



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مكتوبة

أنماط القراءة في الصحافة الالكترونية

دراسة وصفية لعينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة

-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر(2) في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ(ة) :

سعاد ولد جاب الله

إعداد الطالب(ة):

نصر الدين مهداوي

أعضاء اللجنة :

...../1

...../2

...../3

...../4

السنة الجامعية : جوان 2015

سورة التوبة

الأهداء

إلى من ترعرعت من بين أحضانه وطني الحبيبين (الجزائر) إجلالا

إلى من علمني الصبر و التحدي (والدي) أطال الله بعمره... فخرا.

إلى من ترعرعت من بين أحضانه وطني الحبيبين (الجزائر) إجلالا

إلى من عمرتني بفيض حنانها (والدي) حفظها الله...وفاء

«وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا»

إلى من أسرجوا النور في ظلمة ليلي (إخوتي و أخواتي حبه)

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع

والى وليد ، أمين، الخير، نصرالدين، عاد.....

إلى أعمامي وعماتي والى أخوالي وخالاتي وجدتي أطال الله في عمرها

إلى صديقي دائما وأبدا هنيئاً.....

إلى أصدقاء الدراسة تخصص اتصال وعلاقات عامة وصحافة مكتوبة

إلى أصدقائي ياسر، خالد، منير، أحمد، صبحي، نجيب، عبد المالك، فاتح، عزالدين ، رحيم ، بوزيد، تواتي، ياسين
وزملائي بجامعة سطيف ممدى، عبد الواسط، محمد الأمين .

إلى كل زملائي بالإقامة الجامعية نويوا تموسى الأحمدى بالمسيلة من بينهم ناجي و رؤو فوعبد الحق و هشام.....
وشكر خاص إلى زميلي عبد النور الذي راودني بكل نفس من العون والمساعدة..

. إلى كل زملائي بحزب.FFS.

إلى كل من يحب نصرالدين.

”ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله“

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين الصادق الأمين و على آله و صحبه الطيبين الطاهرين

و بعد:

يسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذة المشرفة على هذه الدراسة " ولد جاب الله سعد" التي رافقتني في إنجاز هذا العمل من بدايته إلى نهايته.

وسعيلاً أن نتقدم بجزيل الشكر لرئيس قسم علوم الاعلام والاتصال أبو بكر بوعزيز لأساتذتنا الأفاضل

في قسم الاعلام والاتصال على عطائهم العلمي، كمل أتقدم بجزيل شكرنا و تقديرنا إلى الأساتذة الكرام

الذين طوعوا بتدريسي في مشوار الماستر تخصص صحافة مكتوبة: الأستاذ بوقرة رضوا، الأستاذة

برارد و نعيمة والأستاذ زولو و مهدي والأستاذ سعيداني سلامي.

و أعضاء لجنة المناقشة الذين تحملوا عناء قراءة هذه المذكرة و مناقشتها و تقويمها و تزويدي بما

لديهم من علم سديد.

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الخالص للأستاذ القدير مهدي نورالدين بجامعة سطيف -2-

الذي مد لي يد العون وقدم لي تسميات لانجاز هذا البحث.

ومن ساندني لإتمام هذا العمل المتواضع و لكم مني كل المحبة و الاحترام و التقدير.

خطة الدراسة

خطة الدراسة

مقدمة

I. الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تحديد مفاهيم الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- هد 1. في الدراسة
- 6- مجال الدراسة
- 7- عينة الدراسة
- 8- المنهج المستخدم
- 9- أدوات جمع البيانات

II. الإطار النظري للدراسة

تمهيد

- 1 - المدخل النظري للدراسة

2 - مدخل إلى الصحافة الإلكترونية

3 - التطبيقات الصحفية الجديدة في الصحافة الإلكترونية

3-1- الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية

3-2- منافذ نشر الصحافة الإلكترونية (مواقع التواصل الاجتماعي)

3-3- خصائص قراء الصحافة الإلكترونية

3-4- الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية

III. الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

1- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية

2- إعادة وأنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال

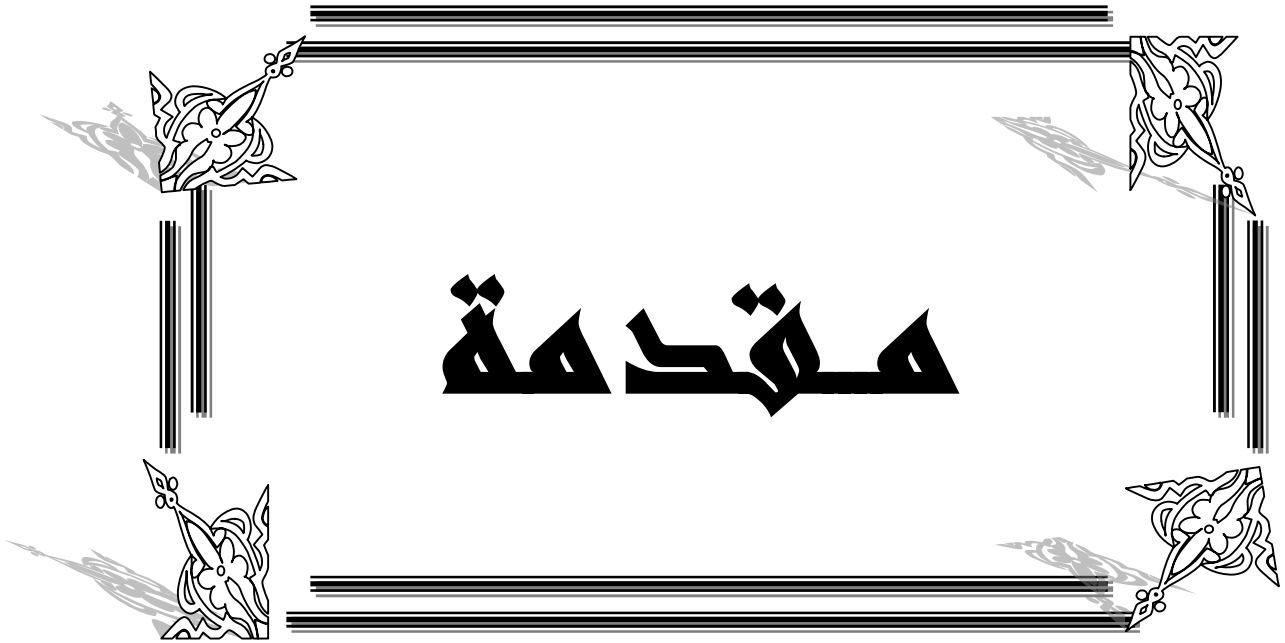
3- دوافع ومبررات مطالعة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

4- تغيير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال

5- عرض النتائج العامة للدراسة

خاتمة

مقدمة



شهد العقد الثاني ثورة كبيرة في مجال وسائل الإعلام والاتصال التي جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، حيث تكورت الحاسبات، شبكات الهاتف وشبكات المعلومات، مما استخدمت أيضا تكنولوجيا البث الفضائي و تكنولوجيا الوسائط المتعددة. وللحديث عن مجال الإعلام والاتصال نجد الصحافة المكتوبة هي الوسيلة الأمثل التي كانت تمثل الوجه الإعلامي البارز في الساحة الإعلامية وجورها في نشر المعلومات والأخبار للمتلقين لأجل تشكيل الرأي العام للمجتمعات . ومع مرور الوقت وتضارب الأزمنة عرفت حقبة التسعينات ثورة معلوماتية هائلة التي نشأت مع ظهور الشبكة العنكبوتية الويب التي غزت الكون من أقصاه إلى أقصاه ، محدثة انفجارا كونيا لم يشهد العالم له مثيلا ، هذا الانفجار احتوى من ضمن ما احتواه الإعلام نفسه، مما سهمت بدورها في نقل الفضاء العمومي الذي يمثل وسائل الإعلام الكلاسيكية بما فيها الصحافة التقليدية المكتوبة إلى فضاء عمومي افتراضي يتم تجسيده على شبكة الانترنت أو ما يسمى بالإعلام الجديد أو الميديا. بعدما كانت وسائل الإعلام الكلاسيكية تقوم على تشكيل الرأي العام بشكل هامشي وبدون صدى إعلامي من قبل الجمهور، في حين جاء مايعرف بالإعلام الجديد العمل على تكوين كتل وجماعات صغيرة تسهل بدورها في تشكيل رأي خاص بالفرد احتراماً لتلقيه .

ومن بين أبرز رهانات التحول التي أفرزتها شبكة الانترنت على مستخدميها جاء في مقدمتها بما يسمى الصحافة الالكترونية . إذ برزت الصحافة الالكترونية كوسيلة اتصالية حديثة وعالمية متميزة نظرا لما تمتلكه من تطبيقات متاحة وخصائص تكنولوجية تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية ، والتي سهرت على تكوين جمهور الكتروني متفاعل ومشاركاتي، لذا لم تستطع الصحافة التقليدية الصمود في وجهها ، مما انفجر المتلقي هنا في وجه القائم بالاتصال وتحرر من القيود والحواجز الضغينة التي كانت تعرقل مساره الاتصالي ، فيما أصبح عنصر متفاعل في العملية

الاتصالية من خلال نشر المضامين وقراءتها والمشاركة فيها ، جعلت من هذا الأخير يكتسب أنماط وعادات قرائية جديدة في الاستخدام والقراءة . ولهذا أصبحت القراءة في المجتمع الحديث ذات قيمة أساسية لمن أراد أن يحيا حياة كريمة ، فهي الركيزة الأساسية التي بنت عليها الدول عملية التقدم والتطور وأهميتها على مستوى الفرد في توسيع مداركه العلمية ، ولا يمكن أن ننسى بأنها أداة مكتملة للجهود الرامية للتعليم المستمر والتفصيل وإذكاء روح المثابرة على العمل وإتقانه ، فيما تستغل أيضا في تقنين الفكر وتكوين الاتجاهات وصقل ميول القارئ مع تفجير طاقته الإبداعية لتكوين شخصية مستقلة متوازنة ذات مستوى ثقافي عالي ، قادرة على تطبيق الأفكار السديدة المحصل عليها من القراءة والاطلاع في حل المشكلات ومواجهة الصعاب التي تصادفه في المستقبل القريب. هذا ما دفع بنا إلى إسقاط موضوع الاطلاع وسبل القراءة وأنماطها على جمهور الطلبة الجامعيين ، ونحن نعرف أن الطالب لا يمكنه أن يعيش معزولا عن محيطه الداخلي أو الخارجي لحاجته الماسة للمعلومات التي تفيده في حياته العلمية والأكاديمية والعلمية بمضاعفة خبرات التزويد . وفي ظل التنبئ المتزايد لشبكات الانترنت من قبل الفرد الذي أصبح مستخدما أنترناتيا يبحر في المواقع الالكترونية بمختلف الأشكال والجوانب، إذ تزامن مع تطورها زيادة نسبة القراءة على الصحف الالكترونية التي لا تكاد تخلو من وجود صفحاتها على شبكة ألنت مما أوفرت مختلف الخدمات التفاعلية المتاحة بفضل تلك الخصائص والميزات التكنولوجية التي تمتاز بها الصحافة الالكترونية أو الصحافة التشاركية ، التي أتاحت لكل طالب جامعي حرية وسهولة انتقاء المضامين والمشاركة في أخبارها وموضوعاتها ، جعلت منه قارئاً إلكترونياً يكتسب أنماط وعادات قرائية جديدة تتغير هي الأخيرة من مستوى إلى آخر وفق تغير الظروف المحيطة به في القراءة والتي تعرقل تفاعليته سواء داخل الحرم الجامعي أو خارجه .

ومن هذا المنطلق سنحاول دراسة أنماط وعادات القراءة في الصحافة الالكترونية الجزائرية لدى جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال (ليسانس - ماستر) لجامعة المسيلة ، وباعتبارها نموذج

لدراستنا سنسعى من خلالها إلى معرفة إلى أي مدى تساهم الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية التي أشرنا إليها سابق مع الأخذ بعين الاعتبار الخدمات والتطبيقات التكنولوجية الصحفية التي تتيحها الصحافة الإلكترونية لمستخدميها في تغيير أنماط وعادات طلبة علوم الإعلام والاتصال في القراءة والاطلاع، مع توضيح فيما بعد إذا كانت هاته الخصائص والخدمات التكنولوجية الجديدة التي تتيحها الصحافة الإلكترونية لجمهور الطلبة تسعى إلى إشباع حاجاتهم ورغباتهم بدافع الاستخدام والتفاعل.

ولمعالجة هذا الموضوع فقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة إطارات : الإطار الأول يتعلق بالجانب المنهجي للدراسة ، وفيه تم عرض مشكلة الدراسة وتساؤلاتها السبع التي ستجيب عن نتائج الدراسة ، مع تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة ، فيما تطرقنا في أيضا إلى أسباب اختيار الموضوع أهميته أهدافه ، التعريف بالمنهج المتبع ، مجالات الدراسة ، العينة المختارة وتحديد أداة الدراسة المتبناة ، أما الإطار الثاني فيشمل الجانب النظري للدراسة والذي يحتوي على ثلاث محاور يتعلق الأول بالمدخل النظري للدراسة والذي يعتبر البنية القاعدية للدراسة البحثية والمعتمد عليها في تجزيء العناصر النظرية للدراسة و تفسيرها ، فيما يعنى المحور الثاني بمدخل الصحافة الإلكترونية من خلال التطرق إلى مفهومها و ونشأتها وتطورها في العالم العربي ، فيما عددنا أهم أنواعها وتقسيماتها ، مبينا لأهميتها الإعلامية بالنسبة للفرد والمجتمع وكوسيلة إعلامية مع تحديد جملة السلبيات التي تتوافر فيها ، أما المحور الثالث يدخل في إطار التطبيقات التكنولوجية الجديدة للصحافة الإلكترونية والتي تم في هذا المحور إبراز أهم الخصائص التكنولوجية التي تمتاز بها الصحافة الإلكترونية ، مع الإشارة إلى خصائص قراءها ، وكما تطرقنا أيضا في هذا المحور إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة باعتبارها كمنافذ نشر أخرى للصحافة الإلكترونية ، لينتهي هذا المحور في طرح أهم الخدمات والتطبيقات التي تتوافر في الصحافة الإلكترونية والتي تتيحها لمستخدميها بشكل عام. أما الإطار الثالث والأخير خصصناه للجانب التطبيقي للدراسة ، حيث

قمنا بإدراج أهم إحصائيات النسبية المتوصل إليها من متغيرات الدراسة في جداول بسيطة ومركبة مع تحليل نتائج الدراسة وفقا لمحاور استمارة الاستبيان ، الأول الخاص بالاهتمام والمفاضلة والثاني خاص بعادات وأنماط القراءة ، و المحور الثالث يتعلق بدوافع ومبررات المطالعة والأخير خاص بتغير أنماط القراءة عند طلبة علوم الإعلام والاتصال. لينتهي هذا الإطار بوضع ملخص لنتائج الدراسة واستنتاج النتائج العامة للدراسة ، ولا ننسى خاتمة الدراسة .

الإطار المنهجي



الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تحديد مفاهيم الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- مجالات الدراسة
- 7- عينة الدراسة
- 8- المنهج المستخدم
- 9- أدوات جمع البيانات

1- إشكالية الدراسة:

في ظل التسارع المذهل في مجال تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وما أفرزته من تطورات
 حاصلة في مجال الإعلام والاتصال مهد الطريق لمواكبة عصر وسائل الاتصال الجماهيري ، وهو
 ظهور الشبكة العنكبوتية (الانترنت) التي يطلق عليها البعض بالتقنية الاتصالية التفاعلية.
 فبروز هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة ذات الإمكانيات الهائلة في الساحة الإعلامية ،
 أصبحت تلعب دورا هاما في نقل المعرفة و المعلومات وكافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل
 مباشر ، حيث ساهمت هي الأخيرة في عرقلة مسار الصحافة التقليدية ، التي رأت في الوسيلة
 الجديدة خطرا يهدد مستقبل صناعتها أو ما يسمى "بالصدمة الإلكترونية" بإنشاء مواقع لها على
 الشبكة ، مما استفادت الصحف و المطبوعات الدورية من التقدم التكنولوجي الذي وفرته شبكة
 الانترنت لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم في مرحلة التحديث
 والتقنين. وأمست المعلومات و المعارف و البيانات المتراكمة تتداول بشكل كبير عبر ألت ، مما أدى
 إلى ظهور سوق حقيقي للوسائط المتعددة multimedia على المواقع الإلكترونية ، سهلت
 للقارئ بفك رموز وشفرة الرسالة الإعلامية الإلكترونية من خلال بروز تقنيات و أنماط تسمح
 بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة بالصوت و الصورة و النص (نمطية النص الفائق)
 والرسوم والفيديوهات التي تهدف لتطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية
 ومن هنا ظهر ما يسمى بالإعلام الإلكتروني....

هذا ما زاد من قيمة الصحافة الإلكترونية التي أمست حاجزا في وجه الصحافة التقليدية
 وتمركزها في الساحة الإعلامية بشكل فعال، حيث ساعدت حرية الانترنت على نشوتها التي
 تخطت الحدود والمساحة و الوقت وزادت من التفاعلية بفضل مجموعة من خصائص تكنولوجية
 التي أفرزتها شبكة الانترنت على وسائل الإعلام. بما فيها الصحافة الإلكترونية، التي سعت إلى تحرير
 المتلقي من الحواجز والقيود التحريرية التي خلفها فيه القائم بالاتصال (المرسل) وتحوله إلى
 مستخدما الكترونيا قائم بذاته في العملية الاتصالية في الوقت نفسه بعد إن كان متلقي سلمي ،

وأصبح بإمكانه القراءة و الاطلاع و الكتابة وإفصاح آرائه مما اكتسب القارئ من استخداماته عادات وأنماط الكترونية عديدة .لتخرج الصحافة الالكترونية في الأخير مزيدا من السمات والمميزات التي جعلتها تفوق وسائل الإعلام الأخرى .

وبالتالي تركز دراسة الباحث على تلك القضية المتعلقة بأنماط القراءة في المواقع الالكترونية، أين نجد بان الخصائص التي أوفرها شبكة الانترنت على وسائل الإعلام بما فيها الصحافة الالكترونية ، أحدثت تغييرا جذريا في أساليب القراءة للمضامين الإعلامية ، ومسعاها في إشباع حاجات القارئ ورغباته أثناء التعرض على غرار التغييرات القرائية التي طرأت عليه اثر الانتقال المرحلي من الورقي المطبوع إلى الالكتروني.

وفي هذا السياق تأثرت صناعة الصحافة في الجزائر بشبكة الانترنت كغيرها من البلدان الأخرى ، حيث كانت أول تجربة للصحافة الالكترونية في الجزائر خلال منتصف التسعينات و رغم أنها كانت متأخرة نوعا ما ، إلا أنها استطاعت أن تتخذ لنفسها مكانا في السوق الإعلامية الجزائرية ، هذا الأمر الذي يقتضي الدراسة على نخبة من الطلبة الجزائريين كعينة من القراء ومتصفحين انترناتيين.

وانطلاقا من هذه الخلفية الإعلامية قد قمنا بطرح التساؤل المحوري الذي يلخص جوانب الموضوع بعد تسليط الضوء على مجتمع العينة والذي جاء كالآتي :

"إلى أي مدى تساهم الخصائص التكنولوجية للصحافة الالكترونية في تغيير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال لجامعة المسيلة؟"

تساؤلات الدراسة :

- 1- هل يهتم طلبة علوم الإعلام و الاتصال بمطالعة الصحف الالكترونية؟
- 2- ما طبيعة الصحف و المواقع الالكترونية المفضلة لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال ؟
- 3- ما هي عادات وأنماط طلبة علوم الإعلام و الاتصال في مطالعة الصحف الالكترونية ؟
- 4- ماهي دوافع ومبررات مطالعة الصحف الالكترونية لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال ؟

- 5- كيف غيرت خاصية التفاعلية أنماط القراءة لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال ؟
- 6- كيف غيرت خاصية النص الفائق أنماط القراءة لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال ؟
- 7- كيف ساهم تعدد منافذ النشر في تغيير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الإعلام و الاتصال؟
- 2- تحديد مفاهيم الدراسة :

أ) الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية :

* إجرائيا: هي جملة المميزات والوظائف التقنية التي وفرتها شبكة الانترنت في الصحافة الإلكترونية، مما قامت بتفعيل عملية الاتصال جذريا لم توفرها في وسائل الإعلام التقليدية من قبل حيث أتاحت للقارئ سهولة نقل و تبادل المعلومات واسترجاعها وتخزينها بالصوت والنص والصورة (الوسائط المتعددة) بسرعة كبيرة وكفاءة عالية، وأفرزت فيه أنماط عديدة في طرق القراءة بعد أن جعلته مستخدما متفاعلا بالمشاركة النشطة والفورية له بالنسبة لمضمون الرسالة وكذا عنصر رجوع الصدى المغيب في الصحافة التقليدية.

ب) أنماط القراءة :

* إجرائيا : هي تلك العادات المتكررة التي اكتسبها القارئ أو المستخدم من خلال اطلاعه على المضامين الإعلامية في الصحافة الإلكترونية والمتمثلة في اهتمامه بالخدمات التي تتيحها الصحف ومدى تعرضه لها.

ونقصد بأنماط القراءة في هذه الدراسة هي عادات التصفح على الصحف الإلكترونية (المواقع الإخبارية) ومدى انتظام القراء في خدمات التصفح من خلال مستوى وحجم التصفح ، والوقت المخصص لذلك، والأيام والفترات الزمنية والأماكن المفضلة للتعرض، بالإضافة إلى الطريقة التي يتم فيها عملية التصفح أي كانت فردية أو جماعية .

ويمكننا القول عنها أيضا هي تفصيل القراء لما يتصفحونه في الصحف الإلكترونية وأساليب تعاملهم مع ما يفضلونه وما تتيحه هذه الوسيلة.

3- أسباب اختيار الموضوع :

✓ يرجع اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب ذاتية وأخرى موضوعية ونذكر منها :

أ) الأسباب الذاتية :

• ارتباط الباحث بالموضوع وإحساسه الدائم بالمشكلة.

• طبيعة الموضوع في حد ذاته موضوع الساعة الذي يواكب العصرنة و التطورات التكنولوجية الحاصلة التي تسايرها جميع شرائح المجتمع.

• دخول الموضوع محل الدراسة في مجال تخصص الباحث "صحافة مكتوبة" ، كون لديه مرجعيات سابقة لمواضيع الصحافة الإلكترونية ومدى شغفه في معالجة الدراسة المتعلقة "بأنماط القراءة في الصحافة الإلكترونية" وتأصيلها نظريا وتطبيقيا.

• الرغبة في حب الاطلاع والبحث في مواضيع تمس الطالب واهتماماته وشدة تعرضه لهذه الوسائل، ونجد هذه المواضيع لاقت اهتماما كبيرا من قبل الباحثين المتخصصين في علوم الإعلام و الاتصال.

ب) الأسباب الموضوعية :

• اختيار الباحث الموضوع لأنه يركز على محور هام جدا ألا وهو القراءة، وذلك لمعرفة أهمية القراءة و المطالعة لدى الطالب الجزائري في ظل وجود أساليب جديدة للقراءة الإلكترونية على المواقع الإخبارية.

• يعود سبب اختيار الصحافة الإلكترونية أو الانترنت من بين وسائل الإعلام الأخرى بسبب الخصائص و الأهمية المتزايدة التي صارت تتمتع بها هذه الوسيلة التي تعرف انتشارا واسعا و متناميا، بالإضافة إلى قلة الأبحاث و الدراسات التي تناولتها نظرا لحداتها بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى.

• إما اختيار جمهور الطلبة لإجراء هذه الدراسة، فذلك بسبب أهمية هذه الفئة في المجتمع انطلاقا من اعتبارها الشريحة المتعلمة والثقفة إضافة إلى حجمها الكبير في الجزائر.

أن الانتشار المذهل للصحف الإلكترونية وتعدد مواقعها نتيجة التدفق السريع للمعلومات، استوجب الأمر لمعرفة الأنماط والعادات التي اقتناها الطلبة من الصحافة الإلكترونية و دور هذا الأخير في إشباع حاجاته وزيادة إثراء ثرواته و حصيلته المعرفية.

إبراز الحاجة إلى تفاعل الأكاديميين من أساتذة وطلبة علوم الإعلام و الاتصال في الجزائر، لتأصيل القضية الإعلامية المتعلقة بخصائص وسمات الصحافة الإلكترونية و شرح مجالات استخدامها من قبل القراء.

4- أهمية الدراسة : تتبع هذه الدراسة في:

الجانب العلمي من حيث أنها استجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية المزيد من الدراسات الميدانية في موضوعات الصحافة الإلكترونية، وقضايا تبني تكنولوجيا الاتصال و الوسائط المتعددة التي أحدثت عليها تقنية الانترنت والشبكة العنكبونية عدة تغييرات.

وإذ تكمن أهمية الدراسة في الجانب الأكاديمي من خلال رصد آراء الطلبة المتخصصين في علوم الإعلام و الاتصال وقربهم المباشر بالموضوع، بالنظر إلى استخداماتهم النزيهة للصحف الإلكترونية إضافة إلى معايير الاهتمام و المفاضلة لما تتيحه من خدمات. مما يمكن أن تكون نتائج الدراسة أيضا منطلقا لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الموضوع ومقارنته بالتجارب العربية المماثلة.

أما أهميتها من الجانب الموضوعي وهو معرفة دور مواصفات الصحافة الإلكترونية في تطوير أساليب القراءة عند طلبة علوم الإعلام و الاتصال (كيفية القراءة) ، حيث سعت هي الأخيرة في زيادة تفاعل القراء مع المضامين الإخبارية وإشباع حاجاته الإعلامية ، حيث غيرت في عاداته وميولاته أيضا بسبب مسيرته لشبكة الانترنت.

5- أهداف الدراسة : نسعى من خلال هذه الدراسة بتحقيق الأهداف التالية :

ن قياس درجة اهتمام طلبة علوم الإعلام و الاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية.

ن معرفة الخصائص والميزات التكنولوجية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية.

ن التعرف على التغييرات التي أفرزتها الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية في أنماط وعادات طلبة علوم الإعلام و الاتصال.

