة جانب الصحافة الإلكترونية ويدرس جميع جوانبها، بل نتناول الصحيفة الإلكترونية على أنها وسيلة تفاعلية تواصلية فقط.

2- ظهور الصحافة الإلكترونية وتطورها التاريخي:

أولا: في العالم الغربي

كانت البداية للصحافة الإلكترونية عبارة عن مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة وعلى الرغم من عدم القدرة على التحديد لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول أن صحيفة (هيلزنبورغ داجيلار) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي انتشرت إلكترونيا بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990 كما أنشئت " شيكاغو أون لاين " أول صحيفة على شبكة أمريكا أون لاين وأول موقع للصحافة الإلكترونية على الانترنت، انطلق في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة "فلوريدا"، و هو موقع "بالو أوتو أون لاين" جاء بعده موقع آخر في 19 يناير 1994 هو "ألتو بالو ويكلي" لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة وتعد الصحيفة أولى النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءا لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الانترنت (بن بلخير، موسى، 2018، 2019، 25، 14) وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية حيث حققت من خلال بدء ظاهرة الصحافة الإلكترونية منفعة كبرى للقراء بإتاحة الفرصة للجميع للاطلاع على أرشيفها الموسع كما أن بدء النشر الصحفي على الانترنت فتح آفاقا رحبة كيفت المنتج الصحفي حسب الطلب على نطاق واسع (فيصل، 2006، 94)

أما في بريطانيا كانت صحيفة "إلكترونيك تلغراف" الرائدة فيها ظهرت سنة 1994 تلتها صحيفة "التايمز" في سبتمبر من نفس العام، وفي فرنسا في العام نفسه ظهرت أول صحيفة إلكترونية لا تملك أصلا طبعة ورقية وهي جريدة "la vague interactive" التي كانت توزع على الأقراص المضغوطة، وتصدر أربع مرات في السنة ثم تنشر على الانترنت. (سيد أحمد، 1979، 14)

ثانيا: في الوطن العربي :

لقد توافرت الصحافة العربية إلكترونيا لأول مرة على شبكة الانترنت في 09 أيلول 1995 ونشرت صحيفة الشرق الأوسط في عددها الصادر في 06 أيلول 1995 سوف تكون موادها الصحفية اليومية متوفرة إلكترونيا للقراء على شكل صور عبر شبكة الانترنت، الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت كانت

صحيفة "النهار" التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1996 ثم تلتها "الحياة" في الأول من حزيران و"السفير" في نهاية العام نفسه. (المخلفاوي، 2005، 142، 141)

وفي فبراير من سنة 1997 ظهرت الجمهورية كأول صحيفة مصرية على الانترنت ثم تلتها "الأهرام" في أوت 1998 وتلتها صحيفة "الأخبار" سنة 2000 وبعدها ازداد عدد الصحف العربية على الانترنت حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية وتجدد الإشارة إلى أن ظهور الصحافة العربية على الانترنت تمتلك مقابلا ورقيا كانت متأخرة نوعا ما حيث تعتبر صحيفة "الجريدة" أول صحيفة إلكترونية عربية خالصة في جانفي 2000 تلتها بعد ذلك "إيلاف اللبنانية التي انطلقت في 21 مايو 2001 من لندن، تتمتع بعدة مزايا خاصة بالصحف الإلكترونية. (مليك، 2005، 2006، 84)

1-أنواع الصحافة الإلكترونية :

تقسم الصحافة الإلكترونية إلى ثلاثة أقسام هي :

أولا: الصحف الإلكترونية الكاملة :

وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) ويتميز هذا النوع من الصحف بما يلي :

_ تقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار، وتقارير وأحداث، وصور.

_ تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائقة .

_ تقديم خدمات الوسائط المتعددة (Multimédia) النصية والصوتية، والمصورة.

ثانيا :الصحف الإلكترونية من الصحف الورقية:

وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين : (تريان، 117، 2008، 188)

-الصحف الإلكترونية تقدم المضمون الورقي الكامل كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

- الصحف الإلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

ثالثا: الصحف الإلكترونية ليس لها إصدار ورقي :

وهذه الصحف غير تابعة لأي مؤسسة صحفية ورقية، وتعتبر مستقلة إداريا، وتقدم خدمات تعنى بالشأن المحلي، وتقدم خدمات إخبارية على جميع الصعد، إضافة إلى ميزة التفاعلية، وخدمة البريد الإلكتروني وغيرها من الخدمات (الرحباني، 2009، 35، 39)

وهناك عدة تقسيمات أخرى مثل: الصحف الإلكترونية التي يتم تقسيمها وفقا لنوع التقنية المستخدمة في الموقع: (الصحف الإلكترونية تستخدم تقنية النص المحمول pdf صحف إلكترونية تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي، صحف إلكترونية تستخدم تقنية النص الفائق، صحف إلكترونية تجمع بين النمط الفائق والنمط المحمول). (أمين، 2006، 99، 200)

3- واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

3-1- لمحة عن الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

كان لدستور 1989 الفضل الكبير في التأريخ التعددية الحزبية والإعلامية في الجزائر، حيث استفادت الصحافة المكتوبة من هذا الأخير، ليكون بذلك ميلاد عهد جديد للصحف الخاصة منذ بداية 1990 والتي دعمها صدور قانون الإعلام في نفس السنة.

وهكذا تنوعت الخارطة الإعلامية في الجزائر ما بين صحف خاصة وأخرى حزبية وحتى عمومية باللغتين العربية والفرنسية، هذه الأخيرة التي تربعت على عرش الإعلام في الجزائر في ظل غياب المنافسة مع التلفزيون والإذاعة بسبب بقائهما حكرا على الدولة .

عموما فالיום هناك عشرات من اليوميات والدوريات إلا أن الصحف الأكثر انتشارا يمكن تحديدها في الصحف العمومية وبالنسبة لليوميات نجد صحيفة الشعب باللغة العربية والمجاهد بالفرنسية، أما أكثر الصحف رواجاً بالنسبة للصحافة المستقلة نجد جريدة الخبر والشروق اليومي واليوم والأحرار، كما ظهرت عناوين أخرى أخذت تأخذ مكانها في الساحة الإعلامية منها النهار الجديد ووقت الجزائر بالعربية والفرنسية وعناوين أخرى جديدة لاحصر لها، أما باللغة الفرنسية نجد الوطن، لبيارتي، لوسوار دالجيري، لو كوتيدان دورون، وغيرها من العناوين الجديدة .

هذا ولم تكن الصحف الصادرة في الجزائر بمعزل عما شاهده عالم التكنولوجيا الحديثة للإتصال، فقد وظف اصحاب المؤسسات الإعلامية هذه التكنولوجيات في مجال الطباعة عن بعد بواسطة الأقمار الصناعية

نظرا لشساعة مساحة البلد ، كذلك استخدمت أحدث الطرق في الطباعة وتم إدخال الألوان إلى الصفحات الرئيسية للجرائد وغيرها (شطاح، 2005، 63)

في هذا السياق عرفت الجزائر ظاهرة الانترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، وهذا سنة 1993 عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST بواسطة خط هاتفي متخصص Dialup وتم هذا الارتباط في إطار اتفاقية التعاون مع اليونيسكو، حيث أقامت الجزائر الربط الكامل مباشرة من إيطاليا عبر البحر.(الفتاح حمدي، 2011، 61)

بعد ذلك بسنة تم السماح للباحثين العلميين بالاستعمال المجاني للشبكة، ليتم فتح أول مصلحة للاشتراك يستفيد منها المستعملون سنة 1995، وهذا في حدود الطاقة المخولة لهذا الارتباط المتخصص، مما جعل الاشتراك مفتوحا فقط أمام الأشخاص الذين يمتلكون سجلا تجاريا. (تيميزار، 2007، 2008، 81)

3-2- تطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر

رغم أن الجزائر كانت متأخرة نوعا ما في مجال الصحافة الإلكترونية مقارنة بالدول العربية والأوروبية، إلا أن تجربة الصحافة الإلكترونية المكتوبة مع الانترنت لأول مرة كانت سنة 1997، حيث كانت جريدة الوطن باللغة الفرنسية سباقة إلى اعتناق النشر الإلكتروني وإنشاء أول موقع لها على الويب ، و هذا بعد إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للانترنت .

وفي هذا المقام لجأت الصحف المكتوبة الجزائرية إلى إنشاء مواقع إلكترونية لها مع المحافظة على النسخة الورقية لغرض تحقيق رواج أكبر للجريدة وللحاق بالركب والتطور التكنولوجي في مجال النشر الإلكتروني. (بوثلجي، 2010، 2011، 54)

و لهذا أصبح لكل صحيفة مكتوبة في الجزائر موقع إلكتروني على الشبكة، أما فيما يخص الصحف الإلكترونية التي لا تمتلك نظيرا لها في النسخة الورقية المطبوعة فكانت أول تجربة في الجزائر لجريدة *Algeria interface* والتي أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين.(شطاح، 2005، 64)

وهي في الأصل عبارة عن خطة إصدار جريدة مستقلة عام 1996 تقدم تقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية ثم تحلى لاحقا عن الفكرة وتحول الأمر في التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الأنترنت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني.

وفي ديسمبر سنة 1997، وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم الكابيل الأول بخط متخصص آخر، ليتمكن بعدها الخواص في الاستثمار في هذه الشبكة، حيث ارتفعت أعداد الخدمة في مارس 200 إلى 18 شركة. (شطاح، 2005، ص06)

وفي سنة 1998 ظهرت صحيفة Watch Algeria، لتظهر بعدها العديد من الصحف الإلكترونية. هذا وتوالت العديد من الصحف على الأنترنت والتي لا يمكن حصرها أو تحديد عددها. (بوفلاقة، 2010، 64)

3-3- أنواع الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

أ- صحافة إلكترونية مكاملة للطبعة الورقية:

تعتبر يومية الوطن أولى اليوميات الجزائرية التي وضعت على الخط سنة 1997 ثم تبعتها 8 يوميات أخرى خلال العامين 1997 - 1998 هي: Liberté - اليوم - الخبر - الشعب - المجاهد - le matin - Le soir d'algie - LA ACIL وبعدها وفي مدة قياسية دخلت معظم الصحف الجزائرية على الخط ما عدا عدد قليل منها.

الجدول رقم (1) : يمثل أهم الصحف الإلكترونية المكاملة للطبعة الورقية :

نوع الملكية	تاريخ إنشاء الموقع	الموقع	الصحيفة
مستقلة	نوفمبر 1997	www.Elwatan.com	Elwatan
مستقلة	جانفي 1998	www.liberté.com	Liberté
مستقلة	فيفري 1998	www.elyoum.com	اليوم
مستقلة	أفريل 1998	www.elkhabar.com	الخبر
عمومية	جوان 1998	www.ech-chaab.com	الشعب
عمومية	جويلية 1998	www.Elmodjahid.com	El moudjahid
مستقلة	أكتوبر 1998	www.lematin.dz.com	le matin
مستقلة	نوفمبر 1998	www.lesoird'Algie.com	Le soir d'algie
مستقلة	مارس 2000	www.laacil.com	LA ACIL

ب- صحف إلكترونية بحتة :

أما الصحف التي ليست لها دعامة ورقية، والتي ظهرت في الجزائر فقد كان أولها **Algria interface** سنة 1999 من طرف نور الدين خلاطي، وكان مقرها فرنسا وقد توقفت عن الصدور لظروف مالية.

جريدة **le souk** سنة 1995 وهي خاصة بطلبة الطب ومتخصصة في مواسة الأطفال المصابين، **algeria-watch.com** من سنة 1998 إلى 2006. بالإضافة إلى جريدة **nouvelledu bled** وجريدة **la nation** التي توقفت سنة 1996 بسبب الضغوط. (بن سهيل، 2014-2015، 32، 33)

الجدول (2) : أهم الصحف الإلكترونية البحتة في الجزائر:

اسم الصحيفة الإلكترونية	الموقع الإلكتروني	ملاحظة
algria interface	http://www.algeriainterface	توقفت عن الصدور لظروف مالية
algeria-watch	http://www.algeria-watch.com	تم صدورها عام 1998
le souk	http://www.le.souk.org	أصبحت مؤخرا لها طبعة ورقية توزعها بأعداد محدودة وغالبا ما يتم داخل كلية الطب
Auto Algerie	http://www.AutoAlgerie.com	
Algerie la grand kechfa		أول صدور لها كان في 14 جويلية 2003
Planet Dz	http://www.PlanetDz.com	الموقع المجمع لمواقع الجمعيات الجزائرية

يذكر أن هذه الصحف الإلكترونية متنوعة من حيث المضامين وحتى في مكان الصدور، التي كانت بعضها تسير من خارج الوطن وهي محاولات تعكس النضج المعرفي للقائم بالإعلام مع الجمهور المستخدم، كما يكشف هذا التنوع شغف الصحفيين لحرية أكبر في التعبير عن القضايا السياسية والاجتماعية التي تمس المجتمع كما يعكس في ذات الوقت اهتمام الشباب وبقية الفئات الأخرى لهذا الفضاء الإعلامي الجديد المتميز بالسرعة، الأنوية والتفاعل وخاصة حرية التعبير وإبداء الرأي. (بلعالية، 2006، 151، 150)

المطلب الثاني : المواقع الإخبارية :

1- التحول من الصحافة الإلكترونية إلى المواقع الكاملة :

لا بد أن نقر من البداية بأن الصحافة الإلكترونية كغيرها من وسائل الاتصال الحديثة المتطورة لم تتبلور بعد، لكن هذا لا يمنع من وجود معايير وقواعد أصبحت ثابتة يمكن الاسترشاد بها عند الحديث عن الصحافة الإلكترونية.

ولا شك أن الصحافة الإلكترونية أحدثت انقلاباً في عالم الصحافة والإعلام بشكل عام لأنها جمعت بين كل مميزات ووسائل الإعلام (نص وصوت وصورة) وجعلت القارئ يستخدم حواس السمع والبصر وخلقت معه علاقة حميمة وجعلته طرفاً مشاركاً في العملية الإعلامية من خلال التعليق وإبداء الرأي فيما نشره. لقد كانت شبكة الأنترنت الثورة التكنولوجية الهائلة التي أعطت للإنسان ما لم يكن يحلم به في عالم الاتصالات، فلا يقف في طريقها زمان ولا مكان ولا أي عائق أمني. وهذا مما أعطى فرصة لظهور الصحافة الإلكترونية، التي فرضت نفسها على العالم كنتيجة حتمية لكل التطورات الأخرى. (محمود، 1997، 29)

فقد كان وجود الأنترنت دافعاً أساسياً لمختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمشاهدة للتواجد على الشبكة من خلال عمل مواقع إلكترونية لها تؤدي نفس الرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى ما توفره شبكة الأنترنت من مميزات وسمات تؤهلها للقيام بمثل هذا الدور الإعلامي. (الحمامي، 2009، 19)

2- مميزات الصحافة الإلكترونية :

تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الأنترنت كوسيلة اتصالية حديثة لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر الإلكتروني وأهم هذه الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية هي:

1. التفاعل والمشاركة :

في ظل تطور بيئة الاتصال وظهور الاتصال ذو الاتجاهين نمت الحاجة إلى ضرورة توفر التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية حيث أظهرت الدراسات أثر التفاعلية في تقديم المادة الإعلامية واستخدامها على إدراك القارئ لها وقدرته على الاحتفاظ بها واسترجاعها بشكل إيجابي (علم الدين، 2008، ص 135)

2. العمق المعرفي :

تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، وبتهيأ ذلك من اتساع المساحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة .

3. النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص :

في أي وقت مما يجعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون بل أن الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوصيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تنسيق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.(السلوم، 2002، 21)

4. التحديث المستمر للمضمون المقدم :

ينطوي عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذلك لمسيرة الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها.

5. سهولة التعرض :

تعد سهولة التعرض إحدى أهم عوامل تفضيا الجمهور للوسائل الاتصالية، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحها الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها.

6. تعدد الوسائط:

من ميزة الإعلام التقليدي تقديم المضمون مثل الصوت في الراديو والصورة في التلفزيون والنص في الصحافة المطبوعة، فإن ميزة الصحافة الإلكترونية تقديم هذه النصوص الثلاثة معاً بشكل مترابط وبنسجام تام لأن الصحافة الإلكترونية تتعامل مع المضمون المخزن رقمياً ومن سماته جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات بعدها ذات طبيعة واحدة سواء كانت صوتاً أو صورة أو نصاً مكتوباً، وهذه تتطلب صناعة صحفية متكامل الرؤية في صهر كل هذه المواد والتعامل معها بطريقة مهنية بغية وصولها للمستخدمين.

7. الحدود المفتوحة :

الصحافة الإلكترونية تتسم بخاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيوداً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار ومن

الأمر الإيجابية للصحافة الإلكترونية أن تكنولوجيا الأنترنت تملك روابط نشطة لديها إمكانية احتواء واستيعاب جميع المعلومات المتوفرة لدى الصحيفة. (حسني البدراني، 2014، 210، 212)

8. الأرشيف الإلكتروني الفوري:

يتيح للصحف الإلكترونية إمكانية استخدام الأرشيف الخاص بها، وهي بهذا تقدم مخزوناً وافراً من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة، بل وبميزات أخرى تميزها عن فكرة الأرشيف التقليدي وكأنها تقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد على خاطره ينقب عنها بأيسر الطرق وأكثرها فاعلية، وبهذا يعتبر الارتداد إلى الوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل والتفاعل.

المبحث الثاني: الصحافة الإلكترونية الرياضية

المطلب الأول : الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر

1- مفهوم الصحافة الإلكترونية الرياضية

تعد الصحافة الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الأنترنت، حيث أسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة. (أبو عيشة، 2012، 15) فقد أحدث ظهور شبكة المعلومات العالمية "الأنترنت" ثورة معرفية في مجال الاتصالات والاعلام مما أدى إلى تغيير العديد من المفاهيم التي تتصل بالعملية الإعلامية. (قدواح، 2007، 146)

تعريف الصحافة الإلكترونية الرياضية :

عرفها "أوليفر براون" بأنها : مجموعة الخدمات والمعلومات الرياضية، المنشورة عبر موقع إلكتروني أو نافذة إلكترونية، والمحدثة باستمرار والمتاحة للجميع، والتي تعتمد على أحداث رياضية حقيقية يتم تقديمها للجمهور بقوالب مختلفة .

ويعرف الباحث المواقع الرياضية الإلكترونية بأنها مواقع إخبارية تهتم بالشؤون الرياضية، ويمكن الوصول إليها عبر عنوان إلكتروني محدد، تمتلك هيئة محررين وشبكة مراسلين تتميز باهتمامها الرياضية، وتستعين بالقوالب الفنية المختلفة لتقديم خدماتها الإعلامية (lange، 2002، 57)

2- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية الرياضية:

عندما قامت شركة (ياهو) العالمية 2001 م، بتوسيع محركات البحث الخاصة بها لتشمل الرياضة، وجد أن هناك قرابة 21 ألف موقع رياضي منتشر حول العالم، دون الحصول على إحصائيات حديثة تشير إلى أعدادها في الوقت الراهن.

وعند قيام الباحث إلى اللجوء إلى محرك الحث الشهير (جوجل) للوصول إلى تاريخ ظهور الصحافة الرياضية الإلكترونية، وأول المواقع الرياضية التي نشأت على شبكة الأنترنت، حصل الباحث على نتائج تصل أعدادها إلى (1033000000) نتيجة في مدة بحثية استمرت حتى (0.47) جزءا من الثانية وتركزت هذه النتائج على تاريخ الصحافة الرياضية، والتاريخ الرياضي لأمريكا الجنوبية، وتاريخ الألعاب الرياضية المختلفة، وتاريخ كرة القدم. إضافة إلى العديد من الاحصائيات الرياضية الموثقة.

أما عن البحث عن أعداد المواقع المختصة بالشؤون الرياضية في العالم عبر ذات المحرك، حصل الباحث على (43) مليون نتيجة، في مدة زمنية تصل إلى (0.45) جزءاً من الثانية، وتركزت النتائج على كلمة الاختصاصات وتجنبت الحديث عن المواقع الإلكترونية الرياضية، مسلطة الضوء بشكل كبير على الدرجات الهوائية وسباقاتها المختلفة.

ومن خلال ما سبق وبعد البحث في العديد من الكتب والمراجع ذات الصلة باللغة الأجنبية يمكن القول أنه يصعب الوصول إلى نتيجة محددة حول تاريخ نشأة الصحافة الرياضية الإلكترونية، وموعد ظهورها والكشف عن أول المواقع الرياضية الإلكترونية التي نشأت على شبكة الانترنت (معين، 2016، 111)

2-1- أنواع الصحافة الإلكترونية الرياضية :

هناك نوعان من الصحف على شبكة الانترنت :

• الصحف الإلكترونية الكاملة **On-line Newspaper** :

وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية، ويمتاز هذا النوع من الصحف الإلكترونية أنه :

- يقدم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.

- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب، بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والأرشفة.

- تقديم خدمات الوسائط المتعددة **Multimedia** .

• النسخ الإلكتروني من الصحف الورقية :

ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، وخدمة تقديم الاعلانات والربط بالمواقع الأخرى.

2-2- سمات الصحافة الإلكترونية الرياضية :

يمكن إيجاز سمات الصحافة الإلكترونية الرياضية بالآتي :

- النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، مما جعلها

تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون، بل أن الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيطتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.

- قدرة الصحف الإلكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري ورخيص التكاليف وذلك عبر الأنترنت.

التكاليف المالية للبت الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية (محمود شريف، 2000، ص 69-72)

- لجوء معظم الصحف الإلكترونية إلى التمويل من خلال الاعلانات، وقد أصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان الياطرة هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف.

- توفر تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة، عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفي للصحيفة مؤشرات عن أعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها التواصل معهم بشكل مستمر.

- توفر فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة.

أصبح على الصحفي أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للأنترنت وللصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضا علمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها (ليتش، 2001، 45)

المطلب الثاني: واقع الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر:

1- مفهوم الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر :

هي الصحف الرياضية التي يتم إصدارها على شبكة الأنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية للصحف الرياضية الورقية المطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية رياضية ليست لها إصدارات ورقية، وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية الرياضية والمقالات والتعليقات والصور والإعلانات، وتنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات الرياضية، وهي نموذج جديد في العمل الصحفي الرياضي وتستغل كافة مميزات وتقنيات الأنترنت، وتغطية الأخبار الرياضية المحلية والعالمية بحيث يحصل القارئ على كل ما يهمه في المجال الرياضي. (شبحي، 2015-

2- بؤادر ظهور الصحافة الإلكترونية الرياضية في الجزائر :

عرفت الجزائر ظاهرة الانترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينيات وأصبحت كظاهرة ملفتة للانتباه مع بداية الألفية الثالثة، وسارعت إلى احتضان الانترنت من خلال إنشاء هيئة تابعة للحكومة تتولى تقديم خدمات الشبكة ممثلة في CERIST.

ويتم الاتصال عبر هذه الشبكة في الجزائر، وكانت بداية الانترنت مع مراكز البحث والجامعات ثم توسعت العملية مع ظهور ما يسمى بنوادي ومقاهي الانترنت، واليوم تشهد مختلف المدن والقرى تهاوت هذه الخدمة، وعلى صعيد الصحف الإلكترونية الرياضية، بدأت الجزائر تشهد نشوء الصحف الرياضية إلا أنها قليلة مقارنة مع عدد عناوين الصحف الورقية، وبهذا أصبح لكل صحيفة مكتوبة في الجزائر موقع إلكتروني على الشبكة، أما فيما يخص الصحف الإلكترونية التي لا تملك نظيرا لها في النسخة المطبوعة، فكانت أول تجربة في الجزائر لجريدة Algeria interface والتي أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين سنة 1996. (الشطاح، 2006، 64)

ونذكر بعض الصحف الإلكترونية الرياضية الجزائرية :

- جريدة الهداف :

هي جريدة يومية رياضية تأسست أول نوفمبر 1988 حيث كان الطاقم الصحفي للجريدة يعملون بأسبوعية الكرة التي كانت تصدر كل سبت وبعد ذلك قرر سبعة من التقنيين والصحفيين الانفصال عنها بعد تم الاتفاق على إنشاء صحيفة أسبوعية رياضية وطنية متخصصة ومستقلة لعدة أسباب منها :

- استخفاف جريدة المنافس كومبيتيسيو الصادرة باللغة الفرنسية بصحفي جريدة الكرة .
- التمييز بين الصحفيين وقالوا عنهم القدامى يعاملون معاملة خاصة وآخرون محرومون من كل الحوافز والمزايا.
- عدم الاستفادة من بعض الامتيازات الاجتماعية كانعدام التأمين والنقل حتى أثناء المهام الصحفية.
- انعدام المعاملة الحسنة خاصة من طرف المسؤولين .

استغلال قدرات هؤلاء الصحفيين والتقنيين من طرف رئيس قسم تحرير أسبوعية كومبيتيسيون عن طريق نشر المادة الإعلامية لهؤلاء بأسماء صحفيين آخرين مقربين منهم. (لكحل، عبد الكريم، 2006، 11)

- جريدة الخبر الرياضي :

النسخة الإلكترونية أون لاين غنية بالمعلومات المتعلقة بالرياضة، خاصة تلك التي تتعلق بالرياضة الأكثر شعبية في الجزائر وهي كرة القدم وهي جريدة يومية متخصصة في تقديم الأخبار الرياضية الجزائرية،

وأخبار المقابلات وتصنيف وتحليل مختلف الألعاب الرياضية في الجزائر وفي جميع أنحاء العالم، بدأ إصدارها في شهر جوان 2010 بمناسبة نهائيات كأس العالم وتقدم جريدة الخبر الرياضي ريبورتاجات عن المقابلات، وتحليل وتعليق من طرف أفضل اللاعبين والمدربين والجهاز الفني والحكام والمعلقين في الجزائر على مواضيع مختلفة عن الدوري الجزائري، دوري أبطال أوروبا وكأس الجزائر الرياضية وجميع الرياضات عموماً، ويفتح نافذة على جميع الألعاب الرياضية سواء في الجزائر أو في العالم، فتقدم كل النتائج والمسابقات والتوقعات.

- جريدة الشباك :

جريدة رياضية جزائرية تصدر أيام السبت، الثلاثاء والخميس مختصة في أهم الأخبار الرياضية في الجزائر .

- جريدة ماراكانا (Maracana):

نسبة لأحد الملاعب، وهي صحيفة أسبوعية رياضية جزائرية تصدر باللغة الفرنسية مختصة بكرة القدم.