ن قياس درجة التفاعلية و الاستخدام في الصحافة الإلكترونية .

ن بالإضافة إلى التدريب على إجراء بحوث علمية ميدانية للتحكم في إجراءات البحث العلمي .

ن أما هدف إجراء الدراسة كدراسة، فهو لنيل شهادة ماستر طور صحافة مكتوبة.

6- مجالات الدراسة: من بين المتطلبات المنهجية في البحث العلمي تحديد مجالات الدراسة،

وهي:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في الجزائر / ولاية المسيلة بجامعة محمد بوضياف (كلية

العلوم الإنسانية و الاجتماعية/ قسم علوم الإعلام و الاتصال).

المجال البشري: اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف -المسيلة- قسم علوم

الإعلام والاتصال طور (ليسانس / ماستر) تخصص : اتصال / صحافة مكتوبة، ومدى مطالعتهم

للصحف الإلكترونية ساهمت هي الأخيرة في اكتسابهم لأنماط وعادات جديدة في القراءة من

خلال الاستخدام و التفاعلية في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات.

المجال الزمني : خلال السنة الدراسية (2014-2015)

إن انطلاق الشروع في هذه الدراسة كان في أواخر شهر ديسمبر بالضبط يوم 2014 /12/23 ،

في هذه الفترة تم اختيار موضوع الدراسة بعد ضبطه وتعديله من قبل الأستاذ المشرف ، ودخول

الباحث في حيرة تحديد المشكلة و ضبطها مرورا إلى مرحلة جمع المعلومات حول المشكلة المصاغة

بعد الاطلاع على المراجع و الكتب وتأصيلها نظريا . وفي/..../.. جاءت مرحلة تصميم استمارة

المعلومات وتوزيعها على مجتمع البحث إلى فئات محددة التي تخص موضوع الدراسة، ليقوم الباحث

في هذه الفترة بجمع البيانات وتحليلها بطرق إحصائية وصولا إلى إجابة على تساؤل دراسته و

النتائج المرسومة.

7- عينة الدراسة

قد قمنا في تناول تحديد مشكلة البحث أو موضوع الدراسة، إن الباحث يحدد مقدما خلال مرحلة تحليل المشكلة مجموع المفردات التي سوف يقوم بدراسة خصائصها أو سماتها، أو سلوكها، والتي تحدد في دراسة القراء أو غير القراء في الإطار البشري. وهذا المجتمع الذي يدرسه الباحث يطلق عليه بمجتمع البحث¹ population

ويقصد بمجتمع البحث هنا " هو جميع المفردات الظاهرة التي يدرسه الباحث " أي الظاهرة التي يدرسه الباحث " وهناك من يطلق عليه (مجتمع الدراسة الأصلي) " ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة".²

وإذا استطاع الباحث إجراء دراسته على جميع أفراد المجتمع، فإن دراسته تكون ذات نتائج أقرب للواقع وأكثر دقة، ولكن الباحث قد يجد صعوبة في التعامل مع كل مشاهدة /من مشاهدات المجتمع لعدة أسباب، مما سيضطره لإجراء الدراسة على مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، وهذه المجموعة نسميها العينة التي تعد أهم خطوة يمر بها الباحث في اختياره للعينة الممثلة تمثيلا دقيقا لمجتمع البحث. والعينة كلمة مشتقة من الفعل "عين"، الذي يعني في اللغة العربية "خيار الشيء"³. وبضوء ما تقدم فانه يمكن تعريف:

ن العينة " بأنها نموذجاً يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث ، وتكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل الوحدات".⁴

¹ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص70-71.

² - محمد عبيدات و محمد أبو ناصر، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و القواعد)، ط 2، دار وائل للنشر عمان، الأردن، 1999، ص 84.

³ - كريمة بوفلاحة: الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية (دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية) مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2009/2010، ص9.

⁴ - عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر، مرجع سابق، ص 137.

وتعرف أيضا " بأنها شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث".¹

بينما يعرفها الدكتور "عامر مصباح" بشكل مبسط فيقول: " فهي مجموعة من الأفراد المختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالا علمية مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث، وتستخدم لتسهيل عملية البحث العلمي".²

وكما نصوغ تعريف آخر للعينة التي يطلق عليها بالمفردة ، فمفردات العينة التي تعرف أيضا لدى الباحثين ب "عناصر البحث" و"وحدات البحث" ،هي ذلك الجزء الأساسي المكون للمجموع البحثي ، أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث ، وهي أيضا الوحدات التي يقسم المجتمع على أساسها بغرض اختيار العينة ، وعند اختيار العينة تعتبر كل واحدة من تلك الوحدات وكأنها مفردة قابلة للتقسيم.³

وتمثل عملية اختيار العينات في البحث العلمي من الخطوات الأساسية التي تسهم في جمع بيانات ومعلومات عن مجتمع الدراسة الأصلي الذي سوف تجرى عليه عملية البحث، ومن ثم تحليل النتائج وتعميمها. لذا تعد العينات من الأدوات الأساسية التي يتم من خلالها جمع والحصول على البيانات والمعلومات من مجتمع البحث. وليس معنى ذلك أن عملية الحصول و تحديد العينات من الأمور السهلة التي يلجأ إليه الباحث في كل الأحوال. ولكن هناك طرق علمية محددة وشروط دقيقة للجوء إلى العينات في عملية البحث العلمي وإجراءاته المختلفة.

ومن بين أنواع العينات التي استعان بها الباحث في دراسته ، والتي تناسب إلى مجتمع بحثه هي

¹ - الكلالدة ظاهر و جودة كلظم: أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية، زهران للنشر. عمان، 1997. ص 177.

² - كريمة بوفلاحة ، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 9.

³ - كريمة بوفلاحة ، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية مرجع نفسه، ص10.

العينة القصدية أو المقصودة.

ويقال عنها:

U العينات القصدية أو الهدفية هي العينات التي يتم انتقاها أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث

نظرا لتوافر بعض الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة. كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي.¹

ولقد اخترت العينة القصدية كوني أقصد في مجتمع بحثي طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال طور (ليسانس / ماستر) لتخصصي اتصال وعلاقات عامة – صحافة مكتوبة لجامعة المسيلة، وذلك من

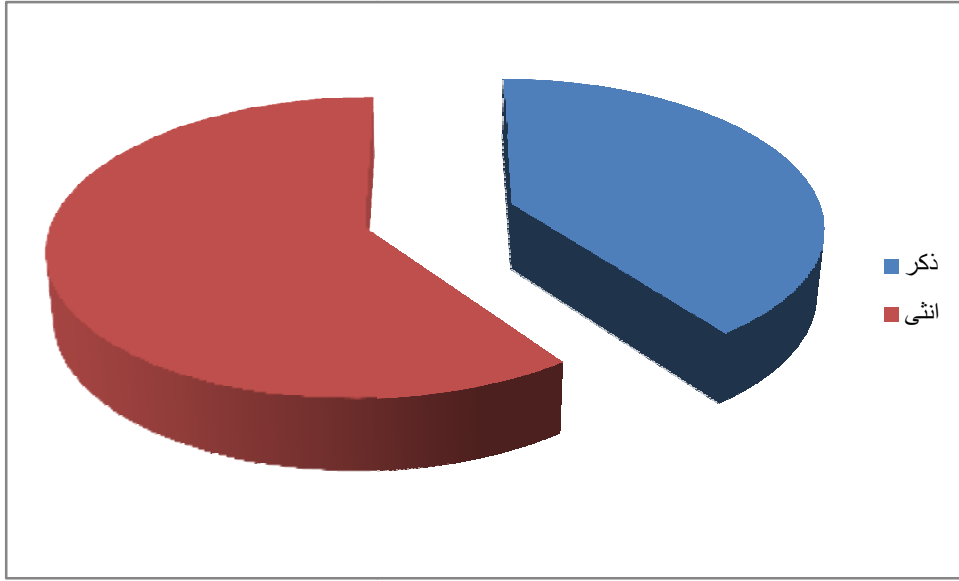
أجل المعالجة البيانية لمحاو الاستمارة والجمع المفصل والدقيق للمعلومات وصولا إلى النتائج المبتغاة. وتضمنت عينة الدراسة جمهور قراء الصحافة الإلكترونية ، حيث تتكون العينة من 60 مفردة

. والموزعة حسب المتغيرات الشخصية لجمهورها على النحو التالي :

جدول رقم 01 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

الجنس	عدد التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	24	40%
أنثى	36	60%
المجموع	60	100%

¹ - محمد عبيدات وأخروه ، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و القواعد)، مرجع سابق ، ص92 .

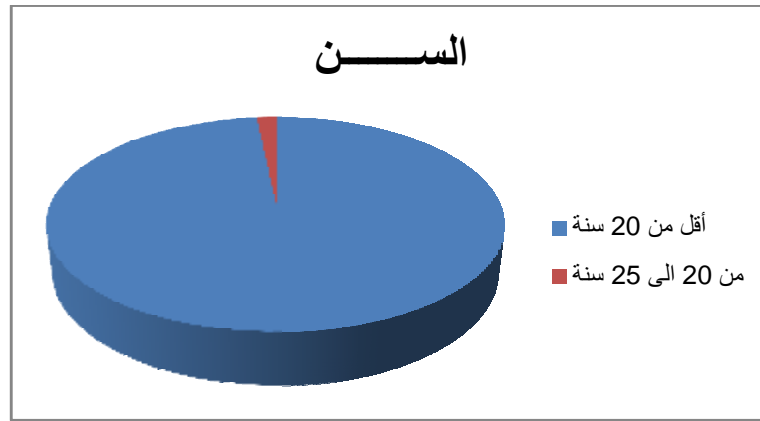


شكل بياني رقم 01 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يتضح من خلال الجدول بأن نسبة المشاركة كانت عند الإناث بنسبة 60% من مجموع أفراد العينة والتي تفوق نسبة الذكور والتي تمثل نسبة 40%، إذا ما قورنت بالعدد الكلي لنسبة مجتمع البحث أنا وهم طلبة علوم الإعلام والاتصال. ومدى تعرضهم لأنماط وعادات القراءة في الصحافة الإلكترونية، وقد يرجع الفرق في النسب إلى طبيعة مجتمع الطلبة، وكذا إقبال الإناث على استخدام شبكة الانترنت لأغراض بحثية وعلمية بغض النظر عن توافر أجهزة الاستقبال بما فيها (الهاتف، الحاسب الشخصي، ipad، إضافة إلى توافر تقنية 3 G. الخ).

جدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن :

النسبة المئوية	عدد التكرارات	السن
00%	00	أقل من 20 سنة
93.33%	56	من 20 إلى 25 سنة
6.66%	4	من 25 إلى 35 سنة
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

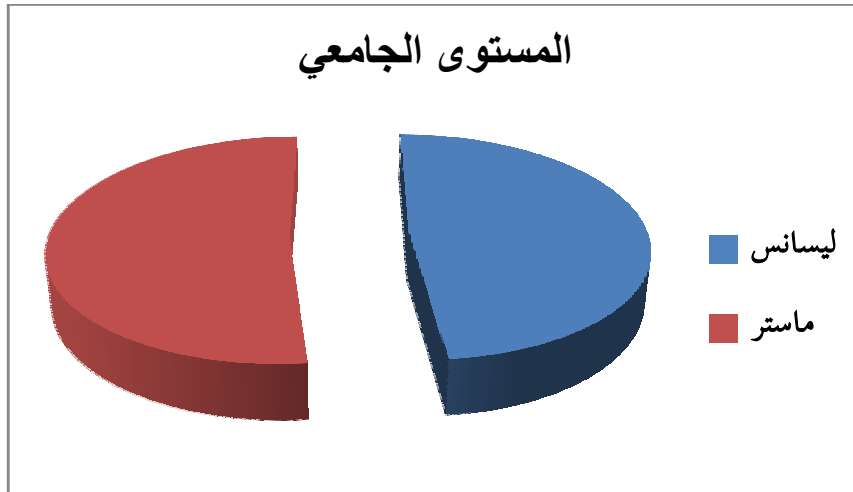
يتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفئة العمرية ما بين (20 إلى 25) سنة هي الفئة الأكثر تصفحاً للصحف الإلكترونية وتعرضاً لمضامينها ، حيث تمثل نسبة 93.33% من مجموع أفراد العينة ، و التي تمثل فئة طلبة "علوم الاعلام و الاتصال" ، لتليها الفئة العمرية من (25 إلى 35) بنسبة 6.66% من مجمل العينة ، ولتكون النسبة لأقل من 20 سنة ب 00% من عينة الدراسة.

وفي قراءة لهذه النتائج تبين لنا أن الفئة العمرية المحددة من (20 إلى 25) سنة هي الأكثر إقبالاً على الصحف الإلكترونية وما ساهمت فيه هي الأخيرة بفضل خصائصها التكنولوجية في تغيير أنماط وعادات القراءة لديها ، وذلك لأغراض بحثية ، علمية ، معرفية وميدانية . ومن جهة أخرى

نلاحظ أن الفئة العمرية من (25 إلى 35) سنة تحتل الصدارة الثانية في تجاوزها مع الصحف الإلكترونية من تفسير في سلوك وجوهر المستوى التعليمي للفئة.

- جدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي :

النسبة المئوية	عدد التكرارات	المستوى الجامعي
48.33%	29	ليسانس
51.66%	31	ماستر
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 03 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

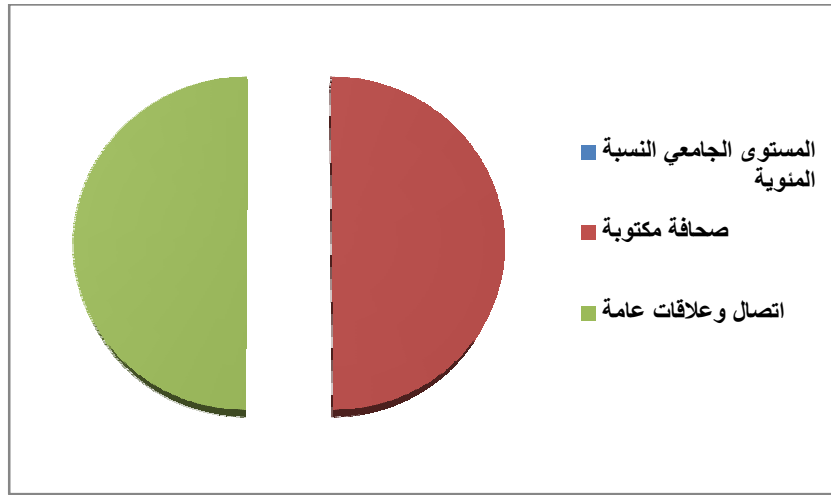
يتضح من خلال الجدول الخاص بالمستوى الجامعي لمجتمع البحث تفاوت نسبي بين طلبة الليسانس و الماستر ، حيث احتلت نسبة طلبة علوم الإعلام و الاتصال لطور ماستر الصدارة الأولى ب 51.66% ، إذ تليها بنسبة غير متفاوتة لطلبة الليسانس 48.33%.

وفي قراءة للنتائج ساهمت الخصائص التكنولوجية التي تمتاز بها الصحافة الإلكترونية في إحداث تغييرا لسلوك وعادات التعرض للمضامين الإلكترونية لدى طلبة الماستر من خلال التصفح لأجراء بحوث أكاديمية والمطالعة أو قصد كسب خبرة إعلامية في مجال تخصصهم وذلك لسهولة التفاعل المجدي ، بالمقابل كانت مساهمة الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية مساهمة لاتقل

عنها في طور الماستر في التصفح و التفاعل مع المحتويات وفضل نمطية النص الفائت التي جاء بها نظام الوسائط المتعددة Multimedia استعانة بأشكال مختلفة من محركات البحث.

- جدول رقم 04 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:

التخصص	عدد التكرارات	النسبة المئوية
صحافة مكتوبة	30	50%
اتصال و علاقات عامة	30	50%
المجموع	60	100%



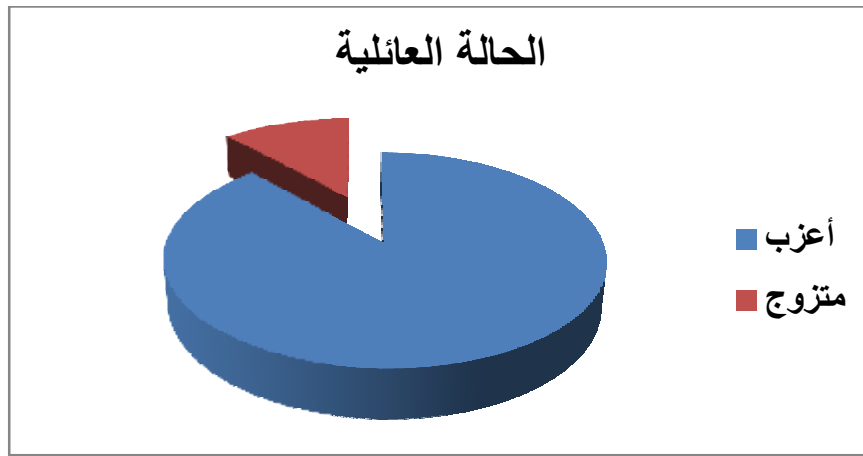
شكل بياني رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة التخصص.

حسب ما يوضحه الجدول رقم (04) فقد تباينت النسب المئوية لتخصص طلبة الليسانس و الماستر ، حيث سجلت طلبة الصحافة المكتوبة نسبة 50% بالموازاة مع طلبة علاقات عامة من التجاوب مع الصحافة الإلكترونية والاستفادة من خدماتها الفعالة بفضل ميزات التكنولوجيا المستحدثة ، وان هذا التجاوب راجع إلى أن طلبة الاعلام لديهم اهتمام لكل ما يعني تخصصهم وبالتالي هنا نستنتج أن عينة الدراسة والمتمثلة في جمهور الطلبة كانت قابلة للدراسة مع موضوع يندرج ضمن إطار الاعلام و الاتصال ، والتباين في النسب يؤكد بأن الطلبة القراء يتفاعلون مع المضامين الإعلامية مهما كان إطار تخصصهم الإعلامي ، وكذا المنتديات ومواقع المحاكاة مواقع

التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة سجلت هي الأخيرة لما يعكسه تخصص الطلبة درجة من التجاوب باستعمال أغلب المحركات للوصول إلى المواقع الرسمية للصحف .

- جدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية :

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع الحالة العائلية
88.33%	53	أعزب
11.66%	7	متزوج
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 05 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

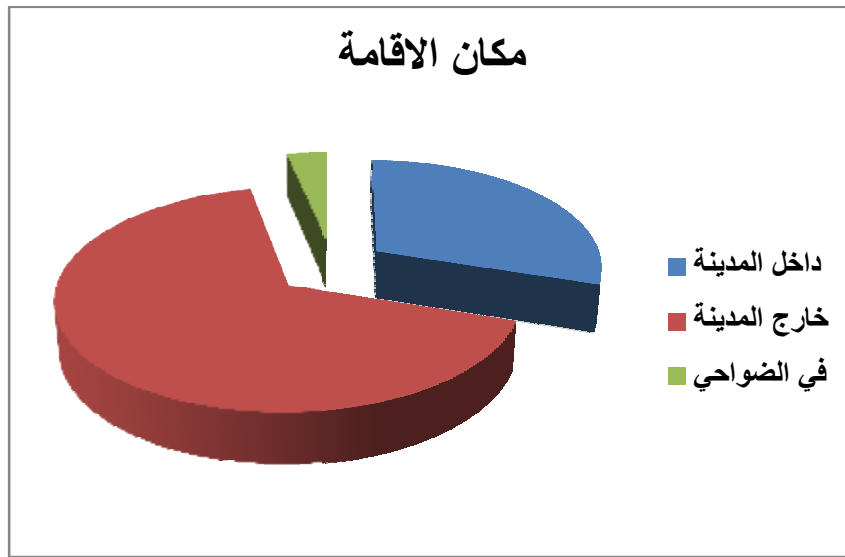
نهدف من خلال توظيف هذا المتغير إلى معرفة ما إذا كانت العمليات التفاعلية للمبحوثين مع المحتويات الصحفية الإلكترونية تختلف باختلاف الحالة العائلية لكل واحد منهم، ونجد نسبة 88.33% تحتل الصدارة الأولى للعازاب مقارنة بنسبة المتزوجين بما يعادل 11.66%.

وقد يرجع الفرق هنا إلى عامل الوقت بالدرجة الأولى، حيث يتحمل المبحوث المتزوج مسؤوليات متعددة في مختلف مناحي الحياة تتعلق بالأسرة الخاصة، وبالتالي ضيق أوقات الراحة و الفراغ التي

تسمح له بالاطلاع على الصحف الإلكترونية والمشاركة فيها، في حين أن قابلية العازين لقضاء الوقت في التفاعل تكون الأكبر.

- جدول رقم 06 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة:

النسبة المئوية	عدد التكرارات	مكان الإقامة
30%	18	داخل المدينة
66.66%	40	في الضواحي
3.33%	02	خارج الوطن
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 06 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة:.

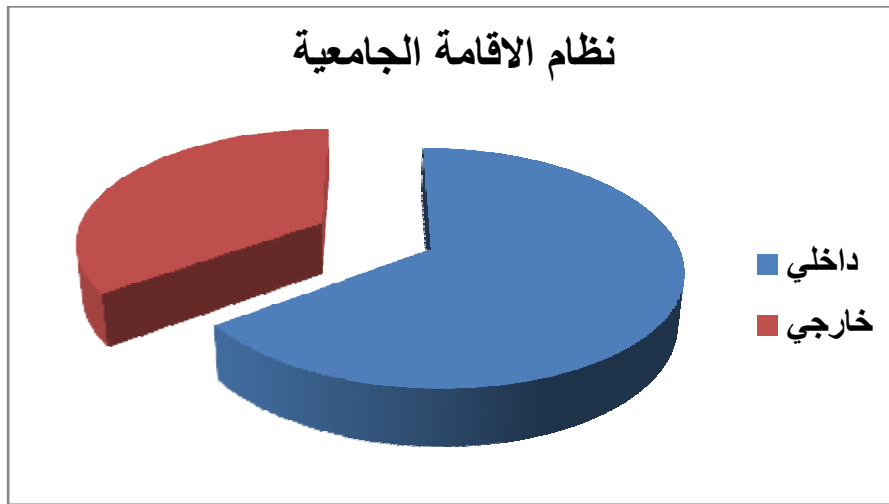
تعطي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال للصحافة الإلكترونية بعدا عالميا ، حيث سمحت شبكة الويب بفضل مزاياها المتعددة باختراق الحواجز الرمانية و المكانية ، وأصبحت هي الأخيرة تسمى بالقرية الصغيرة ، مما لم يعد النطاق الجغرافي حاجزا في وجه أي فرد لتقي المعلومات في أي مكان من العالم.

وهذه المزايا لها انعكاس أيضا على متلقي الرسالة الإعلامية ، أين أوفرت له الفورية والآنية في تلقي ونشر المضامين الإلكترونية والتي لها علاقة مع متغير الإقامة التي سهلت له نمطية الاطلاع والتصفح دون التنقل إلى أماكن بعيدة عن محيطه الاجتماعي ونمط معيشته وعدم إحساسه أنه منعزل على عادة التصفح التي تعود عليها في أماكنه الروتينية سواء في المنزل أو أماكن العمل . ويفترض أن يكون متغير الإقامة هو المتغير الأمثل لقياس درجة تفاعل المبحوثين مع الجرائد الإلكترونية سواء داخل المدينة أو خارجه أو خارج الوطن بتاتا.

وحسب النتائج المتوصل إليها اندرجت ضمن الصدارة الأولى نسبة 66% والتي توافق فئة طلبة علوم الاعلام و الاتصال القاطنين في ضواحي المدينة ، لتليها نسبة 30% لفئة الطلبة المقيمين داخل المدينة ، وفي الترتيب الأخير بنسبة 3.33% فئة الطلبة المقيمة خارج الوطن. ويفسر هذا الاختلاف في ها النسب أن مجمل الطلبة المقيمين في ضواحي المدينة الأكثر تفاعلا مع محتوى الصحف الإلكترونية والتي تفيد أن أغلب جمهور الطلبة القاطنين في الضواحي على اطلاع دائم بالمواقع الصحفية الإلكترونية نظرا للتوزيع الجغرافي لجمهور الطلبة ، أما نسبة 30% التي تخص طلبة الاعلام المقيمين داخل المدينة مغزاها أن انشغالات الطلبة لا تكون محصورة فقط مع الانترنت بل مع القضاء العمومي. وبالنظر إلى أقل نسبة 3.33% والمتمثلة في فئة الطلبة المقيمين خارج الوطن يفسر بتواجدهم داخل القامات الجامعية والذي يقتصر عملهم في استخدام المواقع الإلكترونية لأغراض الدردشة و التواصل أو في الدراسات العلمية الأكاديمية (البحث العلمي) وعدم الإلمام بما تنشره الصحف الإلكترونية الجزائرية ، كونها لا تشبع حاجاته الإعلامية الإخبارية التي لم تغرس فيه روح المواطنة والاهتمام بمجريات الأحداث و المواضيع التي تمس كل جوانب الحياة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية والثقافية... الخ. أو بسبب العزلة الاجتماعية كونه معزول عن وطنه الأصلي لا تتوفر لديه المطبوعة الورقية ، فيتحتم عليه هنا أن يطلع على المحتويات الصحفية الكترونيا انطلاقا من شبكة الانترنت.

- جدول رقم 07: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نظام الإقامة الجامعية :

النسبة المئوية	عدد التكرارات	نظام الإقامة الجامعية	التوزيع
65%	39	داخلي	داخلي
35%	21	خارجي	خارجي
100%	60	المجموع	المجموع



شكل بياني رقم 07 يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نظام الإقامة الجامعية.