- جريدة كومبتيسيون (Competition):

هي جريدة يومية رياضية جزائرية تصدر باللغة الفرنسية تأسست سنة 1993. (شبحي، 2015-2016)

(26، 25، 2016)

1- أنواع الصحافة الإلكترونية الرياضية الجزائرية :

تعرف الجزائر منذ منتصف التسعينات أولى بدايات الصحافة الإلكترونية سنة 1997، والنشر الإلكتروني مباشرة وبصورة مستقلة لصحف إلكترونية، هذا التعامل مع هذا النوع من النشر سمح بظهور نوعين من الصحافة الإلكترونية الرياضية في بلادنا هما :

أ- الصحافة الإلكترونية الرياضية للصحف الورقية :

وهي المواقع التابعة لمؤسسات صحيفة تقليدية رياضية حيث تحتوي على معظم ما ينشر على صفحات تلك الصحف، وعمدت الكثير من الصحف الجزائرية الرياضية إلى النشر الإلكتروني، مع المحافظة على الطبعة الورقية من أجل :

- كسب قراء جدد ممن هم من مستخدمي الانترنت في كل مكان، داخل الجزائر وخارجها، والتنقل في هذا العالم الإلكتروني بمنافسة مثيلاتها من الصحف الرياضية الدولية.

- الهروب من الضغوطات على اختلافها اقتصادياً بالبحث عن منفذ من التكاليف المالية والمادية

- نجد أن معظم العناوين الإعلامية اليوم تعتمد في غالبيتها على النشر الإلكتروني كوسيلة لتوزيع مضمونها بدور تكميلي للنسخة المطبوعة.

- يعتبر وجود الصحف الرياضية الوطنية على الانترنت صورة جديدة لمضمونها المطبوع في حلة الكترونية جديدة ومع كل المزايا التي تقدمها الانترنت من خلال كسر حاجز البعد الجغرافي بالوصول إلى القراء أينما كانوا والتصدي للمشاكل والمعوقات المادية والمالية، وبالرغم من ارتفاع عدد الصحف الرياضية الوطنية إلا أن قراءة الصحف المطبوعة تحتل مكانة مهمة لدى قارئ الصحف الرياضية الجزائرية

- يعتبر النشر الالكتروني تدعيم لعملية وجود الصحف الالكترونية الرياضية، وتأكيد على مكانتهما في المجتمع الجزائري ووسط قرائها وهذا باستعمال ترقية pdf.

- يشهد إقبال الصحف الرياضية على الانترنت إقبالا سريعا ومتزايدا، فعند انطلاقتها استطاعت وفي مدة لا تتعدى السنتين أن يتم إنشاء مواقع للجرائد الرياضية اليومية، وقدر عددها ب 3 جرائد يومية آنذاك باللغتين العربية والفرنسية.

ب- صحافة الانترنت الرياضية في الجزائر :

هي الصحافة التي لا يكون لها مقابل وقي، حيث يتم تصميم الصحيفة الالكترونية للنشر على الانترنت، وهي مستقلة بأجهزتها وإدارتها وكل مراحل عملية إنتاجها تتم إلكترونيا فهي مؤسسة إلكترونية تستغني عن عملية الطبع والتوزيع وتستبدلها بالنشر الالكتروني.(فتحي محمد، 2001، ص 33)

3- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية الرياضية الجزائرية :

تواجه الصحافة الالكترونية الرياضية في الجزائر مشاكل وصعوبات، تجتمع كلها لتشكيل عقبة إما أمام تطورها حتى تصبح الأداة الفعالة في المجتمع، أو تعيق حاليا عملها، ويجب إزاحتها لتحقيق نتائج أفضل، من أبرز هذه المشاكل نجد:

● عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة:

لازال المجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصى مضارب الأرض، والتي تلغي الزمان معها والمكان وتجعل البعيد قريب، وتفتح العالم على بعضه، وتسافر معها بدون جواز سفر فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة 62%، ثم الجرائد بنسبة 22% وأخيرا الانترنت بنسبة 10%.

وتحتاج السوق الجزائرية إلى 10 ملايين حاسوب في حين لم تتوفر السوق سنة 2004 إلا على 200 ألف وحدة، لذلك يجمع غالبية أهل الاختصاص على ضرورة سعي الدولة إن أرادت دخول مجتمع المعلومات خاصة في ظل استعداد الجزائر لفتح أبواب الاستثمار، أن توفر التكنولوجيا العالية بإعداد الأرضية السليمة

لإقامة اقتصاد متين، وعادات طبقات المجتمع للتكيف مع هذا الحدث، ولقد ترجم هذا السعي من خلال مشروع "حاسوب لكل عائلة" سنة 2005، ولكن نظرا للتكلفة المرتفعة للجهاز يبقى الجهاز بعيد عن القدرة الشرائية للفرد ثم يطرح من الجهة الموازية قضية غلاء تكلفة ساعة من الإبحار في الانترنت .

● قلة المضامين الالكترونية الرياضية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي :

إن الاستفادة من الصحافة الالكترونية الرياضية يعني التوفر على حد أدنى من المستوى التعليمي المؤهل لاستخدام جهاز الحاسوب، ومعرفة بعض تقنياته للتمكن من الإبحار في الانترنت والبحث عن المعلومة عموما أو الجريدة المرجوة أو المرغوب قراءتها، وإذا كانت الأمية عموما منتشرة في الجزائر بقدر 7 ملايين أمة في التعريف القديم للأمية من المجتمع الجزائري، فما بالك بالأمية الالكترونية.

لهذا يبقى الفرد الجزائري مغيب عنه استعمال هذا الجهاز، وقد نلاحظ أن الطفل في سن الخامسة يحسن استعمال بل ويجيد العمل بالحاسوب والانترنت معا، أحسن بكثير من والده الذي قد يحتل منصبا مرموقا في أحد أجهزة الدولة والبحث العلمي بصفة خاصة ولا يعرف استعماله.

● تنامي قرصنة المواقع الالكترونية :

إن المواقع الالكترونية الموجودة على الساحة الإعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية تظل غير مؤمنة ومعرضة للعديد من هجمات قرصنة الانترنت، خاصة في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الانترنت.

لذلك يؤكد المسؤولون عن إقامة المواقع في الجزائر ويطالبون بتأمين أكبر للمواقع خاصة الرسمية منها، فخراب أجهزة الإعلام الآلي يمكن تعويض خسائرها لأن البرنامج الالكتروني يمكن الاحتفاظ به، بينما تعويض أضرار أصابت النظم والبرامج بفيروس فلا يمكن معالجة الأمر، لهذا يجب التفكير الجدي في إنشاء شرطة خاصة مهمتها تتبع آثار هؤلاء القرصنة مثلما يحدث في الدول المتقدمة وسن قوانين ردعية لهؤلاء .

● غياب الثقافة الإعلامية لدى الفرد الجزائري بسبب حداثة التجربة الإعلامية ككل في الجزائر :

تمر على التجربة الإعلامية في الجزائر ما يتعدى 15 سنة بقليل وهي مدة ليست بالطويلة، لذلك تعتبر تجربة فنية فنسبة مقروئية الصحف كمصدر إخباري لا تتعدى 22% أمام التلفزيون بنسبة 62%، ولهذا يقال حول التجربة المكتوبة للإعلام الكثير، باعتبار أن الآراء تتضارب بين من يقر بوجود حرية كبيرة نسبيا، مقارنة مع السنوات التي مضت عليها، ومقارنة مع تجربة الدول العربية المجاورة وبين من يلغيها. (شيحي 2015-2016)

المبحث الثالث: التفاعلية

المطلب الأول: ماهية التفاعلية:

لقد أصبحت التفاعلية سمة مميزة لوسائل الإعلام بفضل التطور الهائل في تقنيات الاتصال التي ساهمت في كسر حواجز المكان والزمان وجعلت الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام جزءاً أساسياً ومؤثراً في وسائل الإعلام.

ويرتبط مفهوم التفاعلية بالعالم وينر حينما أضاف رجع الصدى إلى نموذج شانون وويفر عام 1948، حيث بدأ أول اهتمام بدراسة الاتصال كعملية ديناميكية بين المرسل والمستقبل، ومع ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل الكمبيوتر والفيديو تكس والهاتف النقال ازداد الاهتمام بدراسة التفاعلية. (شفيق، 2010، 7)

1- مفهوم التفاعلية :

أ- التعريف اللغوي للتفاعلية :

هي من التفاعل، وجاء في المعاجم اللغوية أن التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشيء فعلاً وفعالاً أي عمله، وافتعل الشيء أي اختلقه، وانفعل كذا به، انبسطاً أو انقباضاً فهو منفعل، ويقال تفاعلاً أي أثر كل منهما في الآخر. (أبو شنب، د.ت، 4)

ب- التعريف الاصطلاحي :

- إن التفاعل يعني مرسل ومستقبل، ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة (Responsiveness) أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيط أو الأداة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية فقط .

- الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية .

- يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلاً لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر

- الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة، مثل حلقات النقاش الحالية (on line) المباشرة

والحالية في حجرات المحادثة (chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية (on line)

وتعرف التفاعلية بأنها عملية يكون لكل شخص فيها فرصة لأن يكون مصدر الرسالة ومستقبلاً لها

في نفس الوقت، بحيث تتيح تقنية التفاعلية اتصالاً في اتجاهين بين مرسل ومستقبل، أو بشكل أشمل تتيح

اتصال متعدد الاتجاهات بين أي عدد من المرسلين والمستقبلين، لتتحول عملية الاتصال إلى عملية تأثير متبادل

بين أطراف عملية الاتصال (الفلاحي، 2017، 46)

ويعرف نصر الدين العياضي التفاعلية " بأنها مفهوم ابتكر للدلالة على شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون والمشاهد، وتهدف التفاعلية إلى تحويل المشاهد السلبي إلى مشاهد فعال ونشط وبشكل يؤثر في البرنامج، غير أنه أصبح يدل على بعد الممارسة المتكررة على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة الإعلامية. (العياضي، 2004، ص65)

2- التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية :

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أكد (Wiener) أهمية رجع الصدى 1948 ورغم شهرة هذا المصطلح إبان الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة بسبب بنية وسائل الاتصال الجماهيري، فطبيعة الإعلام الأحادي الذي فرضته الجزائر سيثني إمكانية عودة المعلومات بين منتجي الرسائل ومتلقيها إذ ينعدم تبادل الأدوار بين المرسلين والمتلقين، وهذا يتجسد من خلال ما يسمى التفاعلية التقليدية التي نجدها في الجزائر على شكل رسائل منشورة في ركن رسائل من المحرر والتي كانت ترسل عن طريق البريد، فنجد أن إحدى الخصائص الرئيسية في الاتصال الحديث تتجلى في إرساء أسلوب اتصالي لا يتيح الإعلام التقليدي، ألا وهو الاتصال التفاعلي وتجسيد البناء التقني للاتصال الحديث في تجاوزه إحدى خواص الاتصال القديم أحادي الاتجاه.

كما أن مفهوم التفاعلية تطور وتماشى مع الوتيرة المتسارعة لانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والدافع وراء هذا النوع من الدراسات يكمن في الممارسة وسلوكيات المستخدمين لهذه التكنولوجيات الحديثة، والتي بفضلها أصبحنا نتحدث عن سهولة اتصالية حققت ما يسمى الإعلام التفاعلي ذا الاتجاهين، والذي يحدث بين المرسل والمستقبل، يصل هذا النوع من التفاعل في الصحافة الإلكترونية من خلال تدخل المتلقي بالرد والتعليق مع القصص الإخبارية والتفاعل مع أفلام الفيديو تيكست مما يؤثر على المرسل في إعادة صياغة مضمون الرسائل التي يقوم ببثها (اللبان، 66، 65، 2007)

3- أبعاد التفاعلية:

يتضح من الدراسات السابقة تعدد تعريفات التفاعلية وأعادها لدى الباحثين وقد حاول العديد من العلماء تعريف التفاعلية هو مفهوم متعدد الأبعاد وظلت التفاعلية لفترات طويلة بمثابة مفهوم أساسي حاولت نماذج الاتصال المختلفة إضافة إلى عناصر العملية الاتصالية وتوضيح أبعاده (حجاب، 2004، 45)

وواضح للتفاعلية يمكن تطبيقه في المجالات والتخصصات المختلفة التي تتوفر فيها نوع ما من التفاعلية متعدد الاستخدامات والأبعاد ولكي نفهم غير أنه وحتى الآن لم يدم الاتفاق بين الباحثين على تعريف محدد

أشكال التفاعلية سنعتمد على التصنيف الذي قدمه "سعيد النجار" في تناوله للتفاعلية بخصوص الدراسات والأبحاث الذي تناولت هذه الظاهرة وتمت وفق ستة أبعاد سنتناولها بشيء من التفصيل كما يلي:

1/ -تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين :

يدرك مصممو الصحف على شبكة الإنترنت بأنه كلما زادت الوصلات التشعبية على الموقع، زادت اختيارات المستخدمين للإيجار خلال موقع الصحيفة، وهذه الاختيارات مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مصممي المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة أو استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال من النص الفائق والفيديو والحركة وغيرها.

2 /-إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسئولي الصحف ومحريها :

ويساعد على ذلك توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة والمسؤولين في الصحف على الإنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين لمحري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الإنترنت (النجار، 2009، 08-14)

3 /- إمكانية الاتصال الشخصي :

ويقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية الواحدة ببعضهم بعضا، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء تجاه أهم القضايا والأحداث الجارية.

4 /- المراقبة المستمرة للموقع :

ويعني توافر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قادم بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين كما أنها تعد وسيلة فعالة لتقويم الموقع.

5 /-إمكانية البحث عن المعلومات :

ويساعد على ذلك توافر وسائل الإعلام أو محركات البحث أمام المستخدمين سواء البحث عبر موقع الصحيفة أو البحث عبر الإنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة، مما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة على الإنترنت.

6 / - إمكانية إضافة المعلومات:

في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحور الموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الإنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من المستخدمين وبعض الصحف على الإنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات (النجار، 2009، 25)

صفحات الويب وصفحات الهوايات والاهتمامات الخاصة، والإعلانات عن المواليذ والأفراح والوفيات وعرض الأفلام والمسرحيات والأحداث الثقافية والترفيهية الأخرى .

ومن هنا يوضح دور المستخدم بشكل واضح وتعظم دوره في العملية الاتصالية على حد سواء في حين يعظم البعد الخاص باستعمال نظام مراقبة الموقع من دور مرسل الرسائل في الصحف على الإنترنت.

و لكي تصل ظاهرة علاقات اتصالية تفاعلية إلى مستوى اتصال حقيقي يجب أن تلبي الخصائص التالية:

- 1 - أن تمتلك شكلا مفتوحا للتبادل ثنائي الاتجاه أو تعددي الاتجاه.
- 2 - أن تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي.
- 3 - أن تثنم النشاط التشاركي للمتلقى حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط.
- 4 - الانتباه إلى تأثيرات العمل الإتصالي.
- 5 - الميل إلى الاستعداد لاعتبار العلاقة الاتصالية نشاطا تبادليا متساويا وبالتالي شكلا من المحادثة التي يمكن أن تتحقق.

وتفود هذه الخصائص إلى مشكلة النشاط التفاعلي لوسائل الاتصال الحديثة ففي هذه الحالة يمكن للنشاط التفاعلي أن نفهم كقدرة النظام الجديد على أن يستقبل طلبات المشترك وأن يلببها وهو جنب يتعارض كليا مع طرائق عمل وسائل الإعلام التقليدية(فريال مهنا، 2000، 416)

المطلب الثاني: الوسائط المتعددة والتفاعلية:

1- مستويات التفاعلية وأساليبها:

أولاً: مستويات التفاعلية:

يمكن التمييز بين أربع مستويات للتفاعلية يتيحها النشر الفوري في استخدام الصحافة الفورية:

- التفاعل بين المستخدم والمحرر وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو البريد الإلكتروني.
- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين مثل استخدام جماعات المناقشة والنشرات الإلكترونية.
- يصبح المستخدم نفسه مصدراً وذلك حين تتاح له إمكانية التعليق على المادة ونشر رأيه وأياً كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.

التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات. (منها، 2000،

(38،33)

ثانياً : أساليب التفاعلية :

- إن الناس عندما يتفاعلون فهذا يعني المشاركة من قبل أكثر من شخص واحد، كما أن الزمن ينبغي أن يحدد والتفاعل يجب أن يتم عبر وسيط (قنوات ما)، وهذه المظاهر من التفاعلية يشار إليها بنسبة المشاركة، التزامنية والمماثلة، ومستوى التفاعلية يتأثر بكل واحد من هذه المتغيرات والتي يمكن تقديمها فيما يلي :
- أ- نسبة المشاركة :

تشير نسبة المشاركة إلى عدد المشاركين والطريقة التي يشاركون بها، وهذا يمكن أن ينوع وفق عدد من الأشكال " مشاركة بين شخص وشخص آخر، مشاركة بين شخص وأشخاص كثيرين وتجدر الإشارة إلى أنه كلما ارتفعت نسبة المشاركة تزايدت التفاعلية. (عبد الحميد , 2007 , 57)

ب- التزامنية :

وتشير إلى الإطار الزمني الذي يحدث فيه التفاعل والتفاعلية والتزامنية هي تلك التي تحدث بصفة فورية، أي كل المشاركين الحاضرين في نفس الزمن، وتتم التفاعلية هنا عن طريق رجوع الصدى المكتوب والتفاعلية أيضاً تتراجع كلما أصبحت المشاركة لانتزامنية (بن تومي، 2008، 2007، 123، 124)

ج- التماثل :

يشير إلى التوليف بين تكنولوجيات تتوسط التفاعل فالتفاعل التماثل يتم عندما يستعمل كلا الطرفين

نفس الوسيط (بن سهيل، 2014-2015، 97)

2- الوسائط المتعددة التفاعلية ومكوناتها :

2-1-الوسائط المتعددة :

تعد الوسائط المتعددة Multimedia وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليمي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد. (نصر، 2003، 15)

ويجب النظر إلى لوسائط المتعددة على أنها وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليست غاية في حد ذاتها، وهي تمثل نوعا من الاستخدامات الحديثة ففي منتصف تسعينات القرن العشرين أنتجت شركة آبل Apple أول كمبيوتر متعدد الوسائط Performa 7500 ولم ينشر استخدام الوسائط المتعددة إلا بعد أن زادت في حجم السعات التخزينية وسرعة المعالجات والذاكرة ويقدم شامبان وشامبان " في كتابها الوسائط المتعددة الرقمية Digital multimedia تعريفا للوسائط المتعددة بعدها: "تجمع ما بين اثنين أو أكثر من الوسائط المقدمة في شكل رقمي، بحيث يتم دعمها بما يكفي لعرضها عبر وجهة واحدة، أو يتم معالجتها بواسطة برمجية حاسوبية واحدة"، فالوسائط المتعددة إذن هي "استخدام ضمن برامج كمبيوتر النصوص والجداول والرسوم البيانية، والصور واللون والحركة، والرسوم المتحركة والصوت، والفيديو بشكل متفاعل وبطريقة متناسقة من أجل تقديم هدف إعلامي قادر على تلبية رغبات الجمهور الإعلامي (زعموم، بومعيرة، 2007، 55).

ونشير إلى أنه أثناء البحث في اكتشاف الكلمات المفتاحية في نهاية الكتيب العلمي لتكنولوجيا المعلومات المجلد الثاني :

Word information technology توجد الإحالة التالية :

Hypermedia sender multimedia وهذا يعني أن مصطلح وسائط متعددة سوف يستخدم بدلا من الوسائط الفائقة، وفي سياق العمل تبرر فكرة مفادها أنه إذا كان بالإمكان اكتشاف معنى الكلمة من استخدامها فان مصطلح " الوسائط المتعددة Multimedia يعني تجهيزات المعلومات المشتقة من أو الممثلة في عدة وسائط مختلفة (حسنين، حافظ، 2005، 85)

وقد يبدو أن المصطلح " الوسائط المتعددة Hypermedia يستخدم مرادفا لكل من النص الفائق

Hyper text أو الوسائط المتعددة Multimedia .

يقدم محمد العقاب الملتيميديا من حيث الترجمة إلى اللغة العربية تعني " الوسائط المتعددة " أو الوسائل المتعددة أما من حيث الدلالة فهي تشير إلى أن وسيلة الاتصال الوحيدة في عصر مجتمع المعلومات، تتضمن عدة وسائل في الوقت ذاته، فهي تتضمن الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والنص المكتوب، وقد دخل مصطلح الملتيميديا إلى القاموس 1993-1994 (العقاب، 2007، 11).

ويقول عنها ميشال سيدرو في مؤلف (وسائط الإعلام الرقمية) للدكتور محمد العقاب: إن الملتيميديا هي شجرة ذات ثلاثة جذور: الكمبيوتر، التلفزيون والهاتف جذع وثلاثة أغصان النص والصوت والصورة، وفي النهاية الأغصان توجد الثمار: الأقراص المضغوطة، الأقراص التفاعلية، أقراص الصور، قنوات التلفزيون الرقمي، الإنترنت، والخدمات على الخط..... الخ.

إن إنتاج الملتيميديا هو "على العموم تفاعلي، إذ يستطيع المستخدم"فاعل" بأي حركة على هواه والإيجار عبر بناء يشبه إلى حد بعيد تفرع الشجرة .

إن الوسائط المتعددة التفاعلية التي تتميز بها المواد المعروضة على شبكة الإنترنت هي التي تسمح للمستخدم بالتحكم في عملية عرض عناصر المنتج وتحديد ما الذي سيرضه ومتى سيرضه منها .

و يشير هاشم سعيد إبراهيم إلى خصائص الوسائط المتعددة التفاعلية في ثلاثة محاور هي:

1 - أنماط الوسائط المتعددة: "النص، والصوت، والفيديو، والرسوم".

2 - البيئة غير الخطية: "السير في عرض المحتوى وفقا لرغبة المستخدم".

3 - المستخدمون كمنتجين :

تفاعل المستخدم مع البرنامج " وهذا يعني أن الوسائط المتعددة التفاعلية تسمح للمستخدم باستقبال

البيانات والمعلومات والمشاركة الفعالة هي عرض محتوياتها أي أنها " وسائط ذات طرق اتصال مزدوجة Two way communication (نصر، 2003، 55)

2-2- مكونات الوسائط المتعددة:

-المكون الأول: يتمثل في ضرورة وجود حاسب شخصي لكي يعمل على توحيد ما نراه ونسمعه وتفاعل معه.

- المكون الثاني: لا بد من وجود وصلات أو روابط التي توصل المعلومات وتتمثل في النصوص والرسوم والصور والصوت ولقطات الفيديو.

- المكون الثالث: يتمثل في أدوات الإبحار (Navigation tool) التي تجعل المستخدم يبحر في الشبكة ليصل للمعلومات التي يريدتها .

- المكون الرابع: يتمثل في ضرورة توافر طرق تمكن من جمع ومعالجة وتوصيل المعلومات والأفكار. (شفيق، 2006، 5)

وعليه إننا سنستعمل مصطلح الوسائط المتعددة في هذه الدراسة، وذلك إشارة إلى نتاج معين أو خدمة محددة تخرج معطيات كانت الآن تستثمر منفصلة مثل النص والصوت والفيديو والصور الفوتوغرافية والرسوم وغيرها .

إن إنتاج الملتيميديا هو على العموم تفاعلي، حيث يستطيع المستخدم (فاعل) أن يقوم بأي حركة على هواه ويبحر عبر بناء ما يشبه إلى حد بعيد تفرع الشجر. (لسلي، ماكاريز، 2005، 21)

3- مظاهر التفاعلية :

نظرا لأهمية التفاعلية من خلال العاملين في الإعلام الجديد واستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة عن طريق حذف، أو تهذيب أو عدم نشر التعليقات والرد في بعض الإيضاحات والاستفسارات التي يبحث عنها المتلقي وهو ما يخلق نوعا من التفاعلية.

ومن هذا ظهرت آليات وأشكال تساعد الجمهور على تحقيق التفاعلية وتتجلى هذه الأشكال فيما يلي: (حمدان، 2014، 110)

1- البريد الإلكتروني :

ويعتبر من أهم أدوات الاتصال والتفاعل وذلك عن طريق استغلال إمكانيات الشبكات المختلفة، كما يتيح مساحة خاصة للمشاركين ويعطي عنوان خاص به، يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين ويتميز بكونه أكثر شعبية مقارنة بالخدمات الاتصالية الأخرى كما يتمتع أيضا بأهم المزايا كونه غير مكلف ماديا وأيضا السرعة الفائقة من حيث الإرسال والاستلام في وقت وجيز. (عصام صلاح، 2015، 107)

2- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي تلك المواقع التي أسستها الشركات الكبرى للمستخدمين والأصدقاء من أجل المشاركة والبحث عن أصدقاء آخرين وبعض الأنشطة والاهتمامات، وهي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات كالمحادثة والرسائل ومن أشهر الشبكات الموجودة حاليا Google-Twitter-My space-face book+(اللبان، 2011، 83)

3- المدونات :

هي عبارة عن تطبيقات على شبكة الأنترنت أي عبارة عن صفحة تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبّة، وهي مفكرة شخصية يتحكم فيها إلا صاحبها في كل ما ينشر، وعليه فالمدونات تعد من أهم مصادر المعلومات والتي تفيدي في تقديم خدمات إلكترونية سهلة ومتنوعة

4- المنتديات :

إحدى تطبيقات الإعلام الجديد تمتاز بوجود مستوى عالي من التفاعلية والمشاركة عن بعد التي أدت إلى نشأة علاقات كثيرة منها الافتراضي ومنها ما تحول إلى حقيقي. (فحالي، 2015، 74)

5- مجموعة الأخبار:

وتمثل مجموعة الأخبار أو النقاش نوعا من اللوحات النشوية الإلكترونية ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يدخل في مناقشات مع أكثر من مجموعة حسب اهتمامه كما يستطيع مراجعة هذه المجموعات من حين إلى آخر، أيضا تمنحه هذه الخاصية إمكانية إضافة خبر أو مذكرة وكذلك حق الرد عليه .

وهي خدمة يتم تقديمها على الشبكة حيث يستطيع مجموعة من الأشخاص وضع مقالات وردود على هذه المقالات ومشاركة بعضهم بعضها فيها وتعتمد هذه الخدمة على بروتوكول نقل الأخبار الشبكية، وأشهر مجموعات الأخبار على الشبكة مجموعة التي تتضمن داخلها مجموعات مثيرة اهتمامات الإنسانية (الهادي محمد، 2001، 208)

6- صناديق الاقتراع أو الاستفتاء (pollbox):

وهي من أكثر الأدوات انتشارا في بعض صحف الشبكات حيث تطرح الصحف والمواقع بعض الأفكار والشخصيات ويطلب من المستخدم المشاركة في التصويت والاقتراع وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح، والذي يكون في الصفحة الرئيسية أو في واجهة التفاعل، ويتم هذا التصويت بمجرد تسجيل الرمز في المكان المحدد، بالإضافة إلى وظيفة التصويت تقوم هذه الصناديق بمراقبة وإحصاء الزائرين ويبقى استعمال هذه الأدوات محدودا رغم أهميتها. (كافي، 2016، 62)

استخدام الفيديو التشاركي الذي لعب دورا ملموسا خلال الثورات العربية في نقل ما يحدث في تلك البلدان باستخدام الهاتف المحمول في التصوير والتسجيل ونقله إلى مواقع الفيديو.