يوضح الجدول أعلاه نسبة الطلبة المقيمين بصنف "داخلي" تفوق نسبة الخارجيين، بحيث أن التفاوت بين النسب يصل إلى 30%. فالطلبة المقيمين بالاقامات الجامعية بصنف "داخلي" تمثل 65% من متصفحى الصحف الإلكترونية ، ويفسر باقتنائهم لمختلف المواقع الإخبارية لقراءة الصحف بشتى الطرق ، ومن زاوية أخرى هذا لإقبال فئة الطلبة القراء المقيمة داخل القامات على هذه المواقع مرتبط بنمط الإقامة ، كون الطالب يمضي معظم أوقاته داخل الإقامة بغض النظر عن قلة مسؤولياته مركزا على الدراسة، قد تسجل نسبة قراءة كبيرة لديه إما داخل قاعات الانترنت للقامات الجامعية متى سنحت له الفرصة للتصفح المجاني أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها (الفيسبوك - تويتر - الياهو.. الخ) باستخدام الأجهزة المستحدثة كتقنية Wifi وتقنية

3G عن طريق الهواتف النقالة أو الحواسيب الشخصية ، ومادام أنه طالب إعلام نجده ينزل تلقائيا إلى مواقع التواصل الاجتماعي بصدد الدردشة و التواصل في نفس الوقت نجده يقرأ الصحف الإلكترونية مباشرة داخل الإقامة الجامعية في حين إذا لم تسنح له الفرصة في اقتناء الصحف الورقية خارج الإقامة الجامعية. بالمقابل نسبة 35% من الطلبة الغير المقيمين داخل الاقامات الجامعية يترددون على الصحف الإلكترونية بنسبة تقل عن الفئة المقيمة داخل الاقامات الجامعية ، وهذا راجع إلى أن الطالب الخارجي له عدة التزامات تتماشى ونمط معيشتة ، حيث لا يمضي معظم أوقاته أمام الجهاز، الا في أوقات الراحة أو الفترات الليلية ، وهذه الالتزامات أبعدته عن سير الاطلاع والتفاعل مع المواقع الإخبارية لمعرفة مايجري في الوطن أ خارجه من أحداث رغم أنه طالب جامعي ضمن تخصص إعلام و اتصال.

8 - المنهج المستخدم

تندرج هذه الدراسة " أنماط القراءة الإلكترونية في الصحافة الإلكترونية" - دراسة في الاستخدامات والاشباعات - ضمن البحوث الوصفية التي تتطلب منا استخدام منهج المسح الوصفي الذي يتلاءم وأطروحة الباحث، قصد التعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح كل المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

وعرف الباحث " ذوقان عبيدات " « المنهج الوصفي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها .¹ » ويعرف أيضا بأنه « الطريقة لوصف الظاهرة وتصويرها كميًا وكيفيًا وذلك عن طريق جمع المعلومات النظرية و البيانات الميدانية عن المشكلة موضوع البحث، ثم تصنيفها وتحليلها والوصول إلى النتيجة. "»

¹ - أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص28 .

ويرتبط بالمنهج والدراسة الوصفية عدد من المناهج والدراسات الأخرى المتفرعة منه في البحث العلمي، أهمها المنهج المسحي.¹

الذي يمكننا أن نعرفه بأنه "تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية وأنشطتها المختلفة، وكذلك عملياتها وإجراءاتها وموظفيها وخدماتها المختلفة وذلك من خلال فترة زمنية محددة".

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي " وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم.²

"ويعتبر أيضا الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتهم عما يوفر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية".³

حيث أن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية هي جمع المعلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ثم الخروج باستنتاجات منها. ولعل أبرز الخطوط العامة للمنهج المسحي هو تحديد حجم الدراسة المسحية بحجم المشكلة وعمقها ، إذ تدرس كافة المؤسسات و الوحدات أو يتم إخراج نماذج عينة منها ممثلة للمجتمع الأصلي وقد تجمع البيانات و المعلومات من كل فرد من أفراد المجتمع المطلوب دراسته ، إذ كان حجم المجتمع محددًا و قابلا للدراسة ، وقد تجمع المعلومات و البيانات من نماذج وعينات يحددها الباحث مسبقا.⁴

¹ - رشيد زرواقي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2007، ص86

² - عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان، 1999، ص105-106.

³ - أحمد عبد الحميد: مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص150 .

⁴ - عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص109 .

وبالتالي يكون هدف الباحث من دراسته المسحية هو تحديد كفاءة وقدرة الشكل والوضع القائم للهيكل المسموح، عن طريق مقارنته بمستويات و معايير تم اختيارها وإعدادها¹. على هذا الأساس فدراستنا عبارة عن مسح بالعينة وهذا نظرا لحجم الجمهور الكبير ، الذي يستلزم الدراسة الجزئية لمفرداتها، وباستخدام المنهج المسحي سنحاول دراسة عادات القراءة عند القراء الجزائريين والتغيرات التي طرأت عليها جراء الخصائص التكنولوجية التي أفرزتها شبكة ألتنت بما فيها نمط التفاعلية و نظام الوسائط المتعددة على الصحافة الإلكترونية ، وذلك من خلال طرح مجموعة أسئلة على أفراد البحث تدور حول كيفية القراءة لدى جمهور الطلبة ، والعادات المكتسبة من قبل المتفاعلين في المواقع الإخبارية الجزائرية ودورها في إشباع حاجاتهم على حساب ما تتيحه من أساليب قرائية جديدة وتقنيات جد ومستحدثة في عصر التفاعلية الإعلامية.

9- أدوات جمع البيانات

تتحدد أدوات البحث حسب نوع المنهج المتبع، ولأننا اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح فمن أهم الأدوات المناسبة لتجميع البيانات نجد الملاحظة والوثائق والاستبيان والمقابلة. وأملت طبيعة الدراسة والمنهج المستخدم أن يجمع الباحث بياناته الميدانية من خلال :

● **الاستبيان:** تعتبر الاستبيان من أنسب الأدوات المستخدمة في الدراسة، والاختيار الأمثل للباحث في حصوله على أكبر قدر من المعلومات من مجتمع بحثه.

وتعرف الاستبيان " بأنها وسيلة من وسائل جمع البيانات. وتعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادته ثانية. ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابة عنها".

ويطلق عليها أيضا بالاستفتاء "وهي وسيلة للحصول على إجابات من عدد من الأسئلة المكتوبة في نماذج يعد لهذا الغرض ويقوم الحيب بملئه بنفسه"¹.

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 107 .

وتكون عدد الأسئلة التي يشتمل عليها الاستبيان كثيرة أو قليلة، تبعاً لطبيعة الموضوع، وحجم البيانات التي يطلب جمعها وتحليلها، ولكن المهم أن تكون الأسئلة وافية وكافية لتحقيق هدف أو أهداف البحث، ومعالجة الجوانب المطلوبة معالجتها من قبل الباحث.²

و يعتبر هذا النوع من جمع البيانات مهماً لدراستنا لأنه يضمن:

- سرعة في تعبئة الاستبيان من طرف المبحوث.

- سرعة الحصول على النتيجة ونقص التكلفة.

وفي هذا السياق، تحتوي استمارة البحث التي استخدمناها في دراستنا على خمس محاور، حيث قمنا بإدراج كل تساؤل فرعي في محور وجاءت كالتالي:

المحور الأول محور خاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة و نظام الإقامة الجامعية...

والمحور الثاني جاء بعنوان الاهتمام و المفاضلة انطلاقاً لما يفضله القراء ويجذب اهتمامهم أثناء الاطلاع والقراءة مندرج في سبع أسئلة .

ويتعلق المحور الثالث بعادات وأنماط القراءة في الصحافة الإلكترونية، متضمناً ثمانية أسئلة حتى يجيب عليه المبحوثين قصد التوصل لمعرفة أهم الأنماط و العادات التي اكتسبها الطلبة من خلال استخدامهم المستمر للصحف الإلكترونية.

أما المحور الرابع المتعلق بدوافع و مبررات مطالعة الصحف الإلكترونية ، أدرجنا فيه تسعة مبررات وعوامل التي دفعت بالقراء الطلبة الاطلاع على الصحف الإلكترونية بدلا من الصحف الورقية و المطبوعة لما تحمله من خصائص و مميزات تكنولوجية جديدة ، وسيكون على المبحوثين التعبير على اتجاههم ومواقفهم وفقاً لمقياس ليكرت باختيار واحد من الاقتراحات الخمسة :

¹- عبد الله محمد الشريف : مناهج البحث العلمي (دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية)، ط1، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص 123.

²- عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادره ، مرجع سابق ، ص 157.

موافق بشدة / موافق / محايد / معارض / معارض بشدة.

وتناولنا في المحور الأخير تغير أنماط القراءة في الصحافة الإلكترونية، وهو موضوع اشكاليتنا المتعلقة بمساهمة الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية في تغيير أنماط القراءة عند جمهور الطلبة وتمحور الجانب الأخير من الاستمارة على سبعة عشرة سؤالاً ، تطلب من المبحوثين الإجابة عنها من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وواقعية على إشكالية الدراسة.

ونقصد بأنماط القراءة في هذه الدراسة هي عادات التصفح على الصحف الإلكترونية (المواقع الإخبارية) ومدى انتظام القراءة في خدمات التصفح من خلال مستوى وحجم التصفح ، والوقت المخصص لذلك، والأيام والفترات الزمنية والأماكن المفضلة للتعرض، بالإضافة إلى الطريقة التي يتم فيها عملية التصفح أي كانت فردية أو جماعية .

ويمكننا القول عنها أيضا هي تفضيل القراءة لما يتصفحونه في الصحف الإلكترونية وأساليب تعاملهم مع ما يفضلونه وما تتيحه هذه الوسيلة.

الإطار النظري

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

1- مدخل الاستخدامات و الإشاعات

2-1 تطور المدخل

3-1 فروض المدخل

4-1 العناصر الرئيسية التي تشكل المدخل

1-4-1 افتراض الجمهور النشط

2-4-1 الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الإعلام

3-4-1 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

4-4-1 التوقعات من وسائل الإعلام

5-4-1 التعرض لوسائل الإعلام

6-4-1 إشباعات وسائل الإعلام

5-1 الانتقادات الموجهة للنظرية

2 - مدخل إلى الصحافة الالكترونية

1-2 مفهوم الصحافة الالكترونية

2-2 نشأة وتطور الصحافة الالكترونية

2-3 أنواع الصحافة الالكترونية

4-2 أهمية الصحافة الالكترونية

3 - التطبيقات الصحفية الجديدة في الصحافة الالكترونية

1-3 الخصائص التكنولوجية للصحافة الالكترونية

3 1-1-3 خاصية التفاعلية والمشاركة

3-2-1-3 خاصية تعدد الوسائط و تقنية النص الفائق HYPER TEXT

- 3-1-3- خاصية التشبيك و التمكين والقدرة على التحكم في ظروف التعرض
- 3-1-4- خاصية السرعة و الفورية التحديث المستمر
- 3-1-5- خاصية الشخصية
- 3-1-6- خاصية المرونة
- 3-1-7- تعدد خيارات التصفح
- 3-1-8- خاصية العمق المعرفي
- 3-2- خصائص قراء الصحافة الالكترونية
- 3-3- الخدمات التي تقدمها الصحافة الالكترونية
 - 3-3-1- خدمة البحث والتحميل
 - 3-3-2- خدمة التواصل
 - 3-3-3- خدمة البث و النشر
 - 3-3-3- خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة
 - 3-3-4- خدمة المساعدة و التوجيه
 - 3-3-5- خدمة الربط بالمواقع الأخرى
 - 3-3-6- خدمة الإرشاد إلى الأخبار
 - 3-3-7- خدمة مجموعات الحوار
 - 3-3-8- خدمة البريد الالكتروني

تمهيد

تعتبر الدراسات المتعلقة بالصحافة الإلكترونية من أقوى الدراسات تزايداً على البحوث الأكاديمية والدراسات العليا ، ومن أكبر الدراسات ثراءً للمعلومات وتعمقاً في محتوياتها من قبل الباحثين والعلماء، نظراً لما يواكبه عصر العولمة ورهانات التحول على التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال بما فيها الإعلام الجديد، ولتوفر المادة المرجعية لها لم نجد أي صعوبة في تلقي المعلومات عن هذا العنصر — وهذا ما يبين أن موضوع الصحافة الإلكترونية يمكن معالجته من كل الجوانب والزوايا وربطه بمختلف الأبحاث والدراسات الذي يواكب عصر الويب و الاستخدام التكنولوجي الرقمي لشبكة الانترنت .

بعدما عرجنا عن تأسيس مدخل نظري للدراسة وشرح أهم العناصر والمداخل التي تشمل عليه نظرية " الاستخدامات والاشباعات " هذه الأخيرة التي تناسب ضمن دراسات استخدامات وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما فيها الصحافة الإلكترونية والاشباعات المحققة لدى جمهور القراء.

كما يتضمن هذا الإطار أيضاً لمحة عامة عن الصحافة الإلكترونية ، من خلال سرد جملة مفاهيم حول الصحافة الإلكترونية ، بما فيها مفاهيم العلماء و الدكاترة واختتمت بتقديم تعريف إجرائي شامل مانع عن الصحافة الإلكترونية ، و نشأتها وتطورها في الدول المتقدمة مروراً إلى العالم العربي ، إضافة إلى إبراز أنواع وتقسيمات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها السلبية (العيوب) سواء من جانب الفرد والمجتمع أو من جانب الاستغلال والاستخدام.

وقمنا في الأخير عرض أهم التطبيقات الصحفية الجديدة للصحافة الإلكترونية ، والتي شرحنا فيها مقدماً أهم الخصائص والميزات التكنولوجية التي أفرزتها شبكة الانترنت على الصحافة ألفت في ظل التطور التكنولوجي الحاصل لوسائل الاتصال الجديدة ، مع إظهار جملة الخصائص والميزات لمستخدمي وقراء الصحف الإلكترونية ، مبيناً في الأخير أبرز الخدمات والعمليات التفاعلية التي

تتيحها الصحافة الإلكترونية لمستخدميها بمختلف التطبيقات والاستعمالات لمختلف الأشكال ذات البعد التكنولوجي.

1- المدخل النظري للدراسة

1-1 مدخل إلى النظرية

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوك واتجاهات الأفراد و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية، من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات والاشباعات الذي ركز على

كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة¹ ويرى مدخل الاستخدامات والاشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها ، إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال ، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور والمتمثلة في الإيجابية، النشاط، الاختيار الواعي ، التفكير الجيد.²

ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال والإعلام ، ارتفعت نسبة تأثير هذه المواد خاصة على مستوى الاستخدام ، وكذا عملية الاتصال الجماهيري ، وازدادت فرص المستخدمين في التحكم في عملية الاتصال إذ لم تعد مضامين وسائل الإعلام مفروضة على الجمهور مثلما كان عليه الحال في السابق، بل أصبح الأفراد يلعبون دورا فعالا على مستويات التفكير والمشاركة في صياغة هذه

1- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الثالثة ، مصر ، عالم الكتب ، 2004 ، ص 270 .

2- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ، ص 240 .

المضامين ويبقى طرح كانز ELIHUKATZ عام 1959 يمثل التصور الجديد لمدخل الاستخدامات والاشباع، والذي جاء في مقال رد فيه على رؤية برنارد برلسون، Bernard Berison التي أكدت موت حقل بحوث الإعلام، وأشار كاتز إلى أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو وكأنها كذلك، خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت أغلبها اختيار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير. بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد أن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال، وهو الاقتراح الذي يرتبط بوجوب استعمال مدخل الاستخدامات والاشباع الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من استخدامهم لوسائل الاتصال والدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها.¹

وافترض كاتز في نفس العام (1959) أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر في عملية التعرض لوسائل الاتصال كما توجههم إلى ما يرونه ويشاهدونه. أن هناك العديد من أوجه وفي تناوله لهذه الدراسات رأى ماكويل Mc quail التشابه بين هذه البحوث، فيما يتعلق بمستويات التعرض والإشباع من جراء استخدام وسائل الاتصال الذي يتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل اكتساب الأخبار المعلومات الجديدة التي تهتم بالمحيط الذي يعيشون فيه، وبفضل هذا الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تلبّيها وسائل الاتصال للأفراد.²

1-2- تطور المدخل

ساهمت الدراسة التي قامت بها هيرتا هيرزوج Herta Herzog في عام 1944، التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلى مسلسلات "سوب اوبيرا" SOAPOPERAS والإشاعات المحققة من جراء هذا الاستماع في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 273.

² - حسن عماد مكاي، الشريف سامي، نظريات الإعلام، مصر، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 207.

والإشاعات، حيث توصلت إلى تصنيف هذه الإشاعات إلى إشباع عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية وإشباع تهم بتحقيق المتعة ، وأخرى تخص تحقيق النصيحة من وراء هذا الاستماع ، كما توصلت إلى أن الرضا و الإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها¹ .

وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج على استخدامات الجمهور لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية ، على غرار دراسة ستشمان Suchman حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1942 و الإشباع المحققة من هذا التي أجراها الاستماع، بالإضافة إلى دراسة بيرسو BERELSON التي أجراها بعد إضراب عمال التوزيع في نيويورك.

واستهدفت الدراسة الكشف عن موقع الصحف لدى القراء ، وماذا تعني الصحيفة عند القارئ وبالتالي الإشباع المحققة لديه من جراء قراءة الصحف وتوصل إلى أن الصحف تحقق مجموعة من الإشاعات وهي الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها خاصة المتعلقة بالأوضاع العامة ، ومعلومات تخص المالية والطقس ، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية فضلا عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي².

وفي دراسة أخرى لولف فيسك عام 1949 حول أسباب اهتمام الأطفال بالبرامج الهزلية لاحظنا أن هناك مجموعة من الوظائف تفق وراء اهتمام هذه الشريحة بهذا النوع من البرامج وهي التعمق في العوالم الخيالية، وتصور البطل الذي لا يقهر ، وتمثل العالم الحقيقي من خلال متابعة كوميديا الأطفال والملاحظ في هذه الدراسات هو التركيز على وسيلة إعلامية معينة ، ودراسة احتياجات جمهور محدد³.

¹ - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، نظريات الإعلام ، مرجع سابق، ص 273 .

² - نفس المرجع ، ص 273 .

³ - JEAN- Pierre Meubier , introduction aux théories de la communication, bueck université , 2 édition , 2004 , P 37.

ومثلت دراسة ريلي و ريلي Riley and Riley سنة 1951 بداية الدراسات التي تبحث في الجانب الميداني لاستخدامات وسائل الاتصال ، وذلك من خلال الدراسة التي تناولها فيها استخدام الأطفال القصص المغامرات التي تعرضها وسائل الإعلام، وتوصلا إلى أن الأطفال الأكثر اندماجا في البيئة الاجتماعية يستخدمون هذه القصص، بهدف اللعب بصفة جماعية مع أقرانهم، أما الأطفال المنطوين على أنفسهم ، وغير المندمجين مع أقرانهم يستغلونها من أجل التخيل فقط.¹

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في بداية الستينات ، حيث توصل كل من لايل وباركر وشرام Lyle and Parker , schramm إلى أن القدرة الذهنية للأطفال تؤثر في استخدام الأطفال للتلفزيون ، كما تؤثر في علاقتهم مع المحيط الذي يعيشون فيه ، فضلا عن رغبتهم الخاصة المتعلقة بالترفيه والتقليد.²

وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في الدراسة التي قدمها كاتز وبلومر Katz and Blunler عام 1969 ، حول الانتخابات العامة البريطانية، والتعرف على أسباب مشاهدة الحملات الانتخابية من عدمها وفي عام 1974 ربط كل من قورمنتش وكاتز وبلومر اختصاصات مدخل الاستخدامات والإشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض لنوع الوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج عن الاحتياجات والإشباعات.³

وتطورت هذه الأبحاث في فترة الثمانينات، بعد أن قدم لورانس وينز عام 985 نموذجا للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وأخرى ناتجة عن عملية الاتصال ونوع الوسيلة التي يتعرض لها الفرد.

3-1 فروض المدخل:

² - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص242 .

³ - حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص243 .

³ - عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع نفسه، ص243 .

يقوم مدخل الاستخدامات والشبكات على ربط حاجات الفرد بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة ، ولهذا يسعى المدخل إلى تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، ومعرفة الاحتياجات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لهذه الوسائل، أو وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يفترض المدخل أن هناك دوافع معينة تجعل الفرد يتعرض لوسائل الاتصال ، ويتوقع أن تحقق له مجموعة من الإشباعات.¹

ويقوم هذا المدخل على عدد من الافتراضات التي استنتجها كل من ليند برج وهولتن عام 1965، من الدراسات التي تناولت جمهور وسائل الاتصال ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع فيمايلي:²

- يهدف جمهور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل بصفة إيجابية ، لأن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافا مقصودة تلي توقعاتهم ، وبالتالي فالسلوك الاتصالي هو سلوك هادف وذو دوافع معينة.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه ، الذي يكون استخدامه لهذه الوسائل من أجل تحقيق احتياجاته الأساسية وتلبية رغباته.
- استجابة الفرد السلوكية لوسائل الاتصال، تملها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية كالأُسرة، والأصدقاء، والعلاقات الاجتماعية، والبيئة التي يعيش فيها، حيث تمثل هذه المتغيرات وسيطا بين وسائل الاتصال والجمهور.

¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر و التوزيع، 2003، ص 254.

² - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص 208 .

- تؤثر وسائل الاتصال في سمات الفرد ، وفي جميع مناحي حياته وحتى في البنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع ، حيث يمكن الحكم على هذه المعايير انطلاقاً من استخدام أفراد المجتمع لوسائل الاتصال ، وليس من خلاله محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى، الموجودة في محيط الفرد على عمليات الانتقاء والاستخدام التي يقوم بها الجمهور من أجل إشباع رغباته وحاجاته ، باعتبار أن تلبية وسائل الإعلام لهذه الاحتياجات تختلف من فرد لآخر ، وباختلاف البيئة الاجتماعية¹.

4-1 العناصر الرئيسية التي تشكل المدخل:

اعتبر كل من كاتز وبلومر أن هناك خمسة عناصر رئيسية تشكل مدخل الاستخدامات و الاشباعات وهي:

1-4-1 افتراض الجمهور النشط:

يعتبر مدخل الاستخدامات والاشباعات أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يرتبط باحتياجاته وأهدافه ، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من الوعي الذي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام.

وتؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشاعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تتشبع رغباته فحسب ، أي أن هذا المفهوم يقتصر على الرسالة الإعلامية فقط ، بل يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسالة الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية والمحيط الذي يعيش فيه الفرد ، فضلاً عن نوعية الرسائل الإعلامية ومدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور².

¹ - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص 108.

² - حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام دار الفكر العربي، 1991 القاهرة، ص 15 .

ويتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة التي كانت تنظر للجمهور على أنه متلقيا سلبيًا بفعل التأثير الفعال للرسالة الإعلامية ، إضافة إلى وجود معنى للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور لمفرداتها . ويرجع الفصل إلى " اليهود كاتز " الذي قلل من أهمية النظرة التي تقول ما يفعله الناس بتلك الوسائل ومن تم التأكيد على أن الجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها ، كما أنه نشط في تفسير كل معاني الرسالة بالطريقة التي تلي حاجاته ، والتي قد تتعارض مع الأهداف التي يرمي القائم بالاتصال إلى تحقيقها.

وتزداد إيجابية هذا الجمهور من خلال الدراسات التي تتناول استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، حيث تشير إلى أن التطور التكنولوجي يرفع من درجات نشاط الجمهور بفضل الإمكانيات التي تتيحها هذه التكنولوجيات، خاصة كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام والقضاء على مفهوم الحدود وتنوع الرسائل الإعلامية ، وإلغاء السيطرة على مصادر المعلومات.

ولقد مكنت مصادر المعلومات الإلكترونية، من انترنت و بريد إلكتروني وصحافة إلكترونية ، الملايين من الناس من الحصول على كثير من المعلومات ومن مصادر مختلفة ، وبهذا المعنى يمثل مفهوم الجمهور النشط جوهر هذا المدخل و الذي يستطيع بواسطة الإيجابية التي أصبح يتمتع بها في هذا العصر أن يشارك في تطوير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وتتشكل إيجابية الجمهور في استخدامه لهذه الوسائل من ثلاثة مستويات¹:

أ - الانتقائية : حيث أن أفراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل تعرضهم لها والتي قد تكون انترنت، المحادثة والدردشة بواسطة البريد الإلكتروني، البحث عن معلومات محددة عن طريق استخدام القرص المضغوط أو وسيلة أخرى.

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 38-39.

ب- الاستغراق : أو الاندماج فتعرض أفراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية لأن التكنولوجيات الحديثة أتاحت للمستخدمين إمكانية الحصول على ملايين المعلومات في ظرف زمني قياسي وهو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة.

ج - الإيجابية : تتحدد الإيجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال والإحساسات التي تلي هذا التعرض وتشمل كذلك استجابة أفراد الجمهور للرسالة الإعلامية.

1-4-2 الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام :

أ - الأصول الاجتماعية : يتميز جمهور وسائل الإعلام بوجوده داخل بيئة اجتماعية معينة ، ومن خلال تفاعله مع هذه البيئة تتولد لديه مجموعة من الحاجات تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها ، كما أن انتماء جمهور وسائل الإعلام إلى المحيط الاجتماعي يؤثر في جميع سلوكياته الاتصالية ، والطرق التي يستخدمها لتفسير معاني الرسائل.

وفي هذا السياق توصل ، جون جوستون " Johnstane في دراسته التي أجراها في عام 1958 حول استخدام وسائل الإعلام من طرف المراهقين الأمريكيين و التكامل الاجتماعي إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع هذه الرسائل باعتبارهم أفراد معزولين أو في جماعات مختلفة¹ وإنما بصفتهم أعضاء في جماعات منظمة وتعارض هذه الرؤية استخدام مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام والذي قد يشمل العائلة الأصدقاء وبالتالي فتفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية يرتبط باحتياجاته التي تحققها وسائل الاتصال.

وأكد حسن عماد مكاوي في دراسة قام بها في بداية التسعينات أن دوافع تعرض طلبة الجامعة في سلطنة عمان ، تختلف حسب متغير الجنس ، حيث وجد أن الطلبة هم أكثر تعرضا للبرامج والحصص الإخبارية ونشرات الأخبار والبرامج العلمية والرياضية ، في حين تفوقت الطالبات في

¹ - حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق ص22 .

التعرض للأفلام العربية ، برامج المنوعات ، فمن بين 399 موتا وجد أن حاجات الترفيه والاسترخاء تمثل الدوافع الرئيسية للتعرض للتلفزيون.