استخدام مواقع الصور التشاركية كموقع Flickr من خلال تحميل الصور وكتابة التعليق عليها وتبادلها بين آلاف الأشخاص. (سهيلي، 2015، 69)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : إجراءات الدراسة التحليلية:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي اعتمدت على أسلوب تحليل المضمون مثل لامية دراسة سهيلي لامية "التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية" - دراسة تحليلية لموقعي "الشروق أون لاين والنهار أون لاين" سنة 2015/2014 ودراسة خديجة بن بلخير وكلثوم موسى، "التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية" - دراسة تحليلية لصحيفة الشروق أون لاين - سنة 2018/2019، بالإضافة إلى دراسة نائر محمد تلاحمة "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الاخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت" في أيار 2012 تم القيام بتصميم استمارة خاصة بتحليل المضمون انطلاقا من أهداف الدراسة.

1. إعداد استمارة تحليل المضمون:

- تحديد الأهداف التي يسعى من خلالها الباحث لتحليل مضمون المواقع الالكترونية الإخبارية الرياضية و مدى التفاعلية المستخدمة.
- مراجعة الأدب السابق للتعرف أكثر على الأدوات المستخدمة في تحليل المضمون لاختيار ما يتناسب مع الدراسة.
- إعداد استمارة تحليل المضمون بشكلها الأولي متضمنة البيانات التي يسعى الباحث من خلالها تحقيق الأهداف المرجوة.
- عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين متخصصين في بحوث الإعلام والاتصال وتم تعديل الاستمارة بناء على توجيهاتهم وملاحظاتهم.
- تم إعداد الاستمارة بصورتها النهائية لتشمل أبعاد التفاعلية الستة مع مراعاة التطورات التكنولوجية الحديثة في تعديل بعض الفئات والفئات الجزئية.

2. المعاملات العلمية لاختبار الدراسة :

2-1- الصدق :

- أ- تم القيام بعرض إستمارة تحليل المحتوى على عدد من المحكمين التالية أسماؤهم:
- الأستاذ بوقرة رضوان: أستاذ محاضر أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة
- الأستاذ طيبي رابح: أستاذ مساعد أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة
- الأستاذ بلعباس عبد الحميد: أستاذ محاضر أ بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

، مع الحرص على تمثيل المحكمين لمجال الدراسة، والمتخصصين في البحوث الإعلامية، وذلك لحساب صدق المحتوى و إبداء آرائهم و مقترحاتهم حول الفئات التي من خلالها يمكن تحليل محتوى المواقع الالكترونية. وبناءا على ملاحظات الخبراء والمحكمين، أجريت بعض التعديلات على الفئات الجزئية لاستمارة تحليل المضمون ليتم تصميمها بشكلها النهائي.

2-2- الثبات :

- حساب مستوى ثبات التحليل :

إن العمل العلمي الذي أنجزناه يتوقف على 03 محكمين من أجل القيام بالتحليل. حيث قمنا بترميزهم بالطريقة التالية:

أ- الأستاذ بوقرة رضوان.

ب- الأستاذ طيبي رابح.

ج- الأستاذ بلعباس عبد الحميد.

وبعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين أ- ب و ب- ج ثم بين المحكمين ب- ج، وهي طريقة "هولتسي" لحساب معامل الثبات في التحليل الذي يقوم به أكثر من محللين أي معامل ثلاث محكمين أو أكثر التي تقوم على القاعدة الرياضية التالية :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{1 + (n - 1) \text{ متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

حيث ن: عدد المحكمين.

وكانت النتائج العملية للمرمزين الثلاثة كالاتي :

المحلل (أ) قام بترميز 22 فئة، المرمز (ب) قام بترميز = 19 فئة، المرمز (ج) قام بترميز 19، ولمعرفة متوسط الاتفاق بينهم يجب اتباع الطريقة التالية :

متوسط الاتفاق بين المرمزين كل على حدا :

بين أ و ب تم الاتفاق على 18 عنصر من أصل 22، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.81 = 22/18$$

بين أ و ب تم الاتفاق على 18 عنصر من أصل 22، وبعد عملية القسمة أي:

$$0.81 = 22/18$$

بين أ و ج تم الاتفاق على عنصر من أصل 22، وبعد عملية القسمة أي :

$$0.86 = 22/19$$

بعد ذلك تجمع كل النتائج و تقسم على 03 أزواج لاستخراج متوسط الاتفاق :

$$0.82 = \frac{0.86+0.82+0.82}{3}$$

وهو متوسط الاتفاق

بعد ذلك تم تطبيق المعادلة كالتالي:

$$0.93 = \frac{2.46}{2.64} = \frac{(0.82) 3}{0.82(1-3)+1}$$

أي أن نسبة الثبات في عملية التحليل تساوي 93 % وهذا دليل على أن معامل الثبات كاف وبنسبة عالية من حيث الدرجة التي حددها هولتسي بين 0.75 و 0.95، وهذا ما سمح لنا بمتابعة الدراسة بكل صدق وموضوعية.

تمت عملية التفرغ للبيانات و تبويبها في جداول إبتداءا من 25 جوان 2020 إلى غاية 20 جويلية 2020.

- حساب معامل ثبات الاستقرار:

و يسمى أيضا بإعادة الاختبار، وفيه يتم تطبيق الأداة مرتين بينهما فاصل زمني (و قد كان الفاصل الزمني في دراستنا بين الاختبار الأول و الثاني 30 يوما) حيث قمنا بإجراء الاختبار الأول و تسجيل النتائج المتحصل عليها و بعد شهر قمنا بتطبيق الاختبار الثاني، وبعد الحصول على النتائج قمنا بحساب معامل الارتباط بين نتائج الاختبار الأول ونتائج الاختبار الثاني لكلا الموقعين الإخباريين الرياضيين. و قد تم حساب النتائج التي توصلنا إليها في كل من التحليلين كما هو موضح في الجدول التالي:

المجموع		نقاط الاختلاف		نقاط الاتفاق		الاختبار (2)		الاختبار (1)		الفئات الجزئية	الفئات
Dzair sport	DZ foot	Dzair sport	DZ foot	Dzair sport	DZ foot	Dzair sport	DZ foot	Dzair sport	DZ foot		
6	6	1	0	3	3	3	3	2	3	اختيار اللغة	تعدد الخيارات
5	4	1	0	2	2	2	2	3	2	الوسائط المتعددة	
6	6	0	0	3	3	3	3	3	3	مشاركة النص	
0	3	1	0	1	0	1	0	2	0	البريد الإلكتروني	إمكانية الاتصال الشخصي
6	6	0	0	3	3	3	3	3	3	مواقع التواصل الاجتماعي	
4	4	0	0	2	2	2	2	2	2	المنتديات	
2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	محرك البحث	إمكانية الحصول على المعلومات
2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	الأرشيف	
6	6	0	0	3	3	3	3	3	3	سهولة النقر	
5	4	1	0	2	2	2	2	3	2	المنتديات	
1	2	1	0	1	0	0	1	1	1	الإحالة إلى أقسام الموقع	الرد على الأسئلة
0	2	0	0	0	1	0	1	0	1	الرد على البريد الإلكتروني	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	الرد على الأسئلة الأكثر طرحا	
0	2	0	0	0	1	0	1	0	1	التعليقات	إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع
0	2	0	0	0	1	0	1	0	1	الإعجاب	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	إضافة صور	
6	6	0	0	3	3	3	3	3	3	المشاركة	
2	0	0	0	1	0	1	0	1	0	استطلاع الرأي	
1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	الاستفتاءات	
1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	تحديث المادة بشكل آني	سرعة تحديث الموقع
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تحديث المادة يوميا	
2	2	0	0	1	1	1	1	1	1	تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة	
55	61	4	1	27	27	26	28	29	28	المجموع	

- ومن خلال تطبيق معادلة هولتسي يكون الاتفاق عبر تطبيق المعادلة التالية :

$$\text{معامل ثبات الاستقرار} = \frac{2 * \text{عدد فئات التحليل المتفق عليها}}{\text{مجموع عدد فئات التحليل في مرقي التحليل}}$$

مجموع عدد فئات التحليل في مرقي التحليل

حيث أن عدد فئات التحليل المتفق عليها في موقع 27 DZ foot فئة، ومجموع فئات التحليل في مرقي التحليل هو 61، و عدد فئات التحليل المتفق عليها في موقع 27 Dzair sport فئة، فيما كان مجموع فئات التحليل في مرقي التحليل 55، فكانت النتائج كالتالي:

- حساب ثبات الاختبار لموقع DZ foot :

$$\text{معامل ثبات الاستقرار} = \frac{2 * 27}{61} = \frac{54}{61} = 0.88$$

إذن معامل ثبات الزمن بلغ درجة عالية من الاستقرار و الثبات حيث كانت النتيجة (0.88).

حساب ثبات الاستقرار لموقع Dzair sport:

$$\text{معامل ثبات الاستقرار} = \frac{2 * 27}{55} = \frac{54}{55} = 0.98$$

إذن معامل ثبات الزمن بلغ درجة عالية من الاستقرار و الثبات حيث كانت النتيجة (0.98)

بما أن نسبة الثبات كانت بدرجة عالية ومن خلال النتائج المتوصل إليها التي تثبت ذلك يمكننا من متابعة التحليل بأكثر مصداقية ودقة .

المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة التحليلية

أ- بعد تعدد الخيارات

الجدول رقم(1): الفئة الجزئية إختيار اللغة :

اختبار اللغة					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	فرنسية	الانجليزية	عربية	
%100	1	1	1	1	DZ foot
%100	1	1	1	1	Dzair sport

1- اللغة:

يتضح من خلال الجدول أن كل من الموقعين يتيحان أكثر من خيار لغوي أمام المستخدم، فبالإضافة إلى اللغة العربية يقدم خيار اللغة الانجليزية واللغة الفرنسية .

الجدول رقم (2): الفئة الجزئية الوسائط المتعددة :

الوسائط المتعددة					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	بث مباشر	فيديو	صور	
%66.66	2	0	1	1	DZ foot
%66.66	2	0	1	1	Dzair sport

2- الوسائط المتعددة :

يقصد بالوسائط المتعددة الصوت والفيديو، الرسوم المتحركة والبث الحي، كما يوضحها الجدول أعلاه فنلاحظ أن كلا الموقعين يستخدم هذه التقنية لتوضيح بعض الموضوعات المبهمة وإعطاء أكثر شرح وتفاصيل حولها، إلا أنه من الملاحظ أن كلا الموقعين لا يستخدمان تقنية البث المباشر. وبالنظر للجدول أعلاه فإن كلا الموقعين تحصلا على نسبة 66.66%.

الجدول رقم (3): الفئة الجزئية مشاركة النص

مشاركة النص					الفئات الجزئية
النسبة	الجمع	يوتيوب	تويتر	فيسبوك	
%100	3	1	1	1	DZ foot
%100	3	1	1	1	Dzair sport

3- خاصية مشاركة النص (فيسبوك، تويتر، يوتيوب):

هي خاصية تمكن المستخدم من مشاركة ما هو وارد من الموقع من نصوص، صور وفيديوهات، سواء عبر فيسبوك أو تويتر أو يوتيوب ليتمكن أصدقاء المستخدم من الاطلاع على محتويات المادة الإعلامية وبالتالي معرفة اهتمامات وميول المشارك، وبالنظر للجدول رقم (3) يتبين أن كلا الموقعين تحصل على نسبة %100 من البعد الذي يتيح تعدد الخيارات أمام المستخدم بالنسبة لمشاركة النص.

ب- بعد امكانية الاتصال الشخصي

الجدول رقم (4): الفئة الجزئية البريد الالكتروني:

البريد الالكتروني					الفئات الجزئية
النسبة	الجمع	بريد المواقع الخدمية	بريد اقسام الموقع	بريد الموقع	
33.33 %	1	0	0	1	DZ foot
%0	0	0	0	0	Dzair sport

4- البريد الالكتروني:

نظرا لأهمية البريد الالكتروني وسهولة استخدامه وتمتعه بميزة عدم التزامية والتي تضاف إلى الوقت الذي يقضيه المستخدم أمام الشاشة وقتا إضافيا يتيح له التواصل مع الآخرين الذين لا يتواجدون في تلك اللحظة أمام الشاشة، وبنفس الطريقة فإن البريد الالكتروني يتيح للآخرين التواصل مع المستخدم عند بقائه في موقع آخر من مواقع الشبكة.

وعليه فقد تم تقسيم البريد الإلكتروني إلى ثلاثة أنواع، الأول: بريد الموقع، وهو أي يتيح للمستخدم تقديم معلومات أو طلب معلومات من الموقع، الثاني: بريد المواقع الخدمية، وهو الذي يقوم بخدمات للمستخدمين مثل: الصحة والسفر والتعليم... إلخ، الثالث بريد أقسام الموقع، وهو الذي يمكن من خلاله التعامل مع كل قسم من أقسام الموقع على حدى.

ويتضح من خلال الجدول (4) أن موقع DZ foot لديه البريد الخاص بالموقع لكن لا تتم الاجابة على الاستفسارات المطروحة من قبل المستخدم.

أما عن موقع Dzair sport فهو لا يوفر أيا من الأنواع الثلاثة من البريد الإلكتروني، ومن خلال استفسارنا عن السبب من خلال التواصل عبر صفحة الفيسبوك التي يوفرها الموقع فقد أرجعوا السبب إلى توقف البطولات بسبب الحاجة العالمية "كورونا" وبأن البريد الإلكتروني للموقع سيكون متاح أمام المستخدمين بمجرد انطلاق البطولات من جديد.

الجدول رقم (5): الفئة الجزئية مواقع التواصل الاجتماعي :

مواقع التواصل الاجتماعي					الفئات الجزئية
النسبة	البريد الإلكتروني	البريد الإلكتروني	البريد الإلكتروني	فيسبوك	
100%	03	01	01	01	DZ foot
100%	03	01	01	01	Dzair sport

5- مواقع التواصل الاجتماعي:

يتضح من خلال الجدول رقم (5) أن كلا الموقعين يستخدمان مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تسهيل حصول المستخدم على المعلومات من خلال التطبيقات التفاعلية والتي تعد الأكثر استخداما من قبل جميع زوار المواقع الإخبارية الرياضية والأكثر سهولة في الاستخدام، وقد تحصل كلا الموقعين على ما نسبته 100%.

الجدول رقم (6): الفئة الجزئية المنتديات:

المنتديات					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	منتديات مقترحة	منتديات خاصة	منتديات عامة	
66.66%	2	0	1	1	DZ foot
66.66%	2	0	1	1	Dzair sport

6- المنتديات:

تعد المنتديات ساحة للحوار الفعال بين المستخدمين، وبين المستخدمين والمحررين، وبين المحررين ببعضهم البعض، فهم من خلال المنتديات يتبادلون الأفكار والآراء والمعلومات حول موضوع معد سلفا للنقاش. وقد تم تقسيم المنتديات إلى ثلاثة أنواع هي: الأول: منتديات عامة و الثاني: منتديات خاصة، والثالث منتديات يقترحها المستخدم لترحها للنقاش حول أي مسألة تهمه ولم يسبق طرحها للنقاش. يتضح من خلال الجدول (6) أن كلا الموقعين يقدمان نوعين من المنتديات وذلك باستثناء المنتديات المقترحة، حيث لم يتطرقا للمنتديات المقترحة من قبل المستخدمين، لذا فقد تحصلا على ما نسبته 66.33%.

ت- بعد امكانية الحصول على المعلومات

الجدول رقم (7): الفئة الجزئية محرك البحث:

محرك البحث				الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	محرك متاح داخل شبكة الويب	الموقع محرك متاح داخل	
%100	2	1	1	DZ foot
%100	2	1	1	Dzair sport

7- محركات البحث:

يقدم كلا الموقعين نمطين من محركات البحث كما هو موضح في الجدول، الأول خاص بالبحث داخل الموقع، والثاني داخل موقع الويب بصفة عامة مركزا على الرياضة فقط، لذا فقد كانت نسبة استخدام كلا الموقعين لمحركات البحث 100 % كما هو موضح في الجدول أعلاه.

الجدول رقم (8): الفئة الجزئية الأرشيف:

الأرشيف		الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	
%100	1	DZ foot
%100	1	Dzair sport

8- الأرشيف:

يعتبر الأرشيف وسيلة يخزن ويحفظ فيها الموقع الإخباري لمدة أطول ليتمكن المستخدم أن يعاود الاطلاع عليها في أي وقت، ومن هذا العرض يتبين تساوي كلا من الموقعين، في تقديم إمكانية البحث على مستوى الأرشيف أمام المستخدم.

الجدول رقم (9): الفئة الجزئية سهولة النقر:

سهولة النقر					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	Three clic	Double clic	Clik	
%100	3	1	1	1	DZ foot
%100	3	1	1	1	Dzair sport

9-سهولة النقر:

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ أن كلا الموقعين تحصلا على نسبة 100 % فيما يتعلق بسهولة

النقر.

الجدول رقم (10) الفئة الجزئية المنتديات:

المنتديات					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	منتديات مقترحة	منتديات خاصة	منتديات عامة	
%66.66	2	0	1	1	DZ foot
%66.66	2	0	1	1	Dzair sport

10-المنتديات:

يتضح من خلال الجدول (10) أن كلا الموقعين يقدمان نوعين من المنتديات فيما يخص بعد إمكانية

الحصول على المعلومات، وذلك باستثناء المنتديات المقترحة، حيث لم يتطرقا للمنتديات المقترحة من قبل

المستخدمين، لذا فقد تحصلا على ما نسبته 66.66 % .

ث- بعد الرد على الأسئلة في موقع

الجدول رقم (11): الفئة الجزئية الإحالة إلى أقسام الموقع

الإحالة إلى أقسام الموقع			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%100	1	1	DZ foot
%0	0	0	Dzair sport

11- الإحالة إلى أقسام الموقع :

يتيح موقع DZ foot الاستجابة للمستخدم فهو يتيح له التعليق على كل ما ينشر في الموقع من أخبار رياضية، وكذلك التعليق على المعلومات والاستفسار عن مصدرها، يحاول الموقع التعرف على آراء المستخدمين من خلال تعليقاتهم المتصلة بالمادة الإخبارية المنشورة. بينما لم يتح موقع Dzair sport لمستخدميه فرصة التعليق على المنشورات وإبداء آرائهم إلا من خلال الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع، كانت النسبة التي تحصل عليها الموقع 0%.

الجدول رقم (12): الفئة الجزئية الرد على البريد الإلكتروني

الرد على البريد الإلكتروني			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%100	1	1	DZ foot
%0	0	0	Dzair sport

12- الرد على البريد الإلكتروني :

تميز موقع DZ foot بالإجابة على البريد الإلكتروني الذي أرسلناه حيث أجاب على بعض الاستفسارات المطروحة من قبلنا. أما عن موقع Dzair sport فهو لا يتيح خدمة البريد الإلكتروني .

الجدول رقم (13): الفئة الجزئية الرد على الأسئلة الأكثر طرحا:

الرد على الأسئلة الأكثر طرحا			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
0%	0	0	DZ foot
0%	0	0	Dzair sport

13- الرد على الأسئلة الأكثر طرحا:

لم تظهر هذه الفئة في موقع DZ foot، فلم يهتم بطرح الأسئلة المتكررة على شكل ASQ وهي طريقة الإجابة على الأسئلة المتكررة من قبل المستخدمين. أما موقع Dzair sport فقد تحصل على نسبة 0 % وهو ما يشير إلى عدم الاهتمام بالاستجابة للمستخدم عبر الموقع .

وعليه فقد تميز موقع DZ foot على موقع Dzair sport في طريقة الاستجابة للمستخدم إذ حصل الطرف الأول على نسبة 66.66 %، وهذا يشير إلى عدم الاهتمام بالاستجابة للمستخدم بالقدر الكافي لكي تتحقق التفاعلية، بينما كانت نسبة الطرف الثاني 0 % حيث يتضح من خلال هذه النسبة أن الموقع لا يعطي قيمة أو أي اهتمام لبعد الرد على الأسئلة من خلال الموقع .

ج- بعد إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع

الجدول رقم (14): الفئة الجزئية التعليقات

التعليقات			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
100%	1	1	DZ foot
0%	0	0	Dzair sport

14- التعليقات:

يقصد بالتعليقات التعليق على الخدمات والأخبار والموضوعات التي يقدمها الموقع بالإضافة إلى التعليق على شكل الموقع وكيفية تقديمه للمعلومات لكي يطور الموقع من أداؤه، أو لكي يقدم المستخدم فكرة للموقع لمناقشتها، وقد قدم موقع DZ foot هذه الخدمة بينما لم يولي موقع Dzair sport اهتماما لها.

الجدول رقم (15): الفئة الجزئية الإعجاب

الإعجاب			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%100	1	1	DZ foot
%0	0	0	Dzair sport

15- الإعجاب:

وهي خاصية تتيح للمستخدم إبداء رأيه في المادة الإخبارية المنشورة عن طريق النقر على زر أعجبني، ومن خلال الجدول نلاحظ أن موقع DZ foot تحصل على نسبة 100%، بينما موقع Dzair sport تحصل على 0%.

الجدول رقم (16): الفئة الجزئية إضافة صور

إضافة صور			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%0	0	0	DZ foot
%0	0	0	Dzair sport

16- إضافة الصور:

يقصد بإضافة الصور تقديم صور نادرة للموقع من قبل المستخدمين سواء أكانت هذه الصورة نادرة أو صور خبرية، ونشر اسم مقدم الصورة مع الموضوع، ويفيد هذا النوع من الصور الموقع في تقديم السبق، بينما يفيد المستخدم إما ماديا أو أدبيا من خلال تقديم اسمه مع الصورة المقدمة، وقد غابت هذه الفئة في كلا الموقعين، وهذا من أجل تفادي بعض الصور التي لا تتماشى مع هدف الموقع، مما يستوجب على الموقع مراقبة آنية ومستمرة لجميع ما تحمله هذه الصور.

الجدول رقم (17): الفئة الجزئية المشاركة

المشاركة			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%100	1	1	DZ foot
%100	1	1	Dzair sport

17- المشاركة:

أتاح كلا الموقعين خاصية المشاركة سواء كانت عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المنتديات، وذلك من أجل مشاركة كل ما هو وارد من الموقع .

الجدول رقم (18) : الفئة الجزئية الاستفتاءات :

الاستفتاءات			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%0	0	0	DZ foot
%0	0	0	Dzair sport

18- الاستفتاءات:

يقصد بالاستفتاء إضافة موضوع للتصويت عليه لمعرفة المؤيدين أو المعارضين أو المحايدين والتعبير عن هذا التصويت رقمياً. لكن كما يلاحظ من خلا الجدول لم يتم استخدام هذه الفئة في كلا الموقعين.

الجدول رقم (19): الفئة الجزئية استطلاعات الرأي :

استطلاعات الرأي			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
%0	0	0	DZ foot
%100	1	1	Dzair sport

19- استطلاعات الرأي :

تستخدم استطلاعات الرأي في التعرف على نبض الجماهير للتنبؤ بنتائج موضوع من المواضيع الرياضية التي تعتبر هامة لمجموعة كبيرة من المستخدمين، ويعتبر التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للموقع و لزارئه على السواء حيث يتيح للمستخدم التعبير عن رأيه.

ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن Dzair sport قد تحصل على نسبة 100% بينما موقع DZ

foot تحصل على 0%.

ح- بعد سرعة تحديث الموقع

الجدول رقم (20): الفئة الجزئية تحديث المادة بشكل آني

تحديث المادة بشكل آني			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
0%	0	0	DZ foot
0%	0	0	Dzair sport

الجدول رقم (21): الفئة الجزئية تحديث المادة يوميا

تحديث المادة يوميا			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
0%	0	0	DZ foot
0%	0	0	Dzair sport

الجدول رقم (22): الفئة الجزئية تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة

تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
100%	1	1	DZ foot
100%	1	1	Dzair sport

من خلال الجداول رقم (20، 22، 21) نستنتج أننا كلا الموقعين لا يهتم بتحديث المادة الخيرية ولا

يولي اهتماما لهذه الفئة الخاصة بسرعة تحديث الموقع، حيث يتم تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة في كلا

الموقعين.

الجدول رقم (23): التفاعلية الإجمالية:

يقصد بالتفاعلية الإجمالية الوصول إلى نسبة محددة لجميع أبعاد التفاعلية.

النسبة العامة	المجموع الإجمالي	سرعة تحديث الموقع	إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع	فئة الرد على الأسئلة	إمكانية الحصول على المعلومات	إمكانية الاتصال الشخصي للمستخدم	تعدد الخيارات	الموقع الاخباري
%66.19	397.19	%33.33	%50	%66.66	%91.66	%66.66	%88.88	DZ foot
%50.45	302.75	%33.33	%33.33	%0	%91.66	%55.55	%88.88	Dzair sport

23- يوضح الجدول رقم(23) التفاعلية الإجمالية لموقعي DZ foot و Dzair sport وذلك بحسب النسبة الإجمالية ثم تقسيمها على الست أبعاد الخاصة بالتفاعلية. تبين دلالات الأرقام تفوق الموقع الرياضي DZ foot على موقع Dzair sport في معظم الخدمات التفاعلية ويرجع تميز موقع DZ foot على موقع Dzair sport مجموعة من الأبعاد حيث حصل على نسبة %66.66 في بعد إمكانية الاتصال الشخصي للمستخدم، ونسبة %66.66 أيضا في البعد الخاص بالرد على الأسئلة، وحصل على نسبة %50 في بعد إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع، في الوقت الذي كان فيه نصيب موقع Dzair sport من بعد إمكانية الاتصال الشخصي %55.55، وبعد الرد على الأسئلة %0 وبعد إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع %33.33، فيما تساوى كلا الموقعين في بعد تعدد الخيارات بنسبة %88.88 ، وكذلك الحال بالنسبة للبعد الخاص بإمكانية الحصول على المعلومات بنسبة %91.66، وبعد سرعة تحديث الموقع بنسبة %33.33 لكلا الموقعين.

كما بينت المؤشرات الرقمية على التدني الكبير للخدمات التفاعلية في موقع Dzair sport وهو ما أظهره بعد فئة الرد على الأسئلة فقد حصل على نسبة %0 بينما حصل موقع DZ foot على نسبة %66.66، وهذا ما يترجم بقاء فلسفة أحادية الاتصال التي تنتهجها المؤسسات الإعلامية التقليدية بالرغم

من اتفاق علماء الاتصال على أن الاتصال التفاعلي متعدد، إلا أن ذلك لم يظهر بوضوح في موقع DZ foot ولم يظهر نهائيا في موقع Dzair sport وقد أهمل نهائيا هذه الفئة المتمثلة في فئة الرد على الأسئلة.