وبذلك فإن هذه 51,6 % (تليها الحاجات المتعلقة بمتابعة ما يحدث في العالم 51,1¹ النتائج تعكس الخصوصيات الاجتماعية للمجتمع المدروس.

وأشار بريسوتا Prisuta إلى أن الوضع الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر على حاجات الأفراد ، بحيث يسعى الفرد إلى تحقيق مجموعة في الحاجات من وسائل الإعلام بناء على مكانته الاجتماعية والهئية التي ينتمي إليها وتتضاءل هذا المعاصر . إذ تعلق الأمر بالأفراد غي المنتمين إلى هذه الهئيات . فالفرد الذي لا يتحرك من دون المعلومات أو المعارف التي تقدمها وسائل الإعلام لا يمكن أن يسعى وراء تحقيق هذه الحاجات، لذلك يرى أصحاب هذا الاتجاه أن العلاقة بين الفرد و الوسيلة الإعلامية مسألة إلزامية في المجتمع المعاصر² .

ووصف كل المعرفة:ير وفيش وهاص Katz , gurevitch and haas احتياجات الفرد من وسائل الاتصال على الشكل التالي³ :

• الحاجات المعرفية:

وهي حاجات الفرد إلى الأخبار والمعارف .بمختلف أنواعها باعتبار الخبر هو أهم سلعة حية " تنفرد بتقديمها وسائل الاتصال، كما أن للفرد احتياجات تتعلق بفهم محيطه وما يدور فيه.

• الحاجات العاطفية:

¹ - محمد لطف حميري، تقنيات الاتصال المعاصرة، المستحدثات والاستخدامات، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2002 ، ص 197.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 280 .

³ - عبد الرحمان عزي، دراسات في نظريات الاتصال، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003 ، ص 115.

وهي حاجيات الفرد إلى الاستمتاع التي تتجلى في المشاعر كإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، ويظهر ذلك في الرسائل الإعلامية مثل المسلسلات والأفلام.

• حاجات التكامل الشخصي:

وهي الحاجات المتعلقة بدعم المصداقية ، والثقة والاستقرار وهي ناتجة عن تحقيق الذات.

• حاجات التكامل الاجتماعي:

وتخص تقوية الروابط الأسرية ، ودعم العلاقات مع الأصدقاء والمحيط الاجتماعي ، وترتبط هذه الحاجة مع رغبات الفرد في الاندماج ضمن بيئته الاجتماعية.

• حاجات تخفيف التوتر والاسترخاء:

وهي حاجات تنشأ من رغبة الفرد في الهروب والتحرر من كل أشكال التوتر بواسطة استخدام وسائل الاتصال من أجل التسلية والترفيه

ب -الأصول النفسية : إلى جانب العوامل الاجتماعية التي تؤدي إلى وجود حوافز لدى

الفرد من أجل التعرض إلى وسائل الإعلام ، نجد أن هناك عوامل نفسية تحدد استخدام الفرد لوسائل الإعلام وتؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والشباعات ، أن افتقار الفرد إلى إحدى الحاجات النفسية الأساسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك إيجابي مع وسائل الإعلام التي يتعرض إليها بهدف اكتساب المعلومات والمعارف التي تسهم في إشباع هذه الحاجات، وهو ما يجعل الفرد يشعر بالراحة والاتزان النفسي.¹

ويتباين سلوك التعرض من فرد إلى آخر سواء على مستوى الوقت المخصص لهذا التعرض أو على صعيد المواقف من الرسائل الإعلامية ، حيث يفسر هذا الاختلاف بنوعية التعرض التي ترتبط بنوعية الرسائل التي تقدمها الوسائل ومدى تحقيقها لحاجات الأفراد ورأى ماكويل أن هناك أربع

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 286 .

فئات للحاجات والدوافع المرتبطة باستخدام الأفراد لوسائل الإعلام¹ وهي : دعم العلاقات الشخصية ، التسلية والهروب من الروتين ، دعم القيم والأمن اكتشاف الحقائق.

1-4-3 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تختلف وجهات نظر الباحثين في دراسة دوافع تعرض الأفراد لوسائل الإعلام، حيث ينظر البعض لهذه الدوافع على أنها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من طرف الجمهور .من خلال نظرية القيمة المتوقعة Expectancy Value Approach، التي تفترض أن دوافع الفرد لوسائل الاتصال تعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة ، أو اتجاهات إيجابية نحو الوسيلة الإعلامية ، انطلاقا من الوعي والقدرة التي يتمتع بها أفراد الجمهور والتي يستخدمونها للتعبير عن اتجاهاتهم ، وتقارن هذه النظرية بين دوافع الفرد واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام. وفي المقابل هناك نظرة أخرى ترى أن هذه الدوافع لا يمكن إدراكها وفهمها مباشرة، إذ يمكن إدراكها بصفة غير مباشرة، بناء على سلوك أفراد الجمهور.

وترى وجهة نظر أخرى أن قياس دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام لا يمكن أن يخضع لقرارات أفراد الجمهور، لأن الحاجات الأساسية قد تؤثر في عملية التعرض لوسائل الإعلام بشكل مباشر ، ويعتبر ماكجوير الجمهور يمكنه إدراك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض فالدوافع قد تكون نتاجا للاوعي الناتج عن الصراعات غير المحسومة.²

ورأى أوستن بابر و BABROW 1988 أن دوافع تعرض الجمهور هما: أن الإعلام لا يمكن أن ترتبط بسلوكياته تجاه هذه الوسائل لأن السلوك الإنساني ينطلق عادة التعود وتحديد دوافع أفراد الجمهور لهذا التعرض يعني أن هناك حاجات داخلية تدفع به لتبني هذا السلوك.³

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 288.

² - حسن عماد مكايوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 247 .

³ - JEAN Pierre Meunier , Op Cit , P 49-

وإذا كانت هذه التصورات تربط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بخبرات الجمهور، فإن هناك من يرى أنه من الضروري ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بتفسير خبراته السابقة مع هذه الوسائل وذلك انطلاقاً من ارتباط الفرد بمجموعة من الأهداف يسعى إلى تحقيقها من وراء تعرضه للوسيلة الإعلامية، والتي قد تتعلق بمضامين الرسالة أو نوع الوسيلة، كما يمكن تجريد الفرد من الدوافع في حالة ما إذا تعلق الأمر بالتعود.

وتتفق معظم الدراسات على أن هناك نوعين من الدوافع هما¹:

أ- دوافع منفعية:

يهدف أفراد الجمهور إلى التعرف على ذواتهم والأصول النفسية والمعلومات من خلال تعرضهم لوسائل الاتصال.

ب- دوافع طقوسية:

وترتبط هذه الدوافع برغبة الفرد في الاسترخاء، والصدقة والهروب من مختلف أنواع المشاكل سواء كانت اجتماعية أو نفسية.

4-4-1-4 التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج توقعات الفرد من وسائل الإعلام عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية، وتعد التوقعات سبباً رئيسياً في عملية التعرض لوسائل الاتصال² وتشكل الفروق الفردية عاملاً أساسياً في توقعات الأفراد من وسائل الأخر. ووفقاً لهذا التصور جاءت دراسة إدلستاين EDELSTEIN سنة 1989 التي تأخر. توقعات طلبة الجامعة من وسائل الإعلام في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا واليابان، وهونج كونج، حيث

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 247، 246.

² - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص 213 - 214.

توصل إلى أن توقع الإشباع من استخدام الصحافة والتلفزيون يرتفع لدى المجتمع المبحوث أكثر من الإشباع المتوقعة من متابعة التقارير الرسمية والأفلام والنشرات الإخبارية . كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن توقعات الطلاب تختلف من مجتمع إلى آخر.

وتفترض نظرية القيمة المتوقعة عند ربطها بمدخل الاستخدامات والإشاعات أن سلوك الأفراد الإعلامية لديها مختلف الاحتمالات التي يمكن أن تنتج عن هذا السلوك ، وبالتالي لا يمكن تجاوز عناصر البناء الاجتماعي لأفراد الجمهور أثناء التعرض لوسائل الاتصال الذي ينبع من رغبة كل فرد في البحث عن نتائج ذات قيمة معينة من الرسالة الإعلامية¹ .

1-4-5 التعرض لوسائل الإعلام:

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشاعات على أن هناك علاقة ارتباط بين البحث عن الإشباع ، والتعرض لوسائل الإعلام بالإضافة إلى سلوك التعرض، الذي يعبر عن قدرة أفراد الجمهور على اختيار نوع المعلومات التي تلبية احتياجاتهم²

وتشير العديد من البحوث التي أجريت حول تعرض الأفراد لوسائل الإعلام إلى وجود اختلافات إعلامية، البنية الذهنية والفكرية لكل فرد أثناء التعرض ، لا سيما تلك التي درست العلاقة بين مستويات التعليم والسن ودوافع التعرض لوسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1978 . حيث تبين أن هناك ارتباط إيجابي بين القدرات الذهنية للأفراد ودرجة استيعاب الرسالة

الإعلامية ، بالإضافة إلى أن إقبال الأفراد صغار السن يزيد كلما تعلق الأمر بالبرامج الهزلية، وكلما تقدم العمر تتحول الاهتمامات إلى البرامج الواقعية والجادة³

1-4-6 إشباع وسائل الإعلام:

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص289

² - محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص258

³ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص248

يوصف أفراد الجمهور من منظور مدخل الاستخدامات والإشباع ، بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال بغية الحصول على الإشباع ، كما ترتبط نتائج هذا الإشباع بسلوك التعرض لوسائل الاتصال أو أي مصدر آخر يلجأ إليه الفرد لإشباع حاجاته¹ وانطلاقاً من هذه النظرة ، حاول الباحثون التمييز بين مختلف الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور أثناء تعرضه لوسائل الإعلام، والإشباع الحقيقية التي تتحقق بعد التعرض ، حيث ظهر أن هذين النوعين يختلفان عن بعضهما البعض ، لأن الإشباع المحقق والإشباع المطلوب يرتبطان بمتغيرات مثل :نوع الرسالة الإعلامية ، التعرض لوسائل الإعلام، اختيار البرامج .

ويتجلى هذا التباين في الدراسة التي قام بها كل من روين روبين Rubin and rubin حول مشاهدة البرامج التلفزيونية التي تذاع في الفترات الصباحية ، والبرامج الرياضية ، وتوصلا الباحثان إلى أن حاجات البحث عن الترفيه و الاسترخاء ارتبطت بالعادة وقضاء الوقت ، وهي نفس النتائج التي توصلت إليها دراسة أخرى حيث وجدت أن هناك علاقة بين الإشباعات المطلوبة والإشباع المحققة فعلا ، وهذا بسبب ارتباط دوافع قراءة الصحف وهي:

- تأثير عادات القراءة.
- التمييز بين خصائص الصحف.
- الحاجات التي تسهم في تحديد دوافع القراءة.

+ سوانسون 1987 SWANSON إلى إمكانية ربط الإشباع المحققة بمحتوى الإعلامية، حيث أن برامج الدراما يمكن أن تحقق إشباع التنفيس الذي يتعلق بالهروب من المشكلات اليومية و التوتر والقلق ، في حين تحقق البرامج الإخبارية إشباع مراقبة البيئة SURVEILLANCE، مثل الوصول إلى المعلومات والأخبار² .

¹ - حين عماد مكاي ، ليلي حين السيد، نفس المرجع ، ص 249

² - محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 260

ويوجد نوعين من الإشباعات هما¹:

أ- **إشباعات المحتوى** : وتعلق هذه الإشباعات بمضامين وسائل الإعلام ، وتنقسم إلى إشباعات توجيهية مثل الحصول على المعلومات والأخبار والبرامج الإخبارية وإشباعات اجتماعية والتي ترتبط فيها هذه المعلومات بحياة الفرد و علاقاته الاجتماعية.

ب - **إشباعات العملية** : تتعلق بنتائج عملية التعرض لوسائل الإعلام نفسها ، أكثر من المحتوى، ولا ترتبط بخصائص الرسائل ، وفيها تساهم قيم الفرد في عملية استخدام وسائل الاتصال أكثر من عملية التلقي ، وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية وتخص التخفيف من التوتر و الدفاع عن الذات، وإشباعات شبه اجتماعية وترتبط بضعف علاقات الفرد الاجتماعية وميوله إلى العزلة.

5-1 الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

لقد تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى مجموعة من الانتقادات وهذا بالنظر إلى المعلومات القليلة التي قدمها حول احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام حيث لم يتطرق المدخل إلى الأسباب الحقيقية التي تدفع الفرد إلى اختيار نوع الرسالة الإعلامية خاصة الأسباب الذاتية وينتقد بعض الباحثين مدخل الاستخدامات والإشباعات لكونه أعاد صياغة نظريات أخرى كنظرية الفروق الفردية ونظرية التأثير الانتقائي² .

بالإضافة إلى أن المدخل يعد إستراتيجية لجميع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الرسالة الإعلامية ، فضلا عن الاختلافات التي تتخلل تحديد المصطلحات والمفاهيم المكونة لمدخل الاستخدامات والإشباعات مثل مفهوم **الحاجات Needs³** ومن أهم الانتقادات التي وجهت للمدخل نجد¹:

¹ - حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص215 .

² - ملفين دفلير ، ساندر رابول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة : كمال عبد الرؤوف ، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 ، ص 267 .

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص291.

- 1- يتبنى مدخل الاستخدامات والاشباع مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع الاشباع ، الهدف ، الوظيفة، حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم ، وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية بسبب اختلاف التعريفات.
- 2- تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فسيولوجية واجتماعية ونفسية ، بحيث تختلف أهميتها من فرد إلى آخر ، ومن أجل تحقيق هذه الحاجات تتعدد طرق وأنماط التعرض لوسائل الاتصال واختيار محتوياتها.
- 3- يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباع ، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام استخدام هادف و مقصود ، لكن هناك من يرى أن استخدام الوسيلة الإعلامية يكون غير هادفا في أحيان أخرى.
- 4- .تعتمد البحوث التي تستند على نظرية الاستخدامات والاشباع إلى الدور الوظيفي لوسائل الاتصال من منظور فردي ، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر.
- 5- عزل العملية الاتصالية عن العمليات الاجتماعية الأخرى ، وهو ما يجعل المدخل على درجة عالية من التجريد ، حيث أن دراسة استخدام الفرد لوسائل الإعلام لا يقتصر على الحالة العقلية فحسب بل هناك عوامل أخرى تدخل في هذه الدراسة مثل الوظيفة الاجتماعية للأفراد، والمستوى التعليمي. ومن جانب آخر يرى بعض الباحثين أن النتائج المتمخضة عن تطبيق مدخل الاستخدامات والاشباع قد تتخذ كذريعة لإنتاج المحتوى الهابط عندما يتعلق الأمر بتلبية حاجات الأفراد في ميدان التسلية والهروب من الذات²

¹ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص262 .

² - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص292 .

ويطرح تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات العديد من التساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام ، إذ يتداخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو محتواها مع كثافة التعرض والاستخدام.¹

ويواجه المدخل عدد من الصعوبات من خلال التطورات المتسارعة لوسائل الاتصال الرقمية، بسبب تناول الباحثين الذين يعتمدون على هذا المدخل للمفاهيم النظرية الحديثة في التعامل مع التكنولوجيات الجديدة ، وهو ما يؤدي إلى عدم فهم العلاقة بين الفرد وهذه التكنولوجيات بصفة معمقة ودقيقة.

2- مدخل لدراسة الصحافة الإلكترونية :

2-1 مفهوم الصحافة الإلكترونية :

لقد اهتم الباحثون بتعريف الصحافة الإلكترونية منذ نشأتها وظهورها في بداية التسعينات وإلى يومنا هذا، كما تعددت التسميات لهذا النوع من الصحافة، فمنهم من يسميها :الإعلام الإلكتروني، وآخرون يطلقون عليها اسم صحافة الانترنت، وصحافة على الخط، والصحافة الإلكترونية. في هذا السياق، سنحاول أن نرصد أهم التعريفات التي عرفت هذا النوع من الصحافة.

اذ يعرفها شريف درويش اللبان بأنها : "الصحافة كما يتم ممارستها على الخط المباشر"¹ أي أن الصحيفة الإلكترونية لها نفس مميزات الصحافة لكنها تختلف عنها بكونها أنية واستفادت من خدمات النشر الإلكتروني.

¹ - ملفين فليمر مرجع سابق، ص268.

ويعرفها سعيد الغريب النجار أيضا: "هي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارا إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، أكانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، وسواء كانت عامة أو متخصصة."²

مما عرفها الدكتور فايز الشهري "أنها عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودة، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية صغيرة."³

ويشير كل من حسني نصر و سناء عبد الرحمان إلى أن: (الصحيفة الإلكترونية هي الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت، ويقوم القارئ باستدعائها و تصفحها والبحث بداخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريد منها، ويرغب فيه طباعته)⁴ على هذا الأساس عرفها عبد الأمير فيصل بالقول: "مفهوم الصحافة الإلكترونية ينطبق على كل أنواع الصحف الإلكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنت، طالما أنها تبث على

¹ - الهام بوثلجي ، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين (دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين) ، مذكرة نيل شهادة الماجستير علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010-2011 ص40.

² - د.سعيد الغريب النجار: الصحيفة الإلكترونية والورقية، (دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية، المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام) جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر/ ديسمبر (2001) ، ص213 .

³ - أ.علي خليل شقرة ،الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن-عمان، 2013، ص141.

⁴ - ا.علي خليل شقرة، نفس المرجع، ص142.

الشبكة بشكل دوري، أو يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى وهذا حسب إمكانيات المؤسسة التي تتولى نشر الصحيفة عبر الشبكة¹

و الصحافة الإلكترونية حسب ما يعتقد البعض "بأنها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص و المقالات و التعليقات والصور والخدمات المرجعية"²

كما يعرفها محمد منير حجاب على أنها: "منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، لذا فإن هذا المفهوم يدخل في إطاره مفهوم استمرار الجريدة على الخط"³

وانطلاقا من جملة التعاريف السابقة نستخلص مايلي :

ü بأنها منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.

ü يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت.

ü تتيح للقارئ تصفحها واستدعائها والبحث في محتوياتها وحفظ المادة التي يريدتها وطبع ما يرغب فيه.

ü يتم إصدارها بطريقة الكترونية من حيث تحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم وأعدادها وتركيب الصفحات ثم يتم بثها إلى جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الانترنت.

¹ - عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1 ؛ عمان :دار الشروق، (2005 ، ص78.

² - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية 2013، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2013، ص9.

³ - محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط1 ؛ مصر :دار الفجر للنشر والتوزيع، (2008 ، ص 132-133.

ü النصوص فيها مرتبطة بصحف ورقية مطبوعة وأحيانا يكون لديها نسخ مطبوعة.

ü أن المادة المكونة للصحافة الإلكترونية لیت نصوصا فقط ،بل يمكن أن تضم بجانب النصوص الصوت و الصورة المتحركة (لقطات الفيديو) والرسوم حسب تطور موقع الصحيفة إمكانياته.¹

ومن خلال هذه المحاولات المدرجة نتقدم لإعطاء تعريف شامل ودقيق للصحافة الإلكترونية "بأنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط MultiMedia تنشر فيها الأخبار و المقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية بشكل دوري وبرقم متسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم و الصور المتحركة بعض الميزات التفاعلية وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة".²

كما أعطى أيضا الدكتور محمود علم الدين تعريفا إجرائيا للصحافة الإلكترونية عندما أوضح بأها : تلك الصحف التي يتم إصدارها عبر شبكة الانترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشات الكمبيوتر وتشمل المتن والصورة والرسوم والصوت والصورة المتحركة ،وقد تأخذ شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية.³

ومن خلال ما تطرق له الأساتذة والدكاترة من تعاريفي معتبرة حول الصحافة الإلكترونية، فكل له تعريفه ومفهومه الخاص ضمن مجال تخصصه ،انطلق الباحث من هذه الصياغات إلى إدراج مفهوم خاص للصحافة الإلكترونية الذي يندرج ضمن متغير دراسته المتعلقة بالخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية حسب ما جاء به الأستاذ الثربان بأها " عملية اتصال صحفي عبر شبكة الانترنت ،تتم من خلال وسائط إلكترونية متعددة، مستفيدة بما تقدمه شبكة الانترنت من مزايا

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ص 11.

² - رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 2007، ص 95.

³ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 93.

تكنولوجية، وتصدر بشكل دوري ، ولها موقع محدد على الشبكة، وتعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تحليل، وصياغة محتويات الصحيفة، وتقديمها للقارئ عبر الانترنت، لخلق جو من التفاعل معه وذلك لما توفره من إمكانيات التفاعل مع النص، والقدرة على تصفحه، واستدعائه، والبحث في محتوياته، وتخزينه، واسترجاعه بأيسر الطرق وأسهلها".¹

2-2- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:

يعيد الكثير من الباحثين بان بدايات الصحافة الإلكترونية مثل سيموت باينز جاءت كثمرة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية واندبندنت برودكاستينغ اوثوريتي IBA عام 1976 ضمن خدمة التلكتكست ، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهرت تحت اسم سيفاكس ceefax ، بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل ، وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل مؤسسة بريتش تلفون اوثوريتي. ويعد خدمة الفيديو تكست بأنها أنظمة تعرض النصوص والرسوم بشكل يشبه الكتاب الإلكتروني تتميز بعدة بمميزات عديدة تتمثل في حفظ واسترجاع وكذلك الدخول بين الجزئيات المعلومات المتداولة على النظام وإمكانيته في تخزين كمية كبيرة من المعلومات وإمكانية تحديث المعلومات بسهولة وسرعة كما أنها متاحة لأي شخص يمتلك خط هاتف وشاشة استقبال مناسبة.²

أما خدمة التلكتكست "تعتبر نقلا للنص إلى المشاهدين في اتجاه واحد ، وذلك عبر إشارة تلفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة الموجودة بجهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد أن يتخير بينها ما يشاء".

¹ - عبير شفيق جورج الرحباني، استخدامات الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام) جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009، ص34.

² - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ص17.

وبناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين، وظل عدد من المؤسسات الصحافية الأمريكية في منتصف 1980 على هذا الخط وبدءوا العمل على توفير النصوص الصحافية التي تنتجها بشكل الكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر من بين هذه المؤسسات.

إلا أن محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب لأن تبني التيليتكست كان ، بطيئا، حيث لم تصل هذه الخدمة إلى ما نسبة % 30 من المنازل البريطانية في 1981¹. وبالتالي عرفت الصحافة هنا محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديوتكست عن طريق استخدام خطوط التلفون ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري، وأصبح استقبالها أرخص ، أين بدأت بعض الشركات مثل كمبيوتر **Compuserve** في تقديم طبعات الكترونية من الصحف اليومية في الولايات المتحدة الأمريكية في إطار تجريبي.

ومع ظهور الانترنت ،شهد العالم في حقبة التسعينات ثورة معلوماتية هائلة الذي غزا الكون من أقصاه إلى أقصاه ،محدثا انفجارا معلوماتيا لم يشهد له العالم مثيلا، أين اتجهت بعض الصحف إلى البحث عن وسائل لتوزيع الانترنت المعلومات الكترونيا ،فارتبط بعضها بشركات تقديم خدمات الانترنت، وجرب البعض الآخر إرسال نسخ بالفاكس للقراء،وتقديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر ،كما حاولت بعض الصحف إنتاج أقراص ممغنطة **CDS** تحوي إعدادها السابقة ،بالإضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمات الصحفية باستخدام الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني.² وبالرغم أن بداية الانترنت جاءت حديثا إلا أنها لم تجد إقبالا من ناشري الصحف كوسيلة لعلاقي حتى عام 1993 أين زاد تمظهرها بعد خروجها من إطار الاستخدامات

¹ - منال قدوح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة قسنطينة، 2007، ص ص 162-163.

² -رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص ص 113-114.

الحكومية والأخبار، الذي أتاح الفرصة أمام الصحف لتوسيع نطاق تغطيتها وذلك من خلال إصدار طبعات الكترونية من إصدارات يومية، لتبث إلى المشتركين في منازلهم عبر شبكات حاسوبية خاصة تتيح لهم الاطلاع على المواد الصحفية المنشورة باستخدام شاشات العرض الخاصة بحساباتهم الشخصية وذلك بعد ظهور شبكة الويب العنكبوتية التي أدخلت الصحافة عصر للتوزيع الإلكتروني الجماهيري. وأصبحت الصحف في القرن الواحد والعشرين كالحرباء، تتكيف مع البيئة المتغيرة (فمن المطابع التي تتغذى ورقة اثر ورقة إلى المطابع الدوارة، ومن النشر بواسطة ماكينة تنضيد الأحرف المطبعية في سطور مسبوكة إلى النشر عبر الكمبيوتر ومن الأبيض و الأسود إلى الألوان، وحاليا من النشر على الورق إلى النشر الإلكتروني).¹

وبالتالي ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي تقف رمزا واضحا لثورة المعلومات التي يشهدها العالم في الوقت الراهن، وقد جاءت ثورة المعلومات كثمرة للمزج بن تكنولوجيا الاتصالات من جهة وثورة تكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى، وما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقّت بظلالها الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون، والصحف). مما بدأت تتكون حول نظم الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض من خلال شبكة الكمبيوتر سواء المحلية أو الدولية وما تضمنته هذه الشبكات من بث إعلامي يعتمد على وسائل تعبير متعددة كالصوت والصورة واللون والتأثيرات الصوتية وغيرها. وخير مثال على وسائل التعبير هذه هو الصحافة الإلكترونية وتعتبر هذه الخلفية التاريخية من أهم العوامل التي ساهمت في تطورها وانتشارها إلى جانب التفاعلية وخاصة عروض الصور الحية في ظل التطورات التي عرفها مجال الوسائط المتعددة وزهد كلفة النشر الإلكتروني وانتشاره الذي يسمح للجرائد أن تقدم مجموعة أوسع من المعلومات مع إمكانية الربط بين المقالات.

¹ - ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن 2013، ص175.

وهناك اختلاف بين المهتمين في الصحافة الإلكترونية على اسم أول صحيفة إلكترونية ظهرت على شبكة الإنترنت كصحيفة بالكامل ، وهي صحيفة "هيلزنبورج أجبلاذ" السويدية عام 1991، أم صحيفة تريبيون الأمريكية التي صدرت عام 1992، وقد كان من بين الصحف الكبرى التي ظهرت على شبكة الإنترنت صحيفة us today كأولى الصحف التي تسمح إن ينتقل من موقع إلى آخر ، وكذلك الانتقال إلى الأقسام المتعددة ، في عام 1993 كان هناك ما يقارب 20 صحيفة ومجلة لها مواقع على الإنترنت منها مجلة آخر الأسبوع .

وفي أيار 1992 أنشأت شيكاغو أون لاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أون لاين، التي تعد أولى النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة وبخاصة مع توفير خدمة الإنترنت مجاناً في الولايات المتحدة الأمريكية¹.

و في أواسط العام 1994 بدأت جريدة الواشنطن بوسط (الأمريكية تدشين مشروع كلف تنفيذه عشرات ملايين الدولارات، قامت خلاله ببيت العديد من موضوعاتها من مقابل مبلغ شهري لا يتجاوز 10 دولارات،" و ، (On line) خلال شبكة الإنترنت يتضمن نشرة تعدها الصحيفة، يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبنية وإعلانات للخدمة المتبادلة، أطلق عليها مشروع اسم الخبر الرقمي.²

وبدأت أغلبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الإنترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية عام 1994 إلى 115 صحيفة عام 1995 ثم إلى 368 في منتصف عام 1996.³

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ص 21-22 .

² - منال قدوح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ، ص163.

³ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سبق ذكره ص20.

أما في فرنسا فمنذ عام 1994 بدأت تظهر أول صحيفة إلكترونية مئة بالمائة والتي التي كانت توزع *la vague Interactive* لا تملك أصلا طبعة ورقية وهي جريدة على الأقراص المضغوطة وتصدر أربع مرات في السنة، ثم تنشر على الانترنت.

و في جوان 1995 ظهرت أول جريدة فرنسية على الخط وهي "cyber sphere" لتسارع أغلبية الصحف الكبرى المعروفة بفرنسا لإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت مكملة للطبعة الورقية منها " لوموند، لوفيغارو، لاكروا، لبيراسيون، ليز إيكو، " Monde, " Libération, " Les Echos, le Le Figaro , La Croix, Libération,¹

وهكذا فقد ازداد عدد الصحف المنشورة على الانترنت منذ عام 1996 إلى يومنا هذا بشكل متسارع ومذهل. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي مرت خلال مراحل تطورها بثلاث موجات:

أ- الموجة الأولى :

كانت كبريات الصحف التي تنشر على شبكة الانترنت تملك لنشر محتوى الصحيفة PDF مواقع مطابقة للنسخة الورقية، حيث تم الاستعانة بملفات الورقية وهي نوعية الملفات نفسها المستخدمة في عمل التجهيزات الفنية في الطباعة يتم تحميلها من قبل المتلقي لقراءتها، وتميزت الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة ليكون فريق العمل في هذه الأخيرة مكون من مجموعة من الفنيين المختصين برفع المحتوى على الموقع، بينما تقوم غرفة أخبار الصحيفة الورقية الأم بكل مراحل العمل الصحفي، وتتسم أيضا بكون زمن تحديث النسخة الإلكترونية مرتبط بدورية صدور النسخة الورقية.

ب- الموجة الثانية :

¹ - الهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 56-57.

تم تطوير الصحف الإلكترونية بإضافة خدمات أخرى، حيث والتي Html يتم إعادة إنتاج المحتوى الإلكتروني وفقا للغة الانترنت المعروفة بتسهيل عملية البحث في النصوص وسهولة التصفح دون التحميل واستخدام خصائص في ربط الموضوعات والأخبار ذات الصلة HyperText . النص الفائق -الموجة الثالثة: تميزت هذه الموجة بالاستخدام المكثف لتقنيات الانترنت حيث ظهرت العديد

من المواقع الإلكترونية الإخبارية البحتة، وكذا حدوث شراكة بين الصحيفة الإلكترونية والمتلقي من خلال إمكانية التعليق على الأخبار والتقارير المنشورة والمشاركة في منتديات الحوار والنقاش¹.

تطور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي:

أما تطور الصحافة الإلكترونية في العالم العربي فقد جاء مع دخول الانترنت إلى العالم العربي، حيث توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبر عن اهتماماتها² إذ تتواجد الصحف العربية على الانترنت كنسخة الكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان ويتم تحديث معظمها يوميا أو دوري بالنسبة للصحف الأسبوعية، كما تتواجد صحف الكترونية يعود الفضل في ظهورها إلى الانترنت دون تواجد نسخ ورقية لها.³ ففي التاسع من سبتمبر 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية الكترونيا لأول مرة عبر شبكة الانترنت وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور، وكانت الصحيفة الثانية التي توافرت على الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1 يناير 1996، تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو 1996 وصحيفة السفير في

¹ - الهام بوثلجي ، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين ، نفس المرجع، ص 56-57.

² - الهام بوثلجي ، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين، مرجع سبق ذكره ص 58.

³ - حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية ، ط1 ؛ رحمة برس للطباعة والنشر، (2007 ، ص88.

نهاية العام نفسه.¹ ثم توالى صدور النسخ الإلكترونية لتبلغ في منتصف 2000 ما يقارب 26 نسخة، وتعد صحيفة الجزيرة أول صحيفة سعودية تنشر نسخة الكترونية من إصدارها المطبوع عام 1997.²

وفي فبراير من سنة 1997 ظهرت "الجمهورية" كأول صحيفة مصرية على الانترنت ثم تلتها "الأهرام" في أوت 1998 م، وتلتها بعد ذلك صحيفة "الأخبار" في سنة 2000 .

وهكذا فقد ازداد عدد الصحف العربية على شبكة الانترنت، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة ودورية عربية مع حلول سنة 2000 ، وهو عدد قد تضاعف بعدها، حيث لم يعد بالإمكان إحصاء الصحف العربية المتواجدة على الانترنت حاليا لعدم توفر قاعدة بيانات دقيقة.

وإذ تجدر الإشارة هنا إلى أن ظهور الصحافة العربية الخالصة على الانترنت والتي لا تملك مقابلا ورقيا كان متأخرا نوعا ما، حيث تعتبر صحيفة "الجريدة" أول صحيفة الكترونية عربية خالصة صدرت في جانفي 2000 م، تلتها بعد ذلك جريدة "إيلاف للبنانية التي انطلقت في 21 ماي 2001 من لندن، و تتمتع بعدة مزايا خاصة بالصحف الإلكترونية.³

ومن خلال عرضنا لهذا التاريخ، يمكننا القول أن الصحف العربية القديمة المتوافرة الانترنت لا تواف فيها شروط الصحيفة الإلكترونية ولكن هي في مجملها عبارة عن توأم للصحف المطبوعة لذلك فهي صحف عربية متوافرة الكترونيا وليست صحفا.⁴

وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الانترنت إلا أن البعض الدراسات تشير إلى أن رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا انه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 116.

² - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ص 22.

³ - الهام بوثلجي ، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين، مرجع سبق ذكره ص 48-49

⁴ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 116

للمطبوعات الإلكترونية العالمية ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي، مما بينت الدراسات بان ضعف البنية الأساسية لشبكة الاتصالات ، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية و الثقافية والاقتصادية قد أخرت الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت.¹

2-3- أنواع الصحافة الإلكترونية وتقسيماتها :

اختلف العديد من الباحثين في تقسيمات الصحافة الإلكترونية التي تتخذ عدة أشكال وأصناف متنوعة ، إذ جاء تقسيمها عند "رضا أمين عبد الواحد" بحيث يرى أنها تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي²:

- الصحافة الإلكترونية الفورية **Online Journalisme** التي يحصل القارئ على محتواها من خلال شبكات وقواعد البيانات و خدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجاناً ، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الانترنت، وتتميز بالتفاعلية و التجديد المستمر في المحتويات ، واستخدام لغة الهايبرتكست.
- الصحافة الإلكترونية غير الفورية **Offline Journalism** التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص المرنة **Floppy**
- وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات الإلكترونية ، مثل الصحافة التي تعد طبعات خاصة معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل ،ويطلق عليها صحافة الفاكسيميل ، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسيميل. و تنقسم الصحافة الإلكترونية الفورية بدورها إلى أنواع أخرى وفقاً لاعتبارات:

¹ - رضا أمين عبد الواحد، نفس المرجع ،ص116

² - رضا أمين عبد الواحد، نفس المرجع، ص 96-97

أولاً: حسب معيار وجود أصل مطبوع أو عدمه :

• صحف إلكترونية خالصة أو كاملة Online Newspaper وهي أيضا على صورتين:

(أ) صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة ، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية ، ولها أيضا أمثلة من الصحافة العربية حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة مثل (صحيفة الجيريا الناطقة باللغة الفرنسية والانجليزية ، مما تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفرة على الانترنت وعنوانها

هو : www.algeria.interface.com وجريدة الشعب المصرية التي

تصدر عن حزب العمال التي تصدر على شبكة الانترنت دون أن يكون لها أصل مطبوع أو حصول على ترخيص من السلطات المختصة، وموقعها على شبكة الانترنت هو

www.alshaab.com

(ب) صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع ، ولكنه لا يشترك معه في محتواه ، ولا ترتبط بها في

الاسم و الانتماء إلى المؤسسة الصحفية ، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوربية.¹

وتتميز الصحف الإلكترونية الفورية بمجموعة مميزات ومواصفات حسب ما جاء به "ياس خضير

البياتي" في كتاب الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة" والمتمثلة في :

- تقدم الخدمات نفسها الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير

وأحاديث وصور... الخ

- تقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة

بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق HyperText مثل خدمات البحث داخل

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 98-99 .

الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والوصول إلى الأرشيف.

- تقدم خدمات الوسائط المتعددة MultiMedia النصية و الصوتية والمصورة.¹
 - نسخ الكترونية من الصحف الورقية، وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت ، وهذا النوع يأخذ احد الشكلين :
 - صحف الكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.
 - صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.
- ثانيا : حسب نوع التقنية المستخدمة في الموقع :
- وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الانترنت، وتنقسم الصحف الالكترونية إلى أربعة أنواع:

- الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) Graphique Inercharge Format والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض المواد الصحفية الورقية إلى موقعها على الانترنت ، وهي تقنية غير جيدة ،بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية.
- الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول (PDF) Portable Datagramme Format مما يتيح هذا النمط نقل النصوص والأشكال والصور و الرسوم و الصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق للنسخة الورقية.²

¹ - ياس خضير البياتي، مرجع سابق، ص 180.

² - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 99- 100 .

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML (HyperTextMarukFormat) وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الانترنت المتعددة و أهمها الجمع بين النص و الصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث و الأرشيف ونسخ النصوص.
- صحف الكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنص المحمول للاستفادة من مزايا النظامين، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية ، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة ، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة ، وذلك لان البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها.¹

ثالثا : حسب بلد الصحيفة :

- صحف عربية تصدر من دول عربية. (السياسة الكويتية، الرياض السعودية....)
- صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي. (الحياة، الشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية في لندن...)
- صحف أجنبية. (نيويورك تايمز، واشنطن بوست.....)²

2-4- أهمية الصحافة الإلكترونية :

- للصحافة الإلكترونية فوائد مهمة، ويغزى لها الكثير من الكثير من المساهمات الفاعلة في العالم الرقمي لبني الإنسان ومن ابرز فوائدها
- 1- أنها منحت فرصا كثيرة للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها وتوصيل أفكارها للجماهير حول العالم بشكل غير ممكن في الصحافة المطبوعة.

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع نفسه، ص100.

² - رضا أمين عبد الواحد، مرجع نفسه، ص100-101.

2- ساهمت كثيرا في التقارب الإنساني والتواصل البشري ونقل المعلومة والحدث بين مختلف الأجناس والأعراق البشرية، مما ساهم في إلغاء المسافات والحدود القارية واختلاف اللغات واللهجات، بل وساهمت تلك المواقع في إبراز أشكال جديدة من البشر لم يعودوا يؤمنوا بمبدأ الدولة الواحدة، بل ينتمون إلى العالم الرقمي العابر للقارات، ويتشاركون في المشاكل والمعانات التي يواجهونها.

3- حققت الكثير من الصحف والمواقع والمدونات الشخصية الإلكترونية بعض التغيير الاجتماعي والحراك الثقافي والسياسي في بعض المجتمعات التي ظلت متقوِّعة على نفسها لفترات زمنية طويلة.

4- استطاعت الصحف الإلكترونية أن تتخطى الحدود المحلية والعربية والدولية وحدود القانون والرقابة، كما وفرت سرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة وفي أوسع مجتمع وفي أي مكان وزمان وفي أسرع وقت ممكن، وحول أي موضوع وخبر ومعلومة كما وفرت مساحة كافية للنقد والمشاركة.

2-5- عيوب الصحافة الإلكترونية :

للصحافة الإلكترونية مجموعة من السلبيات والعيوب نذكر منها¹:

1- صعوبة التسويق وجلب الإعلانات: وهي سلبية ما زالت موجودة في العالم العربي فقط، وأعتقد أنها سوف تتغير إلى حد كبير خلال السنوات القليلة القادمة، ولكن هذه السلبية تؤثر بشكل قوي على عدم وجود تمويل لهذه الصحف، مما يجعل التركيز على المتطوعين أكثر وأكبر، ولكن بدون شك احتياج الصحف الإلكترونية إلى الصحفي المحترف ضرورة لا غنى عنها والذي لا يقبل أن يعمل ويكتب دون أن يأخذ مقابلًا ماديًا.

¹ السيد بجيت: مدونة الإعلام الجديد، متاح على الموقع: <http://www.jadedmedia.com/2012-04-20-17-59-06/2012-04-22-16-10-40/148-2012-04-25-18-17-48.html?start=4>

- 2- صعوبة التسويق وجلب الإعلانات: وهي سلبية ما زالت موجودة في العالم العربي فقط، وأعتقد أنها سوف تتغير إلى حد كبير خلال السنوات القليلة القادمة، ولكن هذه السلبية تؤثر بشكل قوي على عدم وجود تمويل
- 3- لهذه الصحف، مما يجعل التركيز على المتطوعين أكثر وأكبر، ولكن بدون شك احتياج الصحف الإلكترونية إلى الصحفي المحترف ضرورة لا غنى عنها والذي لا يقبل أن يعمل ويكتب دون أن يأخذ مقابلًا ماديًا.
- 4- عدم تميز بعض الصحف الإلكترونية، وخاصة التي تعتمد على الصحفيين المتطوعين بصياغة جيدة للأخبار والموضوعات فهي تنشر ما يأتي لها، دون وجود دليل أو التأكد من مصداقيته أو حقيقته.
- 5- صعوبة التسويق وجلب الإعلانات: وهي سلبية ما زالت موجودة في العالم العربي فقط، وأعتقد أنها سوف تتغير إلى حد كبير خلال السنوات القليلة القادمة، ولكن هذه السلبية تؤثر بشكل قوي على عدم وجود تمويل لهذه الصحف، مما يجعل التركيز على المتطوعين أكثر وأكبر، ولكن بدون شك احتياج الصحف الإلكترونية إلى الصحفي المحترف ضرورة لا غنى عنها والذي لا يقبل أن يعمل ويكتب دون أن يأخذ مقابلًا ماديًا.
- 6- عدم تميز بعض الصحف الإلكترونية، وخاصة التي تعتمد على الصحفيين المتطوعين بصياغة جيدة للأخبار والموضوعات فهي تنشر ما يأتي لها، دون وجود دليل أو التأكد من مصداقيته أو حقيقته.
- 7- عدم تميز بعض الصحف الإلكترونية، وخاصة التي تعتمد على الصحفيين المتطوعين بصياغة جيدة للأخبار والموضوعات فهي تنشر ما يأتي لها، دون وجود دليل أو التأكد من مصداقيته أو حقيقته.

8- أيضاً يلجأ بعض المشرفين على المنتديات والمجموعات البريدية بصفة خاصة بنشر عناوين لفصائح لا وجود لها أو استخدام مصطلحات جنسية بالعنوان لمجرد أن يدخل الزائر للمنتدى ويشترك به، وهي ما أُطلق عليه المنتديات والمجموعات الصفراء نسبة إلى الصحافة الصفراء التي تهتم بنشر الفصائح.

9- لا زلنا غير قادرين على الاستثمار في مجال الصحافة، وهي مشكلة تقابلنا في الإعلام بصفة عامة، وفي الصحافة بصفة خاصة، فحتى الآن - على حد علمي - لم نجد صحيفة عربية لها أسهم بالبورصة، أو أن هناك مستثمراً يريد استثمار أمواله من خلال عمل صحيفة، وهو نوع من الاستثمار لو وجد سيكون أكبر فائدة للصحافة الإلكترونية.¹

10- عدم خضوعها للرقابة .

11- عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات، نتيجة عدم توفره على إمكانيات تقنية في بعض الدول النائية.

12- أثرت سلباً على الحياة الأسرية والاجتماعية .

13- إضافة إلى أن مؤسسات الصحافة الإلكترونية عملت على تناقص في عدد الموارد البشرية.²

3- التطبيقات الصحفية الجديدة للصحافة الإلكترونية:

3-1- الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية :

3-1-1- ميزات الصحافة الإلكترونية :

¹ - السيد بخيت: مدونة الإعلام الجديد، متاح على الموقع: <http://www.jadedmedia.com/2012-04-20-17>

[59-06/2012-04-22-16-10-40/148-2012-04-25-18-17-48.html?start=4](http://www.jadedmedia.com/2012-04-20-17)

² - زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص 20.

تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث و الدراسات على أنها أصبحت وسيطا إعلاميا جماهيريا فعالا، لذا مكنت كافة الأفراد و المؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت، وفي أي مكان. ويمكن القول أن الصحافة الإلكترونية تتميز بجملة خصائص أفرزتها فيها تكنولوجيا المعلومات التي أتاحت للانترنت حرية إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا — يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام، بعد أن سهل مرونة استعراض و انتقاء الوصول الآلي، وتحليل المعلومات و البيانات الموجودة على شبكة الانترنت.¹

وبالتالي فلهذه الصحف الإلكترونية ميزات و خصائص ميزتها كوسيلة تواصل اجتماعي تختلف عن الصحف والدوريات الورقية :

٣ التفاعلية و المشاركة Interactivité

ويمكن تعريف التفاعلية :

(بأنها تلك الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة ، وبرامجها ومحتواها التي تسمح للمتلقي بأكثر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال، والاختيار الحر في المحتوى و الخدمات المتاحة على شبكة الانترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه).²

...وبالتالي تعني أن مستخدم هذه الوسيلة الإعلامية يستطيع الحصول على المعلومات الفورية من الموقع، كما يتمكن من التفاعل مع مصدر هذه المعلومات ومع المستخدمين الآخرين لها، والذين يزورون هذا الموقع.³ وذلك بالاعتماد على نمط النص الفائق الذي يتضمن وصلات links

¹ - عبير شفيق جورج الرحباني، مرجع سابق، ص 37.

² - أ.علي خليل ، مرجع سابق، ص 148.

³ - أ.علي خليل شقرة، نفس المرجع، ص 147.

بالنقاط داخل الموضوع أو الخبر،¹ فالصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق. بمجرد البدء في البحث في البحث داخل مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكان توجيه الأسئلة للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة إثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ، أو المشاركة في استطلاعات الرأي التي تعطي مساحة كبيرة للقارئ. وتوفر النقد والتعليق على الخبر الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية يزيد من مستوى المشاركة الفرد في صنع القرار.²

وتنقسم التفاعلية إلى قسمين :

أ- الاتصال التفاعلي المباشر: وهو الاتصال الذي يتم بطريق مباشر بعدة أساليب، كأن يكون عبر غرف الحوار التي **Chat Room** تنشئها الصحف لهذه الغاية، حيث يتم تبادل الحوار والآراء بين القراء والمحررين حول ما ينشر فيها من مواضيع وأخبار مختلفة. وكما يمكن أن يتم هذا التفاعل من خلال ما تتيحه الصحافة الإلكترونية من مساحة للتعليق بما على ما ينشر من مقالات وأخبار يستطيع المشارك إبداء رأيه فيما ينشر و التعليق عليه.

ب- الاتصال التفاعلي غير المباشر: حيث يستطيع المتصل أن يبدي آراءه وتعليقاته بعدة أساليب، كاستخدام البريد الإلكتروني **E-mail** في إرسال هذه الآراء والتعليقات إلى الصحيفة، حيث يقوم المختصون في هذه الصحف بقراءة هذه الرسائل والرد عليها، أو الأخذ بما جاء فيها أو يعضه...

ويمكن أن يتم الاتصال التفاعلي غير المباشر عن طريق القوائم البريدية **Mailing List** والتي تعد من أشهر خدمات الانترنت التي تعتمد على البريد الإلكتروني، حيث تستطيع أي مجموعة من القراء والمتابعين لهذه الصحف ممن تجمعهم اهتمامات مشتركة في هذه المواضيع باستخدام القوائم

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 105.

² - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 28.

البريدية التي يحتفظ فيها الأعضاء بقوائم تحوي أسماء وعناوين من تجمعهم بهم الاهتمامات المشتركة، ويستطيعون إرسال لا يريدونه من مواضيع إلى عناوين بعضهم البعض. بعكس ما يتم في الصحافة الورقية، حيث لا يمكن التفاعل إلا بالمراسلة والمخاطبات التي تستغرق وقتا طويلا قد يذهب أهمية الموضوع المراد، ويضيع الوقت المناسب للتعليق. فالصحافة الإلكترونية تصل إلى الآلاف من المشاركين، بعكس الصحافة الورقية التي لاتصل إلا لمن يشتريها، فيمكنها أن تغطي مناطق أوسع بكثير، وجمهورا اكبر، مما يجعل العينة أكثر دقة في التعبير...¹

٢ الوسائط المتعددة ونمطية النص الفائق

كان من نتيجة التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الحاسبات والشبكات أن أصبح مفهوم الوسائل المتعددة ضمن مفردات الصحافة المعاصرة، ومع هذا التطور تزايدت أدبيات الوسائل المتعددة في مجال الإعلام في الشبكات التي تعني تقديم رسائل موحدة الهدف في أشكال مختلفة للمتلقين المختلفين، ومن هذه الأشكال تلك التي تشمل المفردات النصية والنصوص والصور بأنواعها (ثابتة - متحركة).²

فإذا كان الراديو يقدم الصوت، والتلفزيون يقدم الصورة والصوت، والصحافة المطبوعة تقدم النص فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي تجمع ما بين الصوت الذي كان يقدمه الراديو والصوت والصورة المميزة للتلفزيون والنص الذي تقدمه الصحيفة المطبوعة، إذن فكل هذه المميزات تجتمع في وسيلة واحدة هي الصحيفة الإلكترونية.³

¹ - أ.علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 148-149-150.

² - جلال الدين خاوي. سمية بوعكاز، الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي (دراسة تقييمية وصفية لمواقع الصحف الجزائرية (البناء- السمات - الخصائص)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ' تخصص اتصال/علاقات عامة)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، دفعة 2009-2010 ص98.

³ - زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 17.

أين أصبح بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة ، ويعود ذلك إلى أن أدوات الممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع و تخزين و بث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتا أو صورة أو نص، لتكون لدى الصحفي القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر طل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.¹

ومن خلال العديد من التعريفات السابقة نجد خاصية الوسائط المتعددة تركز على مجموعة الخصائص في المواقع الإعلامية وهي²:

- يعتمد استخدام الوسائط المتعددة على الملفات الجاهزة (صوت ،صورة ،فيديو) لتدعيم المعنى و العمليات المعرفية، أم في مجال الإعلام فان استخدام الحي للوسائل مثل اللقاءات الصوتية أو صور الفيديو في مواقع الأحداث يكون هو الأساس في بناء مفهوم الوسائل المتعددة.
 - توظيف الخصائص التقنية لمواقع الشبكة في تحقيق التفاعلية وتدعيم حرية الاختيار من بين الوسائل وحرية التعرض بما يتفق مع اهتمام المتلقي وتفضيله.
 - اقتراب محتوى الوسائل من بعض على الموقع الواحد سواء كان من مواقع صحافة الشبكات أو مواقع المعلومات أو مواقع التعليق.
 - فهي ليست ضرورية للعرض و التقديم ولكنها ميزة تميز موقعا إعلاميا آخر يستهدف الوصول إلى المتلقين وفقا لحاجاتهم وتفضيلاتهم في التعرض إلى الوسائل.³
- ومن الوسائط المتعددة الصوت و الفيديو والنص الفائق⁴:

¹-زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 17.

²- الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع سابق، ص 99.

³- الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع نفسه، ص 99.

⁴- الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع نفسه، ص 97.

1. الصوت : يعرف من الناحية الفيزيائية بأنه تخلخل في الهواء تتيح عنه موجات هذه الموجات تحدث صوت في أذن الإنسان، والصوت له جوانب متعددة تراعي عند التسجيلات الصوتية والموسيقية التصويرية والخلفيات الموسيقية و المؤثرات الصوتية ، والصوت متخصص للقيام بدور تسجيل الصوت.

2. الفيديو : تجسد ملفات الفيديو الأحداث حيث تتبع أهميتها من أهما تجعل المشاهد يتعايش مع الحدث، أن ملفات الفيديو على الانترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها من ناحية وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى.

3. النص الفائق: HyperText ومع استخدام تكنولوجيا الوسائل المتعددة أصبح يتوفر للمتلقي وسائل العرض والتقديم للمحتوى، يختار منها ما يتفق تفضيله لهذه الوسائل ومع ما يستهدفه من هذا الاختيار، وذلك من خلال وجود خاصية النمط الفائق HyperText في بناء الوسائل المتعددة يعكس أكثر من مزايا العرض و التقديم ، وبصفة خاصة تنمية المعرفة العليا التي يمكن أن توفرها بنية النص الفائق.¹

✓ مفهوم النص الفائق HyperText: "ويقصد بالنص الفائق ذلك النظام الذي يعمل على تقديم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، ويسمح للمتلقي بالتجول بين المعلومات واختيار المسارات وبناء المعنى الذي يلي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية ، ويقوم بناء النظام على دعامين أساسيتين هما²:

الأولى : تجزئ المعلومات المتاحة عن موضوع معين بناء على تصنيف خاص بحيث يلي كل جزء من أجزاء الموضوع حاجة معرفية للقراء تختلف عن غيرها في إطار الموضوع الكلي، ويقدم تفسيرات متنوعة وتجمع الآراء المختلفة عن الموضوع.