الجدول رقم (24): التفاعلية الإجمالية حسب درجة المقياس المستخدم

نسبة الدرجات المحققة لكلا الموقعين	مجموع الدرجات المحققة	الموقع		درجة المقياس	الأبعاد التفاعلية
		Dzairsport	DZ foot		
%88.88	16/18	08	08	09	تعدد الخيارات
		%88.88	%88.88		النسبة
%61.10	11/18	05	06	09	امكانية الاتصال الشخصي
		%55.55	%66.66		النسبة
%91.66	16/18	08	08	09	امكانية الحصول على المعلومات
		%91.66	%91.66		النسبة
%33.33	02/06	00	2	03	فئة الرد على الأسئلة
		%0	%66.66		النسبة
%41.66	05/12	02	03	06	امكانية تقديم مستخدم للإضافات عبر الموقع
		%33.33	%50		النسبة
%33.33	02/06	01	01	03	سرعة تحديث الموقع
		%33.33	%33.33		النسبة
%58.32	52/78	24	28	39	المجموع
		%50.45	%66.19		النسبة

يتضح من خلال الجدول الذي يجمع الدرجات المحققة ونسبها لكل بعد من الأبعاد الستة المستخدمة في الدراسة من حيث توفر العناصر والتطبيقات التفاعلية من عدمه في مواقع عينة البحث أن البعد الخاص بإمكانية الحصول على المعلومات حقق أعلى نسبة توفر العناصر التفاعلية وفق المقياس المستخدم لهذا البعد والمكون من (09) درجات حيث حقق نسبة 91.66%، يليه البعد الخاص بتعدد الخيارات بنسبة 88.88% من مقياس يبلغ (09) درجات، فيما جاء في المرتبة الثالثة البعد الخاص بإمكانية الاتصال الشخصي بنسبة 61.10% من مقياس مكون من (09) درجات، ثم في المرتبة الرابعة بعد إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع بنسبة 41.66% من مقياس مكون من (06) درجات، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة فقد تحصل

عليها كل من البعدين، فئة الرد على الأسئلة وسرعة تحديث الموقع بنسبة 33.33% بمقياس مكون من (03) لكلا البعدين.

أما المقياس الذي يجمع بين نسبة ما حققه كل موقع على حدة حسب كل بعد تفاعلي والمقياس المستخدم له، إذ أن مجموع كل المقاييس المستخدمة (39) درجة فكان كما يلي :

- حقق موقع Dz foot النسبة الأعلى في يوفر العناصر التفاعلية حيث جمع (28) درجة من مجموع المقاييس الكلي البالغ (39) درجة، وبنسبة 66.19% في كل الأبعاد، ثم يليه موقع Dzair sport بمجموع درجات بلغ (24) درجة بنسبة قدرت ب 50.45%.

أما النسبة المحققة في كلا الموقعين لكل الأبعاد الستة فكانت 58.32%، حيث أن مجموع الدرجات المحققة لكلا الموقعين (52) درجة، علما أن أقصى درجات التفاعلية (78) درجة حيث تمثل هذه النتائج جابا إيجابيا نوعا ما فيما يخص توظيف المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية للأدوات التفاعلية وهذا راجع إلى السياسة الإعلامية لكل موقع.

مناقشة النتائج وفقا للتساؤلات:

من خلال تحليل نتائج المضمون يمكن القول أن توظيف الخدمات التفاعلية المتنوعة في الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport، جاء بشكل محدود جدا حيث كان هناك تفاوت في الاستخدام من موقع رياضي إلى آخر ومن بعد إلى آخر لكنه يبقى مقبولا نوعا ما في ظل واقع الإعلام الرياضي في الجزائر مقارنة بمواقع في مجالات أخرى وهذا ما أكدته النسبة الكلية حيث بلغت نسبة 58.32%، كما تشير إليه معطيات النتائج أن الموقعين يتوجها إلى المستخدمين من القراء بالإضافة إلى عملها التقليدي والمستجدات إلى:

- توفر الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzairsport خاصة المشاركة عبر الفيسبوك وتويتر واليوتيوب، والمنتديات وهو ما يعكس حرصهما على معرفة تفضيلات واهتمامات الجمهور الرياضي حيث حققت نسبة لا بأس بها في خاصية تعدد الخيارات ومشاركة النص من خلال تطبيقات الملتيميديا.
- في ظل توفير الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport للاتصال الشخصي فقد كان المؤشر مقبول إلى حد ما حيث أتاح الموقعين إمكانية الاتصال عبر المنتديات العامة و الخاصة وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي.
- يحصل المستخدمين للموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzairsport على المعلومات المرادة من خلال إمكانية و سهولة الحصول عليها عبر الأرشيف المتاح أو من خلال النقر مرة واحدة، حتى ينتقل المستخدم إلى الرابط داخل الموقع كاستجابة للاختيار الذي نقر عليه.
- تشير المعطيات المتحصل عليها إلى غياب خدمات تفاعلية مهمة مثل الإجابة على الأسئلة المتكررة، الإجابة عن طريق البريد الإلكتروني، عدم إتاحة التعليقات على المادة الخبرية، حيث أن الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzairsport لا يهتمان بالتفاعل مع جمهورها وقت حاجته للخدمة.
- يتوفر عنصر الإعجاب والمشاركة في كلا الموقعين وهذا كإمكانية لإضافة المعلومات من قبل المستخدم.
- يقوم الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport بتحديث محتوى موادها الإعلامية بعد مرور أكثر من 24 ساعة عن الحدث، حيث أنها لا تعطي أهمية للأخبار الحديثة الوقوع.

نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة:

توفرت الدراسة على جملة من نتائج الدراسات السابقة المعتمدة حتى وإن اختلفت وتباينت من حيث التحليل والأدوات المستخدمة والاهتمامات، وهو ما يبين مدى قربها من الدراسة الحالية وقد جاءت النتائج كالتالي:

- اتفقت الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة في أن الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport كغيره من المواقع بتميزه بعرض لبعض الخيارات التفاعلية، مثل: تعدد الخيارات، الاهتمام بخيار تصفح الأرشيف، وكذا تسهيل عملية البحث، وغيرها من الأدوات التفاعلية الأخرى.

- اتفقت نتائج الدراسة على عدم الاهتمام بغرف الدردشة رغم أنها أداة تفاعلية مهمة يستطيع من خلالها المستخدم مشاركة المادة الخبرية.

- اتفقت نتائج الدراسة على عدم إتاحة الموقعين المساحة للمناقشة وتبادل الآراء أمام مستخدمي المواقع وفتح باب النقاش أمام المستخدمين تحت إشراف طاقم وإدارة الموقع.

- لم يتح الموقعين فرصة المشاركة في المحتوى المنشور لهما، حيث أنهما لم يتح إمكانية إضافة المستخدم للصور أو ملفات صوتية أو أي مادة خبرية تحريرية، وهذا ما يشير إلى أن المستخدم لهذين الموقعين عبارة عن متلق فقط.

النتائج العامة للدراسة :

لقد حاولت هذه الدراسة معرفة واقع المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية و مدى استغلالها للإمكانيات التفاعلية التي تتيحها شبكة الأنترنت كوسيلة لنشر المادة الخبرية، وتشير نتائج تحليل المضمون للمواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية إلى أن هذه المواقع لا تستغل الإمكانيات الكاملة التي تتيحها الثورة الرقمية في مجال التفاعلية، ومن أهم ما كشفت عنه هذه الدراسة نذكر:

- إتاحة الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport لإمكانية الحصول على المعلومات عن طريق مجموعة من التطبيقات وكذلك تعدد الخيارات، كما استخدمت بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة (نص، صورة، فيديو) في نشر الأخبار داخل الموقع كبديل لعدم توفيرها للخدمات التفاعلية التي تتيحها شبكة الانترنت، ويتضح ذلك في عدم الاجابة على تساؤلات المستخدمين وكذلك الرد على البريد الالكتروني، وهذا يبرز عدم حرص هذه المواقع على إقامة صلة مباشرة بين المحررين والجمهور القارئ .

- لم يستغل الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport إمكانية النص الفائق لربط الخبر بغيره من الأخبار وتوضيح سياقه، حيث أنها لم تستغل الإمكانيات الكاملة التي تتيحها الانترنت.

- إهمال الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport إعطاء المستخدم لفرصة المشاركة في المحتوى المنشور وإضافة معلومات.

-ركز الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport على وجود الربط بمواقع التواصل الاجتماعي في مواقعها.

- عمد الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport في التجديد الفوري لموادها الخبرية، بالاكْتفاء بتجديدها بشكل يومي فقط وليس بشكل آني فور وقوع الحدث.

التوصيات :

- من خلال عرض ومناقشة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تمت التوصية بما يلي:
- الإهتمام أكثر بتخصيص كوادر صحفية مؤهلة ومدربة قادرة على حسن التأطير وعلى التفاعل مع الجمهور وكذلك الرد على تساؤلاته في زمن قصير، وكذا فتح المجال للاتصال والتواصل بين المحررين والجمهور.
 - إجراء الدراسات بشكل دوري لمعرفة اهتمامات الجمهور من أجل تطوير الخدمات التفاعلية ومتابعة آراء الجمهور، والقيام بتشجيع الدراسات التي تساعد في زيادة التواصل ثنائي الاتجاه بين القائمين على المؤسسات الاعلامية والمستخدمين.
 - إفساح المجال لحرية الرأي والتعبير من خلال التعليقات، وضرورة الاهتمام بالرد على التساؤلات من قبل المستخدمين أنفسهم أو من بل إدارة الموقع من أجل زيادة مساحة المناقشة وتبادل الآراء، وذلك تحت إشراف طاقم إدارة الموقع.
 - العمل على زيادة عدد زوار الموقع من خلال التحديث الدائم للموقع وإضافة كل ما هو جديد.

خاتمة

خاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة البحث في ظاهرة التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية في الجزائر من خلال الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz foot و Dzair sport، حيث أن المواقع الالكترونية الرياضية تعتبر من وسائل الاتصال الحديثة الأكثر انتشارا خاصة من حيث التفاعلية والزيادة في عدد المستخدمين، مما جعلها محط اهتمام كبير واستخدام واسع، وقد فتحت المواقع الإخبارية الرياضية مجالا لمشاركة المستخدم وإبداء رأيه والتعليق على كل ما ينشر من مواد إعلامية على الشبكة دون قيود أو حدود وذلك من خلال التطورات التكنولوجية والوسائط المتعددة وتطبيقاتها التي تحقق التفاعلية، حيث ساهمت هذه السمة في تغيير واقع العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل وجعلت المنتج والمستهلك للمادة الخبرية يتبادلان الأدوار في نشر المعلومات ونقلها.

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها يمكن القول أن الموقعين Dz foot و Dzair sport كبقية المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية، في مازالت في بداياتها وتحتاج إلى المزيد من الجهود من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في مجال النشر الالكتروني و الإستفادة منها ومحاولة إستقطاب أكبر عدد من الجماهير الرياضية لزيارة صفحاتها، وذلك بالاستفادة أكثر من الأدوات التكنولوجية الحديثة في الإعلام و الإتصال، كما يمكن القول أن الموقعين ما يزالان بعيدين بشكل كبير عن التطورات التكنولوجية، لأن التفاعلية التي أتاحتها تطبيقات الأنترنت والوسائط المتعددة تتطلب ضرورة وجود مستخدمين متحكمين في التكنولوجيا لتحقيق التفاعلية، وذلك يتطلب إجراء المزيد من الدراسات المعمقة لقياس التفاعلية في المواقع الإخبارية المتخصصة والرياضية منها على وجه الخصوص.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

أ- الكتب:

1. أبو عيشة، فيصل، 2010، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان.
2. أمين، رضا عبد الواحد، 2006، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
3. البدراني، فاضل حسني، 2014، أسس التحرير الصحفي والإلكتروني، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان.
4. بن مرسلي، أحمد، 2007، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
5. بيوس، عبد الرحمان، 2005، استخدام و تأليف الوسائط المتعددة، دار الكتب العلمية، القاهرة.
6. تريان، ماجد سالم، 2008، الأنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
7. توماس.ج.ك، بيرك، ليمان، ماكسويل، 1993، تقنيات الاتصال وتدفق المعلومات، ترجمة: حشمت محمد علي، الرياض.
8. حجاب، محمد منير، 2004، الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
9. حسنين، شفيق، 2010، الإعلام التفاعلي، د.ط، دار الفن للطباعة والنشر والتوزيع، د.م.
10. حسنين، شفيق، 2007، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية و الرقمية، رحمة برس للطباعة و النشر.
11. حسنين، أسماء، 2005، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي الرقمي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
12. حسنين، شفيق، 2006، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر.
13. حسين، سمير، 2003، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة.
14. حمدي، محمد الفاتح، بوسعدية، مسعود، وآخرون، 2011، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة، الاستخدام و التأثير، ط1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.

قائمة المراجع

15. دليو، فضيل، 1990، الأسس المنهجية ، أساليب البحث العلمي، ط1، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة.
16. دليو، فيصل، 2008، دراسات في المنهجية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
17. الديلمى، عبد الرزاق، 2011، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
18. زعموم، خالد، بومعيزة، سعيد، 2007، التفاعلية في الإذاعة أشكالها و وسائلها، تونس.
19. السلوم، عثمان إبراهيم، 2002، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت، دار عالم الكتب، الرياض.
20. سيد أحمد، محمد، 1979، الصحافة سلطة رابعة كيف؟، مطابع دار الشعب جامعة القاهرة.
21. الضامن، منذر، 2017، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة.
22. عصام صلاح، مروى، 2015، الإعلام الالكتروني الأسس والآفاق المستقبلية، ط1، دار الإعصار للنشر و التوزيع، عمان.
23. علم الدين، محمود، 2008، مقدمة في الصحافة الالكترونية، ط1، الحرية للطباعة و النشر، القاهرة.
24. العياضي، الصادق، 2004، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الإعلام و الثقافة و التربية، دار الكتاب الجامعي، بيروت.
25. الفار، محمد جمال، 2006، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
26. الفلاحى، حسين علي إبراهيم، 2017، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد، نمط اتصال جديد.....استخدامات متعددة، ط1، دار الكتاب الجامعي.
27. فيصل، عبد الأمير، 2006، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
28. القيسي، جمال عبد ناموس، 2013، الأخبار في الصحافة الالكترونية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان.
29. كافي، مصطفى يوسف، 2016، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
30. اللبان، شريف درويش، 2007، الصحافة الالكترونية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

قائمة المراجع

31. اللبان ،شريف درويش، 2011، مداخلات في الإعلام البديل و النشر الالكتروني على الانترنت، ط1، دار العالم العربي، القاهرة.
32. لسلي، فرانسوا، ماكاريز، نقولا، 2005، وسائل الاتصال المتعددة -ملتيميديا، تعريب ، فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، لبنان.
33. لعقاب، محمد، 2007، وسائل الإعلام و الاتصال الرقمية، دار الهومة، الجزائر.
34. ليتش، كارول، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة، منهج تطبيقي، ترجمة، عبد الستار جواد.
35. محمد الهادي، محمد، 2001، تكنولوجيا الاتصال، شبكة المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
36. المخلفاوي، فيصل علي فرحان، 2005، المؤسسات الاعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، المكتب الجامعي الحديث.
37. مشاقبة، بسام، 2010، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
38. مصباح، عامر، 2008، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
39. منها، فريال، 2000، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت.
40. المهيتي، عبد الرزاق علي، 2011، الصحافة المتخصصة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
41. النجار، سعيد محمد الغريب، 2009، التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت، البحرين.
42. نصر، حسني محمد، 2004، الأنترنت والإعلام في الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
43. نصر، محمد، 2003، الانترنت و الإعلام في الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح، الكويت.

ب- المراجع الأجنبية:

44.L.Massey brain .levy mark ،1999 interactivity ،online journalism and English-language webnewspapers in asia ، journalism and mass communication quarterly.

45.Lange ، kirsten,2010 sport and new media: aprofil of internet sport journalists in Australia ، school of human movement ,recreation and performance, faculty of human development,Victoria university.

ج- مذكرات:

46.بلعالية، يمينة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي المواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير، الجزائر.

47.بن بلخير، خديجة، موسى، كلثوم، 2018، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق أون لاين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، أدرار.

48.بن سهيل، مريم، 2014، تفاعلية مستخدمي الفيسبوك مع المواقع الرسمية للصحف الجزائرية، جريدة البلاد أنموذجا، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، المسيلة.

49.بوثلجي، إلهام، 2010، الصحافة الالكترونية الجزائرية و اتجاهات القراء، دراسة تحليلية مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، رسالة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر.

50.بوحيلة، رضوان، 2018، الصحافة الرياضية في الجزائر-دراسة تحليلية وميدانية ليوميتي الهذاف والخبر الرياضي-، أطروحة دكتوراه علوم في الدعوة والإعلام والاتصال، تخصص علوم إعلام ، قسنطينة.

51.تيميزار، فاطمة، 2007، إسهامات الأنترنت في تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة وصفية على عينة من الصحفيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر.

52.حمدان، حسام عبد الحميد، 2014، المواقع الإخبارية العربية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال.

قائمة المراجع

53.الرحباني، جورج، 2009، استخدامات الصحافة الالكترونية و انعكاساتها على الصحف الورقية اليومية

في الأردن، رسالة ماجستير، الشرق الأوسط للدراسات العليا،عمان.

54.سهيلي، لامية، 2014، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين

والنهار أون لاين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، المسيلة.

55.مليك ،محمد، 2005، النشر الالكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة، دراسة نظرية وصفية، رسالة

ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

د- المقالات:

56.شطاح، محمد 2005، الانترنت ومستقبل الصحافة في الجزائر، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الانترنت

في العالم العربي، الواقع و الآفاق، الشارقة.

الملاحق

جدول يمثل حساب معامل الثبات عبر الزمن :

المجموع		نقاط الاختلاف		نقاط الاتفاق		الاختبار (2)		الاختبار (1)		الفئات الجزئية	الفئات
Dzairspor	DZ foot	Dzair sport	DZ foot	Dzairspor	DZ foot	Dzair sport	DZ foot	Dzair sport	DZ foot		
										اختيار اللغة	
										الوسائط المتعددة	
										مشاركة النص	
										البريد الإلكتروني	إمكانية الاتصال الشخصي
										مواقع التواصل الاجتماعي	
										المنتديات	
										محرك البحث	إمكانية الحصول على المعلومات
										الأرشيف	
										سهولة النقر	
										المنتديات	
										الإحالة إلى أقسام الموقع	الرد على الأسئلة
										الرد على البريد الإلكتروني	
										الرد على الأسئلة الأكثر طرحا	
										التعليقات	إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع
										الإعجاب	
										إضافة صور	
										المشاركة	
										استطلاع الرأي	
										الاستفتاءات	
										تحديث المادة بشكل آني	سرعة تحديث الموقع
										تحديث المادة يوميا	
										تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة	
										المجموع	

أ- بعد تعدد الخيارات

الجدول رقم(1): الفئة الجزئية إختيار اللغة :

اختبار اللغة					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	فرنسية	الانجليزية	عربية	
					DZ foot
					Dzair sport

الجدول رقم (2): الفئة الجزئية الوسائط المتعددة :

الوسائط المتعددة					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	بث مباشر	فيديو	صور	
					DZ foot
					Dzair sport

الجدول رقم (3): الفئة الجزئية مشاركة النص

مشاركة النص					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	يوتيوب	تويتر	فيسبوك	
					DZ foot
					Dzair sport

- بعد إمكانية الاتصال الشخصي

الجدول رقم (4): الفئة الجزئية البريد الالكتروني:

البريد الالكتروني					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	بريد المواقع الخدمية	بريد أقسام الموقع	بريد الموقع	
					DZ foot
					Dzair sport

الجدول رقم (5): الفئة الجزئية مواقع التواصل الاجتماعي :

مواقع التواصل الاجتماعي					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	اليوتيوب	تويتر	فيسبوك	
					DZ foot
					Dzair sport

الجدول رقم (6): الفئة الجزئية المنتديات:

المنتديات					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	منتديات مقترحة	منتديات خاصة	منتديات عامة	
					DZ foot
					Dzair sport

- بعد امكانية الحصول على المعلومات

الجدول رقم (7): الفئة الجزئية محرك البحث:

محرك البحث				الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	محرك متاح داخل شبكة الويب	محرك متاح داخل الموقع	
				DZ foot
				Dzair sport

الجدول رقم (8): الفئة الجزئية الأرشيف:

الأرشيف		الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	
		DZ foot
		Dzair sport

الجدول رقم (9): الفئة الجزئية سهولة النقر:

سهولة النقر					الفئات الجزئية
النسبة	الجموع	Three clic	Double clic	click	
					DZ foot
					Dzair sport

الجدول رقم (10) الفئة الجزئية المنتديات:

المنتديات					الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	منتديات مقترحة	منتديات خاصة	منتديات عامة	
					DZ foot
					Dzair sport

- بعد الرد على الأسئلة في موقع

الجدول رقم (11): الفئة الجزئية الإحالة إلى أقسام الموقع

الإحالة إلى أقسام الموقع			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (12): الفئة الجزئية الرد على البريد الإلكتروني

الرد على البريد الإلكتروني			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (13): الفئة الجزئية الرد على الأسئلة الأكثر طرحا:

الرد على الأسئلة الأكثر طرحا			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

- بعد إمكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع

الجدول رقم (14): الفئة الجزئية التعليقات

التعليقات			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (15): الفئة الجزئية الإعجاب

الإعجاب			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (16): الفئة الجزئية إضافة صور

إضافة صور			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (17): الفئة الجزئية المشاركة

المشاركة			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (18) : الفئة الجزئية الاستفتاءات :

الاستفتاءات			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (19) : الفئة الجزئية استطلاعات الرأي :

استطلاعات الرأي			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

- بعد سرعة تحديث الموقع

الجدول رقم (20) : الفئة الجزئية تحديث المادة بشكل آني

تحديث المادة بشكل آني			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (21) : الفئة الجزئية تحديث المادة يوميا

تحديث المادة يوميا			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (22): الفئة الجزئية تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة

تحديث المادة في أكثر من 24 ساعة			الفئات الجزئية
النسبة	المجموع	القيمة	
			DZ foot
			Dzair sport

الجدول رقم (23): التفاعلية الإجمالية

النسبة العامة	المجموع الاجمالي	سرعة تحديث الموقع	امكانية تقديم المستخدم للإضافات عبر الموقع	فئة الرد على الأسئلة	امكانية الحصول على المعلومات	إمكانية الاتصال الشخصي للمستخدم	تعدد الخيارات	الموقع الإخباري
								DZ foot
								Dzair sport

الجدول رقم (24): التفاعلية الإجمالية حسب درجة المقياس المستخدم

نسبة الدرجات المتحققة لكلا الموقعين	مجموع الدرجات المتحققة	الموقع		درجة المقياس	الأبعاد التفاعلية
		Dzairsport	DZ foot		
					تعدد الخيارات
					النسبة
					امكانية الاتصال الشخصي
					النسبة
					امكانية الحصول على المعلومات
					النسبة
					فئة الرد على الأسئلة
					النسبة
					امكانية تقديم مستخدم للإضافات عبر الموقع
					النسبة
					سرعة تحديث الموقع
					النسبة
					المجموع
					النسبة

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع التفاعلية في المواقع الإخبارية الرياضية الجزائرية والتحقق من مدى توافر الأبعاد الستة التي تحقق التفاعلية، حيث تم إجراء دراسة وصفية تحليلية على عينة مكونة من موقعين إخباريين رياضيين جزائريين Dz Foot و Dzair Sport باعتماد المنهج الوصفي المسحي لعناصر التفاعلية المتوافرة على الصفحة الرئيسية وبعض الصفحات الداخلية للموقعين، مستخدمين في ذلك أداة تحليل المضمون للكشف عن مختلف أبعاد التفاعلية المتاحة فيهما في الفترة الممتدة من 24 ماي 2020 بداية الاختبار الأول لقياس الثبات ، ثم إعادة التحليل للاختبار الثاني في 23 جوان 2020 حيث كان الفاصل بين الاختبارين 30 يوما، انتهاء بتفريغ بيانات الدراسة التحليلية يوم 20 جويلية وقد توصلت هذه الدراسة إلى ما يلي :

- إتاحة الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz Foot و Dzair Sport لإمكانية الحصول على المعلومات عن طريق مجموعة من التطبيقات وكذلك تعدد الخيارات، كما استخدما بشكل كبير نظام الوسائط المتعددة (نص، صورة، فيديو) في نشر الأخبار داخل الموقع كبديل لعدم توفيرها للخدمات التفاعلية التي تتيحها شبكة الانترنت، ويتضح ذلك في عدم الإجابة على تساؤلات المستخدمين وكذلك الرد على البريد الإلكتروني، وهذا ما أبرز نقص حرص هذين الموقعين على إقامة صلة مباشرة بين المحررين والجمهور القارئ.

- عدم استغلال الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz Foot و Dzair Sport إمكانية النص الفائق لربط الخبر بغيره من الأخبار وتوضيح سياقه، حيث أنهما لم يستغلا الإمكانيات الكاملة التي تتيحها الإنترنت.

-إهمال الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz Foot و Dzair Sport إعطاء المستخدم فرصة المشاركة في المحتوى المنشور وإضافة معلومات، بحيث ركز الموقعين على وجود الربط بمواقع التواصل الاجتماعي في موقعهما. - كان التجديد الفوري للمواد الخبرية في الموقعين الإخباريين الرياضيين Dz Foot و Dzair Sport بشكل يومي فقط، وليس بشكل آني فور وقوع الحدث.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الإلكترونية، المواقع الإخبارية الرياضية، التفاعلية

The Study Summary:

This study aimed to identify the reality of interactivity in Algerian sports news sites and verify the availability of the six dimensions that achieve interactivity. A descriptive analytical study was conducted on a sample consisting of two Algerian sports news sites, Dz Foot and Dzair Sport, by adopting the descriptive survey method for interactive elements. Available on the home page and some internal pages of the two sites, using the content analysis tool to reveal the various dimensions of interactivity available in them in the period from May 24, 2020, beginning of the first test to measure stability, then re-analysis of the second test on June 23, 2020, where the interval between the two tests was 30 One day, the data of the analytical study ended on July 20, and this study reached the following:

- The sports news sites Dz Foot and Dzair Sport were provided with access to information through a set of applications as well as a plethora of options, and they also made extensive use of the multimedia system (text, image). Video) in publishing news on the site as an alternative to not providing the interactive services provided by the Internet H, in the absence of answering users' questions, as well as responding to e-mails, which highlighted the lack of keenness of these two sites to establish a direct link between editors and the reading public.

- The two sports news sites Dz Foot and Dzair Sport did not exploit the possibility of hypertext to link the news with other news and clarify its context, as they did not exploit the full potential offered by the Internet. Neglecting the sports news sites Dz Foot and Dzair Sport, giving the user the opportunity to participate in the published content and add information, so that the two sites focused on the presence of linking to social networking sites on their site.

- The immediate renewal of the news material on the sports news sites Dz Foot and Dzair Sport was on a daily basis only, and not immediately after the event.

Key words: electronic journalism, sports news sites, interactive.

حجرت ۲۰۱۳
الحمد لله
مر