¹ - الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع سابق، ص 97.

² - الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع نفسه، ص 101

الثانية : تقسيم كل جزء إلى أجزاء فرعية تجمعها مسارات Path تربط بينها بحيث ينتهي كل جزء فرعي بنهايات متصلة وان كانت غير متتابعة تسمح للقارئ بالمتابعة أو التوقف للخروج أو الانتقال إلى جزء فرعي آخر متصل.

V خصائص النص الفائق : تتسم بـ¹

- يشير توظيف الوسائل الفائقة إلى تعدد المعنى مع تعدد البدائل والخيارات و التشعب في كل وسيلة، سواء كان يؤدي ذلك إلى اختلاف في التفسير أو يؤدي إلى اتفاق المعاني المتعددة مع الخصائص المعرفية.
- تدعم الوسائل الفائقة عملية بناء المعنى لدى المتلقي، فان كان هناك تفسير لمفهوم النص الواحد يشير إلى تأثير الوسيلة في بنائه، فان كان هناك تفسير آخر يرتبط بالمعاني التي بينها المتلقي، وتكون قادرة على تشكيل استجاباته من التعرض إلى الوسائل الفائقة.
- أهمية تجربة التجول والاختيار للمتلقي وزيادة قدرة التفاعلية التي يوفرها التعامل مع بدائل متعددة أو أجزاء وخيارات الوسائل المتعددة أو أجزاء وروابط كل وسيلة وفي علاقتها معها.
- إذا كان للنص المطبوع تفسيراً معيناً فان للنص المصور تفسيراً آخر ويمثل المتلقي مستوى ثالثاً بناء التفسيرات مع النص المصور.²

ويمكن تلخيص فوائد تقنية HyperText للقارئ بما يلي³:

أ- توفر للقارئ إمكانية التوسع في الموضوعات والأخبار المنشورة :

عن طريق الاطلاع على الموضوعات ذات الصلة .. خاصة مع وجود ما يسمى بالنقاط الساخنة تفتح المجال للبحث بشكل واسع نتيجة الترابط بين المفاهيم.

ب- المرونة في التعامل مع المواضيع والتنقل بينها :

¹ -الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع نفسه، ص 101.

² - الصحف الإلكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي، مرجع سابق، ص 101.

⁶ - أ. علي شقرة، قرة، مرجع سابق، ص 153

على اختلاف مستويات عرض هذه المواضيع، مع إمكانية تحميل أي منها وسهولة الرجوع إلى الموضوع مهما توسع البحث وتشعب.

ج- قدرة النصوص الفائقة على تقديم المعلومات :

حسب احتياجات القارئ، وبعده تقنيات مسموعة ومرئية، كصور الفيديو والرسوم المتحركة والموسيقى والمؤثرات الصوتية التي تصاحب الحدث ما يحسن من فهم الموضوع، ويرسخه في أذهان المتابعين.

ن العمق المعرفي :

حيث تتسم الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية بالعمق و الشمول و يتهيأ ذلك من اتساع المساحة لهذه الصحف ، فلا ترتبط الصحف الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة ، فتقدم خدمات إضافية من شأنها تقديم خلفيات للأحداث ، وربطها بالقضايا المتعلقة بها¹. مما يتيح للقارئ مساحات هائلة للتخزين على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لتجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيايات الانترنت. خاصة تكنولوجيا النص الفائق و الروابط النشطة. إذ تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات ولا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات². ويمكن أن نلخص ميزات خاصية العمق المعرفي المستمدة في³

أ- اتساع المساحة المتاحة للمادة المقدمة : في الصحافة الإلكترونية يمكن اختصار الموضوعات كما يحدث أحيانا في الصحف الورقية . حيث يمكن أيضا تقديم هذه المادة سواء أكانت خبرا أو مقالا أو بحثا... الخ . دون تقيد بمساحة معينة، ما ينعكس على قدرة الصحافة الإلكترونية على التوسع في ذلك وزيادة الشمول.

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 106.

² - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ، ص 29.

³ - أ. علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 150 - 151.

ب- قدرة الصحافة الإلكترونية على تقديم خدمات معرفية أخرى: حيث تمكن قراءة الصحيفة من تصفح موضوعات كثيرة تتعلق بالموضوع الذي يقوم بقراءته تزيد في سعة اطلاعهم وعمق معرفتهم بالموضوع، وتفسير الكثير مما جاء في الموضوع، وتنزيل ما قد يكون فيه من غموض. كما يمكن للقراء الرجوع إلى أعداد سابقة من الصحيفة للاطلاع على ما يتعلق بالموضوع سواء الرجوع إلى مقالات نفس الكتاب السابق أو لكتاب آخر أو الاطلاع على أخبار وأبحاث ودراسات سابقة تتعلق بالموضوع.

مما تكمن لدى الصحف الإلكترونية قدرة على تقديم خدمات أخرى بشتى الطرق حسب "رضا أمين عبد الواحد":

- إمكانية العودة لأرشيف الصحيفة، حيث تتيحه بعض الصحف إمكانية العودة لإعدادها الماضية بفترات زمنية متفاوتة.
- النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة الاطلاع على مزيد من المعلومات وبعض الطباعات التي تصدرها الصحيفة.¹

ü السرعة الفورية والتحديث المستمر :

ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية أنية Online تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات. وذلكم كن خلال تميزها بسرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى اكبر شريحة وفي أوسع نجمع محلي ودولي وفي أسرع وقت واقل تكاليف مما تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية او الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرفة المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد وغيرها، وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع ، وتستطيع القيام بخدمة التحديث

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 106 .

الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.¹ وتتجلى ميزة الفورية في كتاب " خليل شقرة / الإعلام الجديد" ب²:

أ- قدرة الصحافة الإلكترونية على نشر الأخبار فور حدوثها " إمكانية التوزيع " (أي في أي ساعة من ليل ونهار دون التقييد بالقيود التي تحد من قدرة الصحافة الورقية على ذلك - أي تعرض القارئ لها على مدار 24 ساعة-)، معناه أن الصحيفة الورقية بعد الانتهاء من طباعتها لا يمكنها إضافة خبر جديد بسبب اعتبارات المساحة المخصصة للأخبار والمواضيع الأخرى والتي قد تكون نشرت أو أخذت مكانها في الصحيفة، أما إذا كان قد تم طباعتها وتوزيعها ، فلا بد من الانتظار إلى اليوم التالي والذي تكون فيه الأخبار قد أصبحت قديمة وهذا ما يعطي للصحافة الإلكترونية ميزة تجذب القراء أكثر من الصحيفة الورقية.

ب- مرونة الصحافة الإلكترونية وقدرتها على تحديث محتواها : (بنشر ما يستجد مما قد يضيف إلى ما نشر بعض التفاصيل أو يصحح بعض المعلومات ، وهذا ما يجعلها على تواصل مستمر مع قرائها وخاصة في أوقات الأزمات التي يتشوق الناس فيها إلى معرفة كل جديد.

المرونة : تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي -مستخدم الانترنت- إذ يمكن له أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه ، عندما يكون لديه حد أدنى من المعرفة بالانترنت .مما يؤدي الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالانترنت والتعامل معها، وهنا يمكن التأكيد على أن الصحافة الإلكترونية سهلة الاستخدام من جانب المتلقي عن طريق الانترنت باستخدام الحاسوب من جهة أخرى.³

¹ - رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 106.

² - علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 152.

³ - بشاش أمينة ، بوغلام سارة، المقروئية بين الصحف الورقية و الصحف الإلكترونية(دراسة في معايير الاستخدام و المفاضلة) ،مذكرة مكتملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة محمد بوضياف المسيلة، دفعة سنة 2009، ص 93-94 .

ن الشخصية وتعدد خيارات التصفح: أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية وما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كالت زائر للموقع قادرا على أن يجد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع ، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى ، وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى ، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء¹.

ن اللامهيرية : وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد ا وإلى جماعة معينة وليس إلى جماهير واسعة كما كان الأمر في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.²

ن اللاتزامنية : وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا باهتمامه، الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة.³

ن الأرشيف الإلكتروني الفوري : حيث يمكن لمستخدم الصحيفة الإلكترونية الرجوع إلى الأعداد السابقة ا وإلى المواضيع الأخرى كالمقالات والدراسات والتعليقات ذات الصلة بالموضوع الذي يحظى باهتمامه ، مما يوفر للباحثين والدارسين قاعدة معلومات ضخمة Data base رهن إشارتهم، بل يجعل بين أيديهم بنكا للمعلومات يمكنهم الحصول عن طريقه على ما يريدون من معلومات وبيانات.⁴

ن سهولة التعرض : حيث تعد سهولة التعرض احد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل مايجب أن يبذله من جهد جسدي

¹ - زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 19.

² - كريمة بوفلاحة : مرجع سابق، ص 79.

³ - كريمة بوفلاحة : مرجع نفسه، ص 79.

⁴ - علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 153.

الإلكتروني والدردشة)، والأهم في هذه العملية التفاعلية التي تتيحها الانترنت في إتاحة الفرصة لمستخدمي الموقع لنشر مضامينهم الشخصية في شكل مدونات، وحتى أفلام الفيديو.

3-النموذج الاقتصادي : هناك اليوم نموذجان رئيسيان يحكمان اقتصاد الصحافة الإلكترونية، نموذج (مجانة المضمون) والاعتماد على الإعلان من جهة، و(نموذج المضمون بمقابل)، إذ يدفع المستخدم مقابلاً مالياً (اشترك شراء بعض المقالات).¹

3-2- منافذ نشر الصحف الإلكترونية (مواقع التواصل الاجتماعي)

سنتحدث في هذا المبحث عن الخصائص التكنولوجية الصحفية للشبكات الاجتماعية وهي (الفايسبوك وتويتر واليوتيوب)، ولا يدل هذا الاختيار على الأفضلية بقدر ما يدل على سعة الانتشار وكثرة التداول لهذه المواقع:

3-2-1- الفيس بوك (facebook) :

يعد موقع الفيس بوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيسبوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير، واتخذ الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة والفاشلة.²

وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وتديره شركة "فيس بوك" شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم

¹ - ياس خضير البياتي، مرجع سابق، ص 187.

² - سلطان مسفر الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المدينة المنورة-المملكة العربية السعودية، 1432هـ، ص12.

وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم¹.

وقد قام مارك زوكربيرغ بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد. كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر. يضم الموقع حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم. وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران. كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى².

¹ - ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83

² - نفس الموقع السابق.

- خصائص ومميزات الفيسبوك

يتميز الفيسبوك بتقديم خدمات كثيرة ومتعددة جعلت منه الموقع الاجتماعي الأول في العلم بدون منازع وبرزت الخصائص التي يقدمها¹:

1. خاصية الصور: Photos

وهذه الخاصية تتيح للمستخدم إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به ، كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضامين لديه.

2. خاصية التحميل: Vidéo

وهذه الخاصية توفر للمستخدم إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها علي هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة).

3. خاصية الحلقات: Groups

وهي تمكن المشتركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

4. خاصية الأحداث الهامة

وهذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء

5. خاصية الإعلان: Market place

وتلك تمكن من الإعلان عن أي منتج تود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج ترغب في شراؤه².
بالإضافة إلى هذه الخصائص يضيف الدكتور ياس البياتي ميزات أخرى الفيسبوك على غرار:¹

¹ - طارق الحربي: ما هو الفيسبوك مميزاته عيوبه وأهميته التعليمية، مدونة محمد احمد مطهر آل المطهر، اكتوبر 2012، متاح على الرابط: http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post_7858.html.

2 - طارق الحربي: ما هو الفيسبوك مميزاته عيوبه وأهميته التعليمية، مرجع سابق ، متاح على الرابط: http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post_7858.html.

1. خاصية لوحة الحائط wall: هي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم حيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
2. خاصية غمزة (نكرة) pokes: تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم البعض.
3. خاصية الحالة status: تتيح إمكانية لبلاغ الأصدقاء بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في حينها.
4. التعليقات أو notes: هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين فم جلب أو ربط المدونات.

- عيوب وسلبات موقع الفاييبوك face book

وعند التدقيق في المعلومات حول هذا الموقع يمكن استنتاج بعض العيوب المتوقعة: بعض التحذيرات لتجنب المضار المتوقعة²:

1. عدم وضوح آلية تمويل موقع الفاييبوك يثير الكثير من الشكوك حول الأهداف الحقيقية التي وجد من أجلها، إذ يرى الكثير من المحللين أن الموقع يوفر إمكانية كبيرة للتجسس على مستخدميه وبناء قاعدة بيانات هائلة ومليئة بالتفاصيل عن ميول مستخدمي الموقع ومعتقداتهم، كما يمكن التنبؤ بما يرغبون فيه وما يكرهونه وغير ذلك كثير.
2. يجب أن يدرك القارئ أن الخصوصية الشخصية ستكون معدومة عند استخدام موقع الفاييبوك، إذ بمجرد موافقتك على شروط استخدام الموقع -وهو متطلب إجباري لقبول الاشتراك- فإنك تعطي الحق لموقع الفاييبوك أن يطلع على معلوماتك الشخصية ومشاركاتك

1 - ياس خضير البياتي ، مرجع سابق ، ص 392/392.

2- مؤيد الذيب: الفاييبوك ابتكار لا يخلوا من مضار، موقع الجزيرة.نت، ماي 2005، متاح على الرابط:

<http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2010/5/27/>

في أي وقت ووفق الآلية التي يراها مناسبة، فعلى سبيل المثال يستطيع الموقع أن يقوم بإجراء تحليل معين وتحديد فئة من المشتركين المتفقيين على موضوع معين قد يكون رغبة في سلعة تجارية، أو موقفا سياسيا معيناً، ومن ثم يقوم الموقع بإرسال معلومات هذه الفئة من المشتركين للجهة المهتمة التي قد تكون شركة تجارية أو هيئة أمنية.

3. لا توجد في موقع الفاييسبوك أي آلية للتأكد من شخصية المشتركين، وهذه الثغرة تتيح المجال لأي شخص أن ينتحل الشخصية التي يريد، فلا يوجد ما يمنع من أن ينتحل شخص في عقده الخامس مثلاً شخصية طفل عمرة ثلاثة عشر عاماً ثم يقوم بالتواصل مع أطفال آخرين بهدف التحرش بهم جنسياً أو استغلالهم بمختلف الطرق، وكثيرة هي الحوادث المشابهة التي حصلت بالفعل والتي لا مجال لذكرها هنا. ولنفس الثغرة نجد الكثير من الأطفال دون سن الثالثة عشرة الذين يتعمدون تكبير أعمارهم للاشتراك بموقع الفاييسبوك ومن ثم يطلعون على الكثير من المواد غير المناسبة لسنهم، وهؤلاء يكونون فريسة سهلة للاستغلال والتشويه الفكري من قبل الكثيرين.

4. أدرك الكثير من مزودي خدمات الإنترنت ضرورة توفير أدوات رقابة تتيح تصنيف المواد المتوفرة من خلال خدماتهم إلى ضار وغير ضار ومن ثم تحديد ولوج الأشخاص إلى المواد غير الضارة فقط. مثل هذه الأدوات تتوفر في الكثير من محركات البحث، لكنها لا تتوفر في موقع الفاييسبوك.¹

3-2-2- Twitter

هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.

¹ - مؤيد الذيب: الفاييسبوك ابتكار لا يخلو من مضار، مرجع سابق، متاح على الرابط:

<http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2010/5/27>

وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و TwitBird و Twitterrific و Twhirl و twitterfox ، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم. ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة¹.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter بدءاً من ديسمبر 2009 فإن جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك جوجل لمداخلات المستخدمين الجديدة في تويتر².

- مميزات وخصائص تويتر twitter

يتميز تويتر بمجموعة من الخصائص والسمات تميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي نختصرها في النقاط التالية³:

¹ - من موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

² - نفس المرجع السابق.

³ - على خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص 76/75.

1. يسمح بعدد محدود من المداخلات والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، وبالتالي فالموقع يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة تركيز على طريقة خبير الكلام ما قل ودل.
2. السرعة في نشر الخبر على الانترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت حتى لو لم يكونوا مشتركين في موقع تويتر قراءة ما كتب والاستفادة منه.
3. يتيح إمكانية التواصل بين المستخدمين عن طريق رسائل sms بواسطة يمكن استقبال آخر أخبار أصدفائك أينما كنت وفي أي وقت.
4. متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وخلصات RSS دون الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدا.
5. يمكن لتويتر نظراً لميزة السرعة الفائقة التي يتمتع بها دوراً كبيراً في التسويق وترويج المنتجات، خاصة في الدول الصناعية.

- عيوب وسلبيات موقع تويتر Twitter

بالرغم من سرعة انتشاره واستخدامه فإنه يعاب على تويتر النقاط التالية¹:

1. من عيوب تويتر وجود إعلانات مزعجة تظهر على صفحة المستخدم
2. هناك شكاوي من كثير من مستخدمي تويتر بسبب تغيير صورة صفحتهم الشخصية من قبل الموقع إلى صورة البيضة وهي الصورة التي تعطى للمستخدمين الجدد أو أي مستخدم لم يرفع صورته الشخصية.
3. تويتر ليس مثالي للمحتوى المرئي، فالتويتر أساسه في الغالب نصي.

¹ - مصطفى فتحي: مراجعة عن تويتر (إيجابيات وسلبيات تويتر)، موقع تسعة، جانفي 2014، متاح على الرابط: <http://www.ts3a.com B1-twitter>.

4. كما ذكرنا سابقا فان كل تغريده تقتصر على 140 حرفا. إذا كان لديك صعوبة في تلخيص أفكارك فتويتر سوف يشكل تحديا لك.

كما ولخص الدكتور على شقرة سلبيات تويتر بما يلي¹:

1. إن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلى بمساحة محدودة لا يمكن إن يكون مجالا لبناء علاقات اجتماعية وإنشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفيسبوك.
2. قد تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء، حتى الشخصية منها، والتي قد لا تفيد المتابع لها أو لا تعنيه.

3-2-3- يوتيوب Youtube

هو موقع يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً وشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل والتعليق عليها.

أسسه في 14 فبراير سنة 2005م ثلاث موظفين سابقين من شركة باي بال همتشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، سان ماتيو، كاليفورنيا، ويستخدم تقنية الأديوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. وهو حالياً مزود بـ 67 موظف. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0.²

¹ - على شقرة: مرجع سبق ذكره، ص77/76.

² - من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

- خصائص وميزات اليوتيوب youtube

يتميز اليوتيوب بمجموعة من الخصائص نذكر منها¹:

1. يستطيع المستخدمون من خلاله تحميل وتبادل مواقع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
2. العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة.
3. دمج مقاطع الفيديو الخاصة اليوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي بي أي، وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة.
4. يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش، والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بالمواقع الأخرى.
5. تصنف مقاطع الفيديو إلى مقاطع مختلفة من الكوميديا وافن والسياسة والرياضة والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.
6. شعبية اليوتيوب أدت إلى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى ومنبرا للإعلانات الترويجية، إذ يؤسس الموقع لمفهوم إعلامي جديد وهو ما يطلق عليه بالترويج المتقاطع.
7. وخصائص، ويوتيوب على عدد هائل من مشاركات الفيديو للمستخدمين تجعل منه المرجع الرئيسي لمقاطع الفيديو مهم كان شكلها.²

¹ - عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد (المفهوم الوسائل والتطبيقات)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الاردن ، الطبعة الأولى 2008، ص216/217.

² - عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، 2016-2017

3-2- خصائص جمهور قراءة الصحافة الإلكترونية :

مما لا شك فيه أنه بظهور أي وسيلة إعلامية جديدة فذلك سيغير حتما في علاقة الجمهور بالوسيلة وحتى في خصائصه، فجمهور الصحف المطبوعة مختلف عن جمهور الإذاعة وحتى التلفزيون، كما أن جمهور الانترنت له ما يميزه من عادات وخصائص ، ومن هنا فحتى جمهور الصحافة الإلكترونية مختلف عن جماهير وسائل أخرى، ومن أهم خصائصه نذكر¹:

-المجهولية :

عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بذواتهم لدى القائم بالاتصال، حيث أن التغيير الذي أحدثته الانترنت على وسائل الاتصال الرقمية، جعل من الجمهور غير معروف ويمتاز بخاصية التشتت، حيث بإمكان أي فرد في أي مكان من العالم الاطلاع على أي موقع خاص بدولة أخرى وبهيئة أخرى، فمثلما ألغت الانترنت الحدود الجغرافية والمكانية في عملية الاتصال، فالجمهور لم يعد محدودا بالمكان، وبالرغم من توفر تقنيات لقياس هذا الجمهور إلا أنه يبقى مجهولا في خصائصه وتركيبته، معروفا بعدده¹ .

-اختفاء الحدود بينه وبين المرسل :

لقد ألغى الإعلام الإلكتروني كل الحواجز بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، لدرجة أصبح حتى الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك " ظاهرة المواطن الصحفي¹ ". حيث تعددت المصطلحات لوصف عملية تحول الجمهور من فعل التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد، منها "المواطن الصحفي" و "إعلام النحن" و "إعلام الجماهير" و "الإعلام الاجتماعي" و "إعلام المواطن".

¹ - الهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 85- 86

تعتبر هذه المصطلحات على اختلافها عن نفس الظاهرة والتي مثلت تغيرا هاما في الإعلام الإلكتروني الغربي، من خلال تولي الجمهور مهمة القائم بالاتصال بعدما كان هو المتلقي، لدرجة ساد الخوف من تهديد ذلك لمهنة الصحفي¹.

- الحرية الكاملة :

يتمتع قارئ الصحافة الإلكترونية بالحرية المطلقة، مع تخطي الحدود الإقليمية والدولية، وحدود القانون والرقابة، على خلاف الصحافة الورقية التي تخضع لرقابة الناشر وفقا لسياسة وتوجهات الجريدة .

حيث أضعفت الانترنت بيروقراطية الدولة لصالح رجال السياسة وهيئات المجتمع المدني، من خلال القضاء على احتكار المعلومات، فظهور الإعلام الإلكتروني كان بداية عهد جديد لتحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات، أو صيغها بصيغة خاصة تخدم الجهة المالكة، وهذا التحرر مزدوج، يشمل حرية الإرسال من خلال تحكم المرسل في رسالته الإعلامية، أين أصبح بإمكانه تقديمها دون وسيط أو تدخل الهيئات الإعلامية، كما يشمل هذا التحرر حرية الاستقبال . بحيث أن الجمهور أصبح بإمكانه قراءة ما يريد والحصول على المعلومات التي يريد وانتقائها بكيفية توافق ميولاته واهتماماته.

في هذا السياق يرى الصادق حمامي بأن الإعلام منذ ظهور الصحافة اشتغل وفق نموذج خاص يمكن وصفه بالنخبوي والسلطوي، إذ شكل الفصل بين مجالي البث والتلقي المنطق المؤسس لوسائل الإعلام الكلاسيكية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف) فالنخب السياسية (رجال السياسة، الأحزاب، جمعيات المجتمع المدني،

الأكاديميون) والإعلامية) الصحفيون (هم من كانوا يحتكرون وسائل الإعلام ووسائل إنتاج الخطابات العامة وبالتالي وسائل المشاركة في الفضاء العمومي والنفوذ إليه .

¹ - الهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين، مرجع سبق ذكره، ص 85-86.

ولكن اليوم مع تكسير القيود والحواحز بظهور وسائل إعلام جديدة من ميزتها عدم الخضوع لاحتكار الدولة أو الممولين، لتتغير معادلة النظر للجمهور من منطلق سلبي، حيث خلقت الانترنت نموذجا جديدا للاتصال ذو اتجاهات متعددة والذي كرسته الصحافة الإلكترونية كواحدة من الأنواع الإعلامية الجديدة .

-إمكانية اتصال الجمهور مع بعضه :

بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية لأفراد الجمهور الاتصال فيما بينهم والتفاعل، وهذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات ومنتديات النقاش والقوائم البريدية، بحث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه ومناقشته مع عدة أشخاص في نفس الوقت بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الإلكتروني¹.

-ومن الخصائص التي تميز جمهور الصحف الإلكترونية، هو أنه جمهور شبابي، حيث تشير أغلب الدراسات المنجزة إلى أن قراء الصحف الإلكترونية في الغالب هم من فئة الشباب، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وإن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم . وكل هذا لأنها متوفرة طوال اليوم ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد كان مهما تباعد مواقعهم لاحتواء الشبكة على العنكبوتية على 5 آلاف صحيفة الكترونية تشمل بلدان العالم المختلفة.²

مما أصبحت وسائل الاعلام تنظر إلى الرأي العام اليوم على انه رأي ايجابي ونشط وهذا يعني أن جمهور وسائل الاعلام ليس جمهورا سلبيا، ولكنه يوفر من خلال الدور الذي يقوم به مفهوم الحركة بين عناصرها المختلفة فنجده يقبل أو يرفض، يهتم بمستويات معينة أولا يهتم، تتعدى استخداماته وعادات الاستخدام وغيرها من أنماط السلوك الاتصالي. فان دخول الحاسوب إلى عالم

¹ -الهام بوثلجي ، مرجع نفسه ، ص 86-87 .

² - الهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين ،مرجع سبق ذكره، ص 87-88.

الاتصال هو تحول العملية الاتصالية إلى حالة تبادلية بين المرسل والمستقبل ، بمعنى أن الاتصال هنا سيكون ذا اتجاهين حيث تزداد درجة التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يفسر أو يطلب المزيد من المعلومات حول وحدة إعلامية معينة، بل سيصل الأمر إلى تحول المستقبل العادي في حالة الاتصال التقليدي إلى منتج للمادة الإعلامية .بمعناه ستكون لديه القدرة على إنتاج مادة اتصالية يمثل فيها دور المرسل حتى ولو كان فردا عاديا من أفراد الرأي العام دون أن ينتمي إلى الممارسين المنتمين للعمل الإعلامي.

وفيما يتعلق ب عادات القراءة الإلكترونية عند القراء فتتواجد عادات قرائية مختلفة للصحف الإلكترونية حيث تقرأ الصحف الإلكترونية أثناء النهار أو المساء في العمل أو المدرسة ، كما أن أكثر قراءة للصحف الإلكترونية كانت تجري في تتابع قصير ، وهذا يشير إلى أن القراء كانوا يستعرضون سريعا الصحيفة الإلكترونية ويأخذون نظرة قصيرة على الصحيفة كلما تسنى لهم ذلك.

ومن الطبيعي إن تختلف عادات القراءة ومطالعة الأخبار في الانترنت عنها في الصحف المطبوعة ، فيجب أن يكون للقراء الخبرة الضرورية لاستخدام الحاسوب والانترنت والدخول إلى مواقع الصحف وتصفحها ، كما يجب أن يعرفوا المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية سهلة الوصول وسهلة التحول أو الإبحار فيها. غير أنها لانبث كاملة إلا للمشاركين لكن معظم الصحف يتم بث جميع صفحاتها مجانا ولا يستبعد الاستمرار في النشر المجاني بصورة تجريبية حتى يتم التأكد من وجود جمهورا كاف من قراء الطبعة الإلكترونية مستعدا للدفع و لايتوقع حدوث ذلك قبل حل مشكلة القراءة الآلية للحروف العربية ويحتاج قارئ الصحيفة الإلكترونية العربية إلى برامج مثل (نيتسكيب Netscape) الخاص بالتعامل مع صفحات الشبكة و (أكروبات Akrobat) الذي يتيح الصفحات العربية ، لكن المواد الصحفية ليست معطيات إلكترونية يمكن خزنها ومعالجتها ،

بل هي وثائق صورية على غرار رسائل الفاكس، وكما يمكن من بعض الصحف العربية تقليب صفحاتها بسهولة وفهرسة موادها وإجراء عمليات التكبير أو التصغير أو الطبع أو الحفظ كوثائق صورية وفي بعضها تتوفر أيضا على المواد السياسية والاقتصادية على شكل مقالات وتقارير منفصلة.¹

3-3- الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية:

1- خدمات البحث وتحميل الملفات :

✓ خدمة البحث

حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها ، أو داخل شبكة الويب ، وبعض الصحف تتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة (ستة أشهر مثلا) أو اقل أو أكثر) والبعض يقدم رؤوس موضوعات وللحصول على تفاصيل يجب تقديم رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع.

✓ خدمة البحث في الأرشيف Archives

وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتفاوت خدمات الأرشيف الإلكتروني التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها ، أو من حيث التكلفة المادية التي يريد المتصفح الوصول إليها.

✓ خدمة مشاركة الآخرين بالخبر

ويمكن من خلال برمجية الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد إيئيله أو المراسلة المباشر وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين.²

¹ - الهام بوثلجي، مرجع نفسه ، ص 88 - 90 .

² - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ، ص 41 - 42

2- خدمات البث و النشر :

✓ البث التلفزيوني :

وتلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام الجمهور بمتابعة البث الحي على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

✓ إعادة نشر ملف الصحيفة كملف PDF أو فلاش :

وتشير معظم المواقع الإلكترونية التابعة لصحف ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف PDF يمكن تحميله وتصفحه على الانترنت أو جهاز كمبيوتر ، ومنها أيضا من توفر فلاش لعرض الصحيفة وتصفحها على الموقع نفسه.

✓ خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية

هذه الخدمة كذلك تقدمها الصحافة الإلكترونية للورقية ، بحيث تزود المستخدم بكيفية اشتراكه في الصحيفة الورقية بطريقة سهلة مع تسديد الرسوم باستخدام بطاقة الائتمان.

✓ تقنية النشر المتزامن البسيط: RSS

إذ تعد خدمة RSS وسيلة سهلت تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الانترنت بدلا أن يفتح صفحات الواقع ذاتها للبحث فيها من موضوعات جديدة . وقد تحتوي الوثيقة على التغذية Feed في صورة أما ملخص للموضوع أو الموضوع كاملا ، وقد يحصل المستخدم على الفقرة الأولى من الموضوع لدفع المستخدم إلى العودة إلى الموقع مرة أخرى لقراءة باقي المقال، وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على أعداد المستخدمين ، وبالتالي فالميزة الأساسية لـ RSS هي إمكانية متابعة العديد من المواقع في مكان واحد.

✓ خدمة البودكاست :

هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعددة (صوت/فيديو) يمكن للقارئ من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج الذي اختاره، إضافة إلى ذلك يمكنه من خلال هذه التقنية تحميل ملفات على جهازه المحمول أو الحاسب الشخصي ثم مشاهدتها وسماعها على جهازه المتوفر.

✓ النسخة الخفيفة :

وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، دون الدخول في تفاصيل الموقع.¹

3- خدمات القراءة :

تتيح للمستخدم قراءة عدد اليوم أو أمس من النسخة المطبوعة، وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة وإمكانية المستخدم في مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الإلكترونية.²

واعتماده أيضاً على خدمة الجارديان G24 أو الأوبزوفر في الحصول على أخبار ومواد سابقة أو متجددة مجاناً كل 15 دقيقة وطباعتها PDF انطلاقاً من الأسلوب التحريري المعتمد في صياغة الأخبار و التقارير. وكما تستعرض تقنية Most Read لقارئ اليوم أكثر المقالات والأخبار التي قرأها الجمهور يوم أمس في النسخة الإلكترونية.³

4- خدمات التواصل : وتتضمن مايلي :

✓ القوائم البريدية

وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والاقتصادية والعلمية المختارة مما ينشر يومياً في الأقسام المختلفة للصحيفة ، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني، لتمكينهم في زحمة الأعمال والواجبات من متابعة ما يستجد

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ، ص 41 - 40

² - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103

³ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ، ص 44

من أعمال وتطورات وتيسر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات. وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ، فالصحف الصغيرة يقتصر أمرها في إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الكترونية إلى المحررين ، أما الصحف الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد الكتروني شخصي على الموقع ، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا على بريد المستخدم، وتهدف وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني في مواقع أخرى.

✓ خدمة مجموعات الحوار

وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها ، وتنقسم إلى :

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفق الأقسام الرئيسية للصحيفة.¹

✓ المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي

مما تتيح للزائر المجال للتعبير عن رأيه، وللموقع من حيث يمكنه قياس رأي زائريه في الأحداث و القضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها، ونتيجة التصويت دائما تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة دونما الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة.

✓ التعليق على الأخبار

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 104

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة وإرسال رسائل الكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحا أو تصحيحا لما نشر. وتباين مسميات هذه الخدمة في المواقع مثلا ،Send us feedback، feedback. وخدمة التصحيح correction وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الورقية التي لا تسمح بطبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر وهو ما تعاني منه وسائل الاعلام التقليدية من وجود رجوع صدى غير مباشر ومتأخر.

✓ الحوار مع الشخصيات المختلفة:

ويمكن أن يكون الحوار مرثيا أو مكتوبا، عبر موقع الصحيفة الإلكترونية يتفاعل فيه الزوار مع الشخصية بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة.¹

5- خدمات المساعدة والتوجيه :

✓ خريطة الموقع site map

تسهر هذه الخدمة على تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم — خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات.

✓ المساعدة

ويمكن أن نطلق عليها بتسمية مركز المساعدة وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حل بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التصفح، وقد تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفر لها الموقع الإجابات النموذجية.

✓ الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق ، ص 38-39

وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.¹

✓ خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا FAQ

.وهذه الخدمة تجيب عن أسئلة المستخدمين وتكون عن المشكلات والصعوبات التي يواجهها القارئ.

✓ خدمة الربط بالمواقع الأخرى Related sites

يوفر للمستخدم مواقع أخرى قد تكون مهمة له وهذه المواقع تكون تابعة للصحيفة أو لها اتفاق معها.

✓ خدمة الإعلانات المبوبة :

وتوفر هذه الخدمة إعلانات السيارات والوظائف إعلانات العقارات والتسوق²

✓ QR BarCode (وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية)

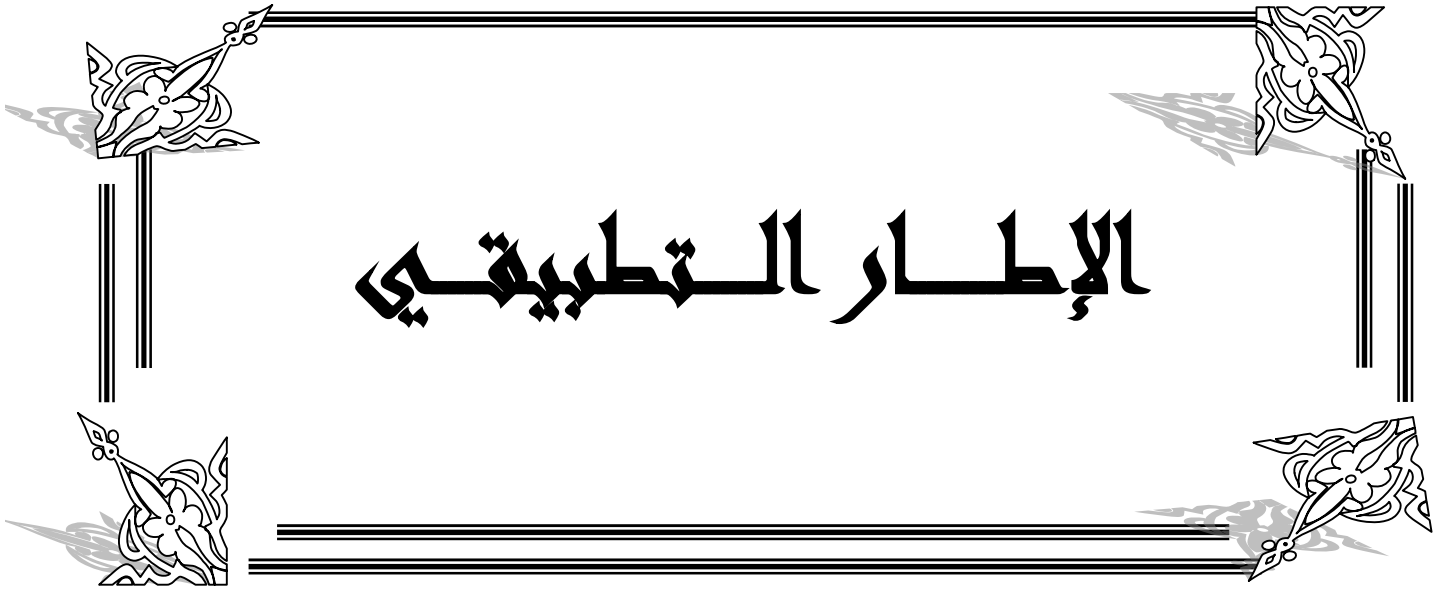
تسهل هذه التقنية عملية إعادة فتح الرابط مباشرة عبر الهاتف المحمول من شاشة الحاسوب بواسطة برامج فك التشفير التي يزود بها الهاتف.³

¹ - علي عبد الفتاح كنعان ، مرجع نفسه، ص 42-43

² - بشاش أمينة ، بوغلام سارة ، مرجع سابق ، ص 97

³ -رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 104 - 105

الإطار التطبيقي



الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

- 1- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بمطالعة الصحف الالكترونية
- 2- عادات وأنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال
- 3- دوافع ومبررات مطالعة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الالكترونية
- 4- تغير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال
- 5- عرض النتائج العامة للدراسة

تمهيد

إن غرض البحث العلمي في الدراسات والبحوث الأكاديمية هو تأصيل الظاهرة من محتواها لأجل السعي وراء إيجاد حل للمشكلة المطروحة للدراسة من خلال وضع مجموعة من التخمينات والتساؤلات يحاول الباحث من خلالها الوصول إلى إجابات دقيقة على مجتمع قابل للدراسة والتجزئ، بالاعتماد على معلومات نظرية التي تتعلق بموضوع الدراسة استنادا على أدوات علمية وخاصة بنوع الدراسة مثل الاستمارة والمقابلة وحتى تحليل المحتوى وغيرها من الأدوات المعتمدة في الدراسات الميدانية التي تنطلق من تساؤلات وحتى فرضيات بالاعتماد على أسلوب العينة ، مع استغلال المعلومات المتحصل عليها من خلال أداة الدراسة وتحليلها وتفسيرها وترجمتها إلى جداول إحصائية يمكن الباحثين للوصول إلى نتائج تعميمية حول مشكلة الدراسة .

وعلى ضوء هذا التمهيد الموجز سنحاول في الجانب التطبيقي للدراسة والذي يمثل الجانب العملي الذي نعرض فيه نتائج وبيانات الدراسة التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية عن أنماط القراءة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال طور ليسانس/ماستر بجامعة محمد بوضياف المسيلة ومدى مساهمة الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية في تغيير هذه الأنماط والعادات المكتسبة لدى فئات الطلبة ، وحيث احتوت أداة جمع البيانات المعتمدة في هذه الدراسة أنا وهي استمارة الاستبيان على خمس محاور مندرجة ضمن سبعة أسئلة تتعلق ببيانات مجتمع البحث والدراسة و ثلاثة وأربعين سؤالاً مقسمة على المحاور الأخرى التي تتعلق بموضوع الدراسة ، فيما قمنا بتدوين البيانات وتصنيفها وعرضها في شكل جداول بسيطة ومركبة يتناسب تحليلها ونتائج المبتغاة الجيب عنها في إشكالية وتساؤلات الدراسة وصولاً إلى نتائج الدراسة العامة.

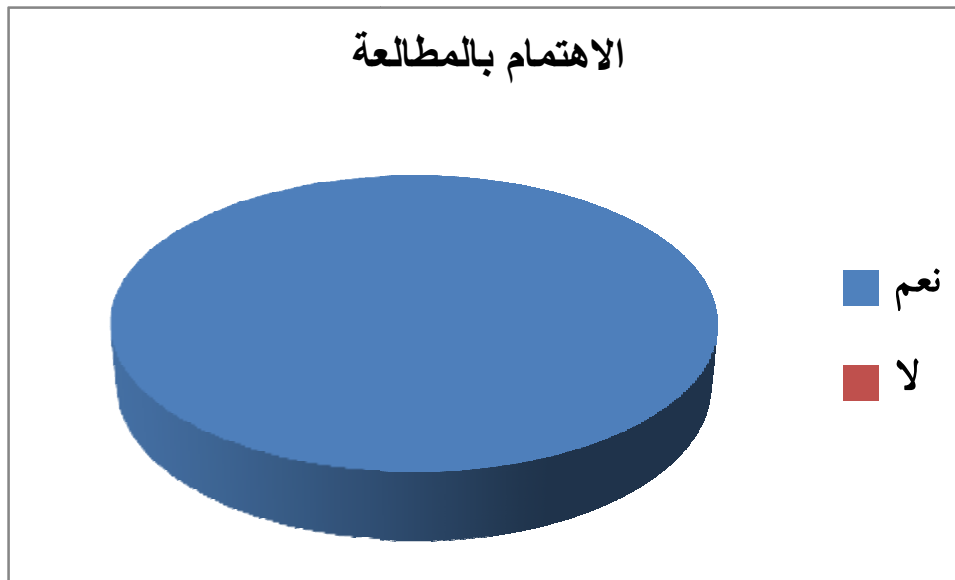
1. اهتمام طلبة علوم الإعلام والاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية

1-1- إقبال طلبة علوم الإعلام والاتصال على مطالعة الصحف الإلكترونية

• التحليل الكمي لإقبال طلبة علوم الإعلام والاتصال على مطالعة الصحف الإلكترونية.

جدول رقم 08 : يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب اهتمامات القراء بالصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع اهتمامات القراء
100%	60	نعم
00%	00	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 08 يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال حسب اهتمامات القراء بالصحف الإلكترونية .

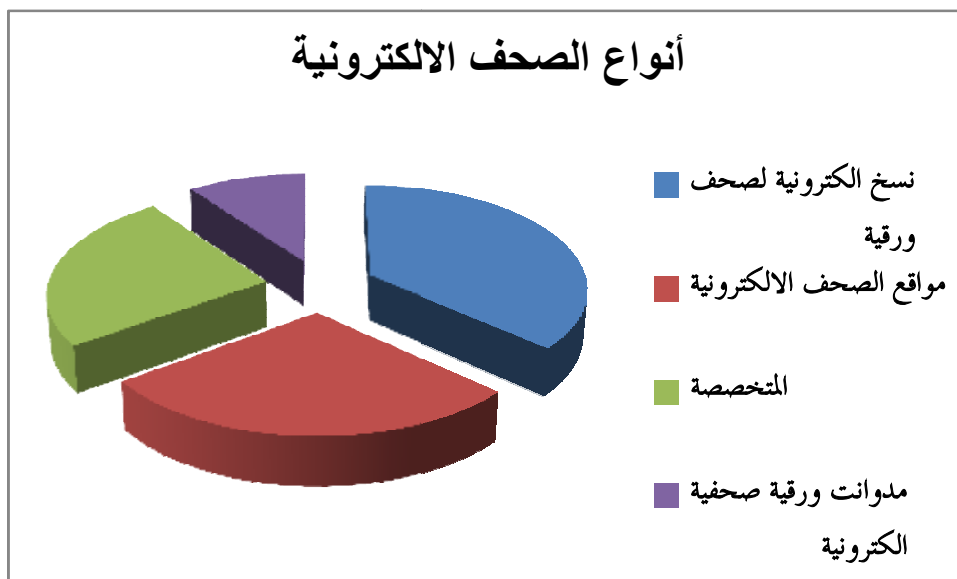
أردنا من وراء إدراج هذا السؤال في استمارة الاستبيان من أجل التأكد من صدق الباحثين في إجاباتهم ، مما كانت إجابات أفراد العينة صادقة على العموم إلا في حالات استثنائية بتصادف الباحثين مع أسئلة يتردد في إعطاء إجابات مستقلة أو غير مقنعة من قبله ، لكن على العموم فقد كان مجتمع البحث المعرف بطلبة علوم الإعلام و الاتصال قابل للدراسة على موضوع البحث كعينة مقصودة ، بعد أن كانت الأغلبية وعامة أفراد العينة لديهم اهتمام الشاغل بمطالعة الصحف الإلكترونية والتفاعل معها بنسبة 100% .

وهذا الاهتمام راجع إلى أن موضوع الدراسة المتعلق بالصحافة الإلكترونية يندرج ضمن تخصص جمهور الطلبة في قسم علوم الإعلام ، وفي قسم الصحافة استوجب الأمر من طالب الإعلام والاتصال أن يطلع عليها سواء لتنمية رصيده الثقافي و المعرفي في قراءة المواضيع و الأخبار أو قصد انتساب خبرة إعلامية عن الصحف الإلكترونية وكيفية التعامل مع جمهورها ، إضافة إلى ما تقدمه من ميزات في فحوى الاستخدام و التفاعلية.

1-2- أنواع الصحف الإلكترونية التي يطالعها طلبة علوم الإعلام و الاتصال.

• التحليل الكمي لأنواع الصحف الإلكترونية التي يطالعها طلبة علوم الإعلام و الاتصال
جدول رقم 09: . يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب أنواع الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	الترتيب	التوزيع
		أنواع الصحف الإلكترونية
36.66%	(22)	نسخ الكترونية للصحف
28.33%	(17)	مواقع الصحف الإلكترونية
25%	(15)	المتخصصة
10%	(6)	ورقية مدونات صحفية الكترونية
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 09 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال حسب أنواع الصحف الإلكترونية

جدول رقم 10 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال حسب أنواع الصحف الإلكترونية مع متغير الجنس.

أنواع الصحف	نسخ الصحيفة الإلكترونية		مواقع صحفية		المتخصصة		مدونات ورقية صحفية		المجموع		متغير الجنس
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
ذكر	08	13.33%	09	15%	06	10%	03	5%	26	43.33%	
أنثى	14	23.33%	08	13.33%	09	15%	05	8.33%	36	63.33%	
المجموع	22	36.66%	15	25%	17	28.33%	08	13.33%	60	100%	

• التحليل الكيفي لأنواع الصحف الإلكترونية التي يطالعها طلبة علوم الاعلام و الاتصال

1- تحليل الجدول رقم 09

نلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها كما يوضحه الجدول بأن النسخ الإلكترونية للصحف التي لها نظير ورقي جاءت في الترتيب الأول والتي لاقى اهتمام كبير من قبل جمهور الطلبة وتفضيل الاطلاع عليها بشكل كبير على غرار الأنواع الأخرى بنسبة %36.66 ، فيما سجلت مواقع الصحف الإلكترونية الأصل نسبة تفاعل أقل من النوع الصحفي الأول بنسبة %28.33 في الترتيب الثاني حسب اهتمام وتفضيل جمهور الطلبة ، أما الصحف المتخصصة انحدرت في الترتيب الثالث بنسبة %25 حسب اهتمامات الطلبة في الاطلاع ، ففي الترتيب الأخير نجد أن المدونات الإلكترونية ورقية الأصل تسجل نسبة ضئيلة في المشاركة من قبل جمهور الطلبة بنسبة %10.

وحسب ما جاء في التصنيف الإحصائي لأنواع الصحف الإلكترونية الذي تم قياسه لما يفضله أفراد العينة ، راجع إلى أن جمهور الطلبة لديهم اهتمام كبير وشاسع بالنسخ الورقية ، ويتبين من خلال ذلك بأن الصحافة المطبوعة مازالت تظهر بوجهها الإعلامي الحقيقي الفعال في الساحة الإعلامية والتي لها صدى كبير من قبل القراء— ، بعد أن أصبح لدى القارئ ذوق متميز في مطالعة النسخ الإلكترونية التي لها مطبوع ورقي . وما توصلنا إليه من خلال ترتيب الطلبة لاهتماماتهم المدرجة في الجدول بشكل سطحي تبين لنا أن القراء لديهم اختلافات في الاهتمام كاختيار القارئ للنوع الصحفي الذي يريد أن يطلع فيه على المحتويات ، فيما نجد معظم الباحثين يقرؤون النسخ الإلكترونية تفضيلا لمطبوعها الورقي. أما المواقع الصحفية الإلكترونية فهي لا تشكل نسبة معتبرة من التفاعلية كزن الصحافة الجزائرية لا تحتوي على صحف الكترونية الأصل ، وإذ وجدت قد لا تسجل نسبة تفاعلية أكبر من قبل القراء نظرا لعدم انتشارها القوي في الساحة

الإعلامية ، ومادام أنها كذلك إلا أن فئة الطلبة القراء لا يتواصلون معها بشكل أكبر إلا إذا خلفت انطبعا في مضامينها الإعلامية مشاركة كبيرة داخل مواقع التواصل الاجتماعي. فيما لم تسجل الصحف المتخصصة نسبة مشاركة أكبر من قبل جمهور الطلبة التي تعمل على نشر مضامين و محتويات محصورة ضمن طابع واحد في حين أن القراء يفضلون تنوعا في المضامين لتكم لديه معارف مختلفة ومعلومات في شتى الميادين بدلا من جانب متخصص واحد ، أين سيمثل القارئ أكيد من هذه الأنواع في طريقة عرضها للمواضيع و الأخبار التي تجعله يتجاهل مطالعة أشكال أخرى من المضامين التي تعتبر من أولوياته.

أما الصنف الأخير وهو المدونات الإلكترونية ورقية الأصل فهي بعيدة كل البعد عن اهتمامات الطلبة فهي لا تسجل نسبة مفاضلة أكبر من قبل طلبة علوم الاعلام نظرا لغيابها المحبط في الساحة الإعلامية وخاصة الجزائرية ، وحتى وان كانت تمارس إعلاما الكترونيا في مواقع أخرى من بينها شبكات التواصل الاجتماعي سواء من صحفيين محترفين أو هواة اعتمادا على ما ينشرونه في صحافة المواطن بأن جمهور الطلبة هنا لا يتفاعل مع هذه الأنواع مادام أنه تعود على تصفح المحتويات الإعلامية بشكل فوري وتفاعلية أكثر في الصحف الإلكترونية اعتمادا على ما تتيحه له من خدمات تفاعلية ذات جودة (الوسائط المتعددة / النص الفائق) واحترافية عالية .

2- تحليل الجدول رقم 10

يوضح الجدول رقم (10) توزيع مجتمع البحث طبقا لأنواع الصحف الجزائرية المفضلة لديهم (جمهور الطلبة) حسب متغير الجنس ، وبالتالي أردنا أن نعرف أي من الصحف الجزائرية الأكثر استخداما من قبل فئتي الذكور و الإناث بالرغم أن عينة الإناث أكثر من الذكور حسب ما توصلنا إليه من بداية الدراسة.

حيث نلاحظ أن نسبة 23.33% تمثل النسبة الأكبر لفئة الإناث التي تفضل الاطلاع على المحتويات في شكل مواقع الكترونية لنسخ ورقية ، فيما تمثل نسبة % 15 فئة الإناث اللواتي يطلعن

على المواقع المتخصصة والتي شهدت نسبة مقبولة في الاطلاع على هذه الصحف التي تخص شؤون حياة المرأة في مختلف الجوانب، ثم تليها المواقع الصحفية والتي سجلت نسبة اطلاع عند الإناث بنسبة 13.33% ، أما المدونات الورقية الصحفية فقد كانت تحت نسبة اطلاع مقدرة ب 8.33% .

أما فيما يخص عينة الذكور فالاهتمام الأكبر لديهم من بين هذه الأنواع هي النسخ الإلكترونية كما شاهدناها سابقا لدى فئة الإناث ، حيث سجلت نسبة 13.33% من نسبة الاطلاع حسب ما يوضحه الجدول ، تليها فئة الذكور التي تطالع المحتويات الإلكترونية على المواقع الصحفية ورقية الأصل بنسبة 15% ، ثم تليها فئة الذكور التي تفضل الاطلاع على المتخصصة بنسبة 10%، وآخر الاهتمامات كانت لصالح فئة الذكور التي تتصفح محتوياتها الإلكترونية على المدونات الورقية الإلكترونية.

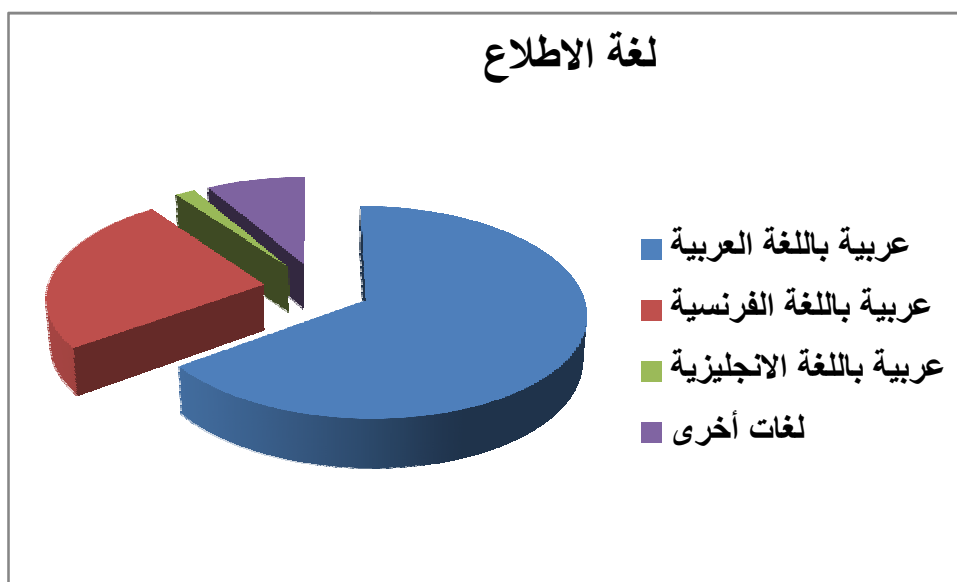
ومن هنا يمكن الاستنتاج أن لكلا الجنسين تفاوت نسبي في الاهتمام و التفضيل حسب ما توصلت إليه النتائج ، حيث نرى بأن فئة الإناث لديها اهتمام أكبر بالمطالعة على المضامين في النسخ الإلكترونية أكثر من فئة الذكور ، ونسجل أيضا بأن فئة الذكور لديها نسبة تفضيل للمواقع الصحفية الإلكترونية الأصل أكثر من فئة الإناث ، كما توصلنا أيضا حسب النتائج أن الإناث يفضلن التصفح والتفاعل مع الصحف المتخصصة أكبر بكثير من الذكور وهذا راجع إلى أن طالبات علوم الاعلام والاتصال يملن إلى قراءة وتصفح الصحف و الدوريات النسائية المتخصصة بالشؤون النسائية والمنازل والطبخ والتجميل وكل ما يتعلق بالمرأة التي سجلت نسبة تفاعل ومشاركة أكبر . وكما نجد نسبة اطلاع متقاربة بين الذكور والإناث في قراءة المضامين على المدونات الورقية الإلكترونية بفارق 3.33% . وللتساؤل عن درجة تصفح الإناث لكل هذه الأنواع تفوق نسبة الذكور حسب ما يبينه الجدول، راجع إلى نسبة مشاركة الإناث في الدراسة أكبر من الذكور في عدد العينة.

3-1- اللغة المفضلة في الاطلاع على الصحف الإلكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال

- التحليل الكمي للغة المفضلة في الاطلاع على الصحف الإلكترونية

جدول رقم 11 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال حسب اللغة المفضلة للاطلاع

النسبة المئوية	عدد التكرارات	لغة الاطلاع
65%	39	عربية باللغة العربية
25%	15	عربية باللغة الفرنسية
1.66%	1	عربية باللغة الانجليزية
8.33%	5	لغات أخرى
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 11 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال حسب اللغة المفضلة للاطلاع

جدول رقم 12 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام و الاتصال حسب اللغة المفضلة في الاطلاع مع متغير مكان الإقامة

المجموع	لغات أخرى		عربية باللغة الانجليزية		عربية باللغة الفرنسية		عربية باللغة العربية		اللغة المستخدمة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
									مكان الإقامة	
30%	18	5%	03	1.66%	01	1.66%	01	21.66%	13	داخل المدينة
66.66%	40	3.33%	02	00%	00	21.66%	13	41.66%	25	في الضواحي
3.33%	02	00%	00	00%	00	1.66%	01	1.66%	01	خارج الوطن
100%	60	8.33%	05	1.66%	01	25%	15	65%	39	المجموع

• التحليل الكيفي للغة المفضلة للاطلاع لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال

1- التحليل الكيفي للجدول رقم 11

كما سبق و أشرنا بأن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تتيح خدماتها للجمهور بثلاث لغات وهي اللغة العربية التي تعتبر اللغة الأصلية التي يتحدث بها المجتمع الجزائري بصفة خاصة و المجتمعات العربية الأخرى بصفة عامة ، فيما يمكن الاطلاع على النسخ الفرنسية و الانجليزية للمواقع الإخبارية الرسمية ، من خلال تخصيص فريق ترجمة يسعى إلى ترجمة المضامين المنشورة باللغة العربية إلى اللغتين السابقتين ، وهذا لجذب أكبر عدد من القراء سواء داخل الوطن أو خارجه وإتاحة الفرصة لمن لا يتقنون اللغة العربية الاطلاع عليها باللغتين الأجنبيتين.

وحسب ما هو مبين في الجدول رقم 11 ، فحصة الأسد كانت للغة العربية بنسبة 65% ويمكن إرجاع ذلك كون جمهور طلبة الاعلام يمثلون النسبة الأكبر في تفضيل اطلاعهم على الصحف باللغة العربية ، كونهم يتقنون هذه اللغة باعتبارها اللغة الناطقة في الجزائر وهي اللغة التي

يتواصل بها جمهور الطلبة مع المضامين الإعلامية واستيعابها . فيما وصلت نسبة الطلبة الذين يفضلون تصفح المواقع الإخبارية الإلكترونية باللغة الفرنسية حوالي 25% كون اللغة الفرنسية هي اللغة الثانية التي يفقهها المجتمع الجزائري ولكن بشكل قليل ، هذا ما نتوصل إلى وجود فئة قليلة من طلبة الاعلام (المثقفة التي تعودت على التكلم باللغة الفرنسية منذ سنوات مضت / أو المقيمة خارج الوطن) تفضل قراءة الصحف الإلكترونية باللغة الفرنسية . أين سجلت نسبة ضئيلة جدا ب 1.66% عند فئة الطلبة التي تفضل قراءة المحتويات الإلكترونية باللغة الانجليزية، وما توصلت إليه النتائج لمفاضلة بعض الطلبة في قراءة الصحف الإلكترونية بلغات أخرى وسجلت نسبة 8.33% من مجموع أفراد العينة.

2- التحليل الكيفي للجدول رقم (12)

يمثل الجدول لغة تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية مع متغير الإقامة ، حيث نجد أن حصة الأسد كانت للغة العربية التي يستعملها القراء من ضواحي المدينة بنسبة 41.66%، فيما بلغت الذين يطلعون على الصحف الإلكترونية باللغة الفرنسية من ضواحي المدينة 21.66%، لتليها نسبة 3.33% ممن يفضلون الاطلاع على المضامين الإلكترونية بلغات أخرى كاللغة الدارجة التي أجاب بها معظم الطلبة. بحيث لم تسجل أي نسبة تفضيل للاطلاع على الصحف باللغة الانجليزية لدى فئة الطلبة المقيمة في ضواحي المدينة .

فيما تبين لنا من خلال الجدول تسجيل أكبر نسبة اطلاع باللغة العربية عند فئة الطلبة المقيمة داخل المدينة والمقدرة ب 21.66% ، ثم تليها الفئة التي تفضل التصفح بلغات أخرى والمتمثلة في اللغة العامية والدارجة بنسبة 5% ، في حين تقاسمت نسبة تفضيل طلبة المدينة التصفح بالعتين الفرنسية والانجليزية ب 1.66%.

أما فئة طلبة علوم الاعلام والاتصال التي تفضل الاطلاع على الصحف الالكترونية من خارج الوطن فقد سجلت نفس نسبة اطلاع في مقام وترتيب واحد باللغتين العربية والفرنسية بنسبة 1.66% في نفس الوقت لم تسجل أي نسبة اهتمام للتصفح باللغة الانجليزية أو بلغات أخرى، بالرغم أن هؤلاء القراء بالكاد يتقنون لغات أجنبية أخرى ثانية.

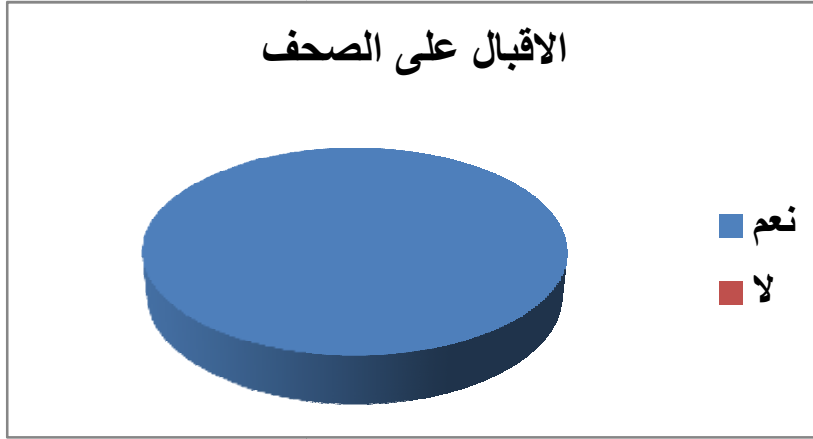
نستنتج في الأخير وجود اختلافات في عادات وأنماط التصفح لدى جمهور الطلبة خاصة فيما يتعلق بمستوى اللغة المفضلة للاطلاع على الصحف الالكترونية ، ويرجع هذا الاختلاف والفوارق المتعلقة بلغة الاستخدام إلى عامل الإتقان (التعلم) والتعود ، ويفسر ذلك أن الطالب يختار اللغة التي يتقنها والمتعود على التواصل بها مع محيطه الاجتماعي أو مع مجتمعات أخرى وبالتالي فان تغير أنماط وعادات المتعلقة بلغة الاستخدام عند طلبة علوم الاعلام والاتصال راجع إلى حكم طبيعة الظروف المكانية والاجتماعية المحيطة به.

4-1- إقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال على الصحف الالكترونية الجزائرية

• التحليل الكمي لإقبال طلبة علوم الاعلام و الاتصال على الصحف الجزائرية

جدول رقم 13: يوضح توزيع أفراد العينة في إقبالها على الصحف الالكترونية الجزائرية.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع الإقبال على الصحف الجزائرية
100%	60	نعم
0%	0	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 13 يوضح توزيع أفراد العينة في إقبالها على الصحف الإلكترونية الجزائرية

- التحليل الكيفي لإقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال على الصحف الإلكترونية الجزائرية
- 1- تحليل الجدول رقم 13

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن معظم أفراد العينة المدروسة يطالعون الصحف الإلكترونية الجزائرية ولديها إقبال كبير عليها بنسبة 100%، فحين لم تسجل أفراد العينة أي نسبة لعدم إقبالها على الصحف الإلكترونية، وهذا ما يبين أن مشكلة الدراسة قابلة للبحث على مجتمع الطلبة، ومن المنطقي أن تسجل النسبة الكاملة على تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية مادام موضوع الدراسة أنا وهو "أنماط القراءة في الصحافة الإلكترونية" يندرج ضمن اهتمامات الطلبة في تخصص إعلام و اتصال، وليس من المنطقي أن تسجل حالات عدم مفاضلة طلبة الاعلام في التصفح إلا إذا كانت هناك ظروف تعرقل اهتمامهم، ولقد كان طلبة صحافة مكتوبة الفئة الأكثر المأما بالصحف الإلكترونية و الأكثر تصفحا لها اهتماما لما يندرج ضمن مجالها الأكاديمي و العلمي سواء من أجل رفع وتيرة الخبرة الإعلامية والتعرف أكثر على هذه الصحف من ناحية (

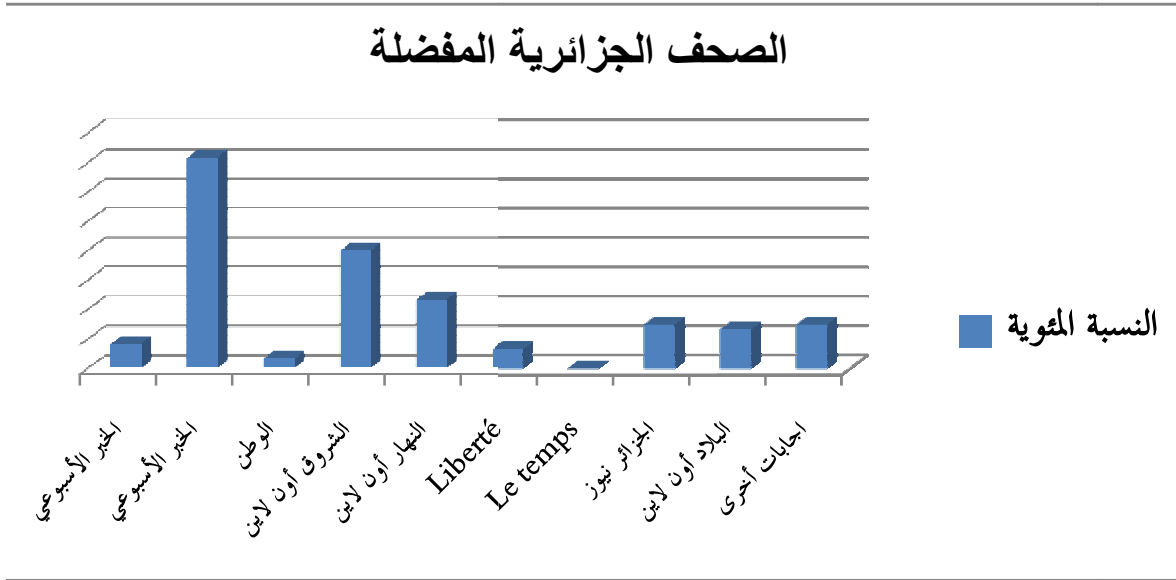
الإخراج الفني و الشكلي للصحيفة / طريقة عرض المضامين...الخ) بما أنها تطمح لإشراق إعلامي في المستقبل أو لزيادة رصيدها المعرفي و الثقافي بحسن الاطلاع.

5-1- اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحف الالكترونية الجزائرية

• التحليل الكمي لاهتمامات طلبة علوم الاعلام و الاتصال بالصحف الالكترونية الجزائرية

جدول رقم 14: يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام و الاتصال للصحف الالكترونية الجزائرية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع
		الصحف الجزائرية
8.33%	05	الخبر الأسبوعي
71.66%	43	الخبر
3.33%	02	الوطن
40%	24	الشروق ونلاين
23.33%	14	النهار ونلاين
6.66%	04	LIBERTE
00%	00	LE TEMPS
15%	09	الجزائر نيوز
13.33%	08	البلاد اون لاين
15%	09	إجابات أخرى



شكل بياني رقم 14 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام و الاتصال للصحف الالكترونية الجزائرية

• التحليل الكيفي لاهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحف الالكترونية الجزائرية

1- تحليل الجدول رقم 14

نلاحظ من خلال الجدول أن من بين هذه الصحف الجزائرية حاز موقع الخبر أون لاين على نسبة قياسية من حيث تفاعل الباحثين فيه بلغت 71.66% وهو الموقع الأكثر اطلاعا عليه من قبل جمهور الطلبة موازاة مع منشوره الورقي، وسبب تجاوب الطلبة مع موقع الخبر لأنها تفضل الاطلاع على مواضيعها نسبة لجماليتها في إضفاء القيم الإخبارية التي تتحلى بالصدق و الموضوعية حسب توجهات وأراء طلبة علوم الاعلام و الاتصال. يأتي موقع الشروق أون لاين في المرتبة الثانية بنسبة 40% ، ثم موقع النهار بنسبة 23.33% ، ليأتي موقع الجزائر نيوز وباقي الصحف في نفس المرتبة بنسبة 15% ، لتليها البلاد أون لاين بنسبة 13.33% ، ثم موقع الخبر الأسبوعي بنسبة 8.33% ثم موقع Liberté بنسبة 6.66% ثم يليها موقع الوطن بنسبة 3.33% ، لتأتي

صحيفة Le temps في المرتبة الأخيرة من بين الصحف الإلكترونية الجزائرية التي لم تسجل أي

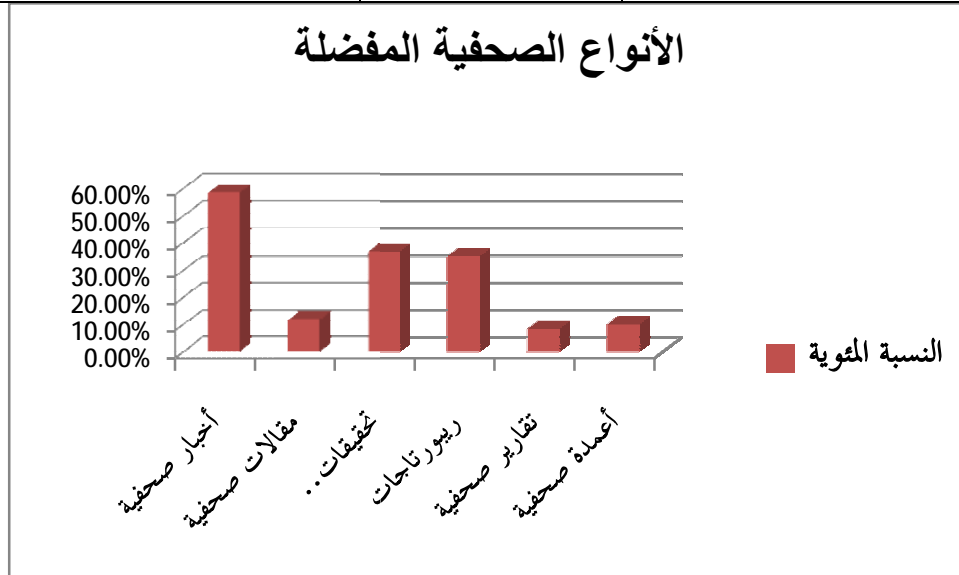
نسبة مشاركة في إقبال وتصفح جمهور الطلبة عليها

6-1- الأنواع الصحفية المفضلة للتصفح لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

• التحليل الكمي للأنواع الصحفية للتصفح لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

جدول رقم 15 : يوضح توزيع أفراد العينة للأنواع الصحفية المفضلة لديها للتصفح

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع
58.33%	35	الأنواع الصحفية المفضلة أخبار صحفية
11.66%	07	مقالات صحفية
36.66%	22	تحقيقات و استطلاعات الرأي
35%	21	ريبورتاجات صحفية
8.33%	05	تقارير صحفية
10%	06	أعمدة صحفية



شكل بياني رقم 15 يوضح توزيع أفراد العينة للأنواع الصحفية المفضلة لديها للتصفح

- التحليل الكيفي لأنواع الصحفية المفضلة للتصفح لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

1- تحليل الجدول رقم 15

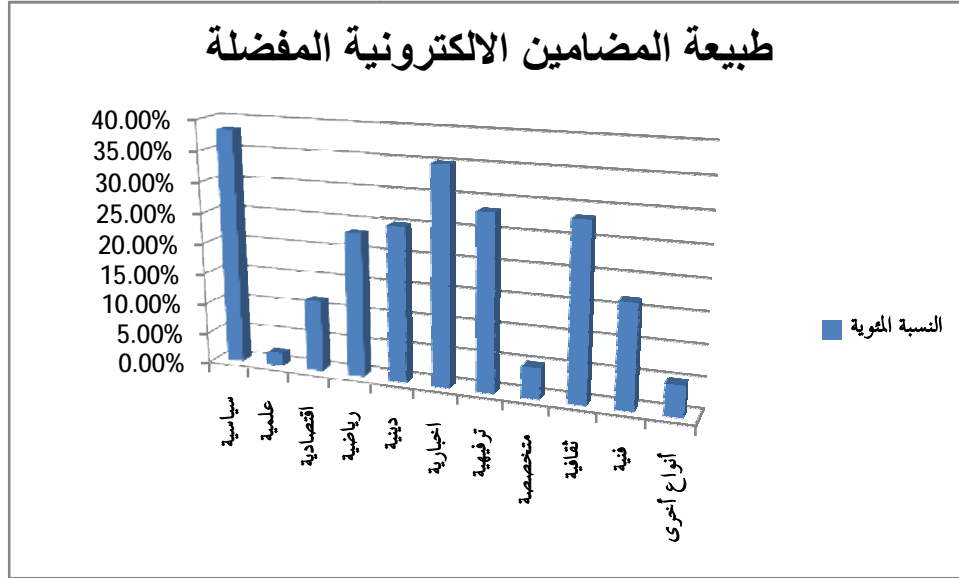
يوضح لنا الجدول أعلاه بأن أفراد العينة لديهم اهتمامات مختلفة في التصفح على طبيعة المحتويات الإلكترونية ، إذ نجد هناك تفاوت نسبي لدى الطلبة لأنواع الصحفية التي يفضلون قراءتها ، ولقد كانت جزئية العينة تفضل الاطلاع على المواضيع في قالب الأخبار الصحفية والتي انفردت في صدارة الترتيب بنسبة 58.33% ، ثم تليها الفئة التي تجبذ قراءة المحتويات الإلكترونية من باب التحقيقات و استطلاعات الرأي بنسبة 36.66% ثم تأتي الريبورتاجات الصحفية المفضلة لدى فئة معينة من الطلبة بنسبة 35% ، و 11.66% لنسبة الطلبة التي تهتم بقراءة المقالات الصحفية ، مما جاءت الأعمدة الصحفية في المركز ما قبل الأخير من اهتمامات أفراد العينة بنسبة 10% لتسجل التقارير الصحفية نسبة ضئيلة من القراءة بنسبة 8.33% واحتلت الأخير من التصنيف حسب اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال.

7-1- طبيعة المضامين المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

- التحليل الكمي لطبيعة المضامين المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

جدول رقم 16 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام و الاتصال لطبيعة المضامين المفضلة

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع طبيعة المضامين المفضلة
38.33%	23	سياسية
2.16%	13	علمية
11.66%	07	اقتصادية
23.33%	14	رياضية
25%	15	دينية
35%	21	احبارية
28.33%	17	ترفيهية
5%	03	متخصصة
28.33%	17	ثقافية
16.66%	10	فنية
5%	03	أنواع أخرى



شكل بياني رقم 16 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام و الاتصال لطبيعة المضامين المفضلة .

• التحليل الكمي لطبيعة المضامين المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

1- تحليل الجدول رقم 16

لقد لخصنا للمبحوثين أهم أنواع المواضيع المطروحة للقراءة والمقسمة حتى ما تقدمه الصحف الإلكترونية الجزائرية.

فجاءت المواضيع السياسية في المرتبة الأولى من حيث المشاركة فيها بنسبة 38.33% نتيجة الاهتمام الواسع لأفراد العينة بأهم الجريات السياسية انطلاقا من متابعة المواضيع السياسية المعالجة في الصحف ومناقشتها الموسعة على مدار النطاق الداخلي للدولة أو الخارجي.

في حين جاء ترتيب المواضيع الإخبارية في المركز الثاني من حيث الاطلاع بنسبة 35% ، وتشير إلى أن كلمة مواضيع إخبارية تنطوي على باقة واسعة من المواضيع التي تمس الحياة اليومية

العميقة وعلى اطلاع دائم ومتتابع لمختلف الفئات الاجتماعية ، معظمها ذات بعد اجتماعي بداية من شؤون العلاقات الاجتماعية وشؤون الصحة وتنتهي بقضايا المحاكم والأحداث.

أين تركز كل من المواضيع الثقافية و الترفيهية في المرتبة الثالثة بنسبة 28.33% حسب اهتمامات جمهور الطلبة ، مما كان للمواضيع الدينية حظ وافر من المشاركات ب 25% ، أما المواضيع الرياضية جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة 23.33% ، ولقد تزامن توزيع الاستمارة مع الاهتمام الواسع الذي لقيته مشاركة المنتخب الوطني لكرة القدم في كأس إفريقيا للأمم 2015 وكأس العالم 2014، وفضول فئة الذكور لنزولها إلى الصفحات الرياضية للجرائد الإلكترونية سواء على الجرائد العامة أو الجرائد المتخصصة الرياضية كموقع الهذاف مثلا

قصد التطلع على أهم مجريات الأخبار الرياضية المتعلقة بالفرق والنادي الجزائرية أو النوادي الأوروبية والعالمية المحترفة والتي لها تأثير بالغ الأهمية على غرائز القارئ التي تشبع حاجاته وأولوياته الرياضية . تحتل المواضيع الفنية المرتبة السادسة من بين طبيعة المضامين المفضل لدى القراء لكل ما يتعلق بالأخبار الفنية للمشاهير و الفنانين سواء المحليين أو العالميين والمناسبات والحفلات الفنية التي سجلت نسبة 16.66% حسب إجابات الطلبة، ونسبة 5% من التصفح على المواضيع المتخصصة الأخرى وبعض الاقتراحات الإضافية التي تشكل انشغالا لبعض الطلبة في استمارة الاستبيان ، لكن كانت معظم هذه الاقتراحات حول المواضيع الاجتماعية ، في حين أننا قمنا بإدراج بكل ما يتعلق من باب الحياة الاجتماعية في إطار الصفحات الإخبارية التي تمس قطاعات مختلفة من جوانب الحياة.

تحتل المواضيع العلمية المرتبة الأخيرة من بين المواضيع المقترحة بنسبة 2.16% ويرجع ذلك لضعف تناول الصحافة الإلكترونية الجزائرية لمختلف التجارب و المعارف العلمية التي يرصدها الخبراء و الباحثين في باب المواضيع التي تتطلب المعالجة الإعلامية لها في إطار الاطلاع والمناقشة ولم

لا المشاركة في إبداء الآراء والتعليق على مفاهيمها العلمية ، ورغم تفاعل القراء مع هذه المواضيع إلا أنها ليست من اهتمامات طلبة الاعلام بل تسجل مشاركات مؤهلة عند طلبة علوم التكنولوجيا وغيرها من التخصصات العلمية.

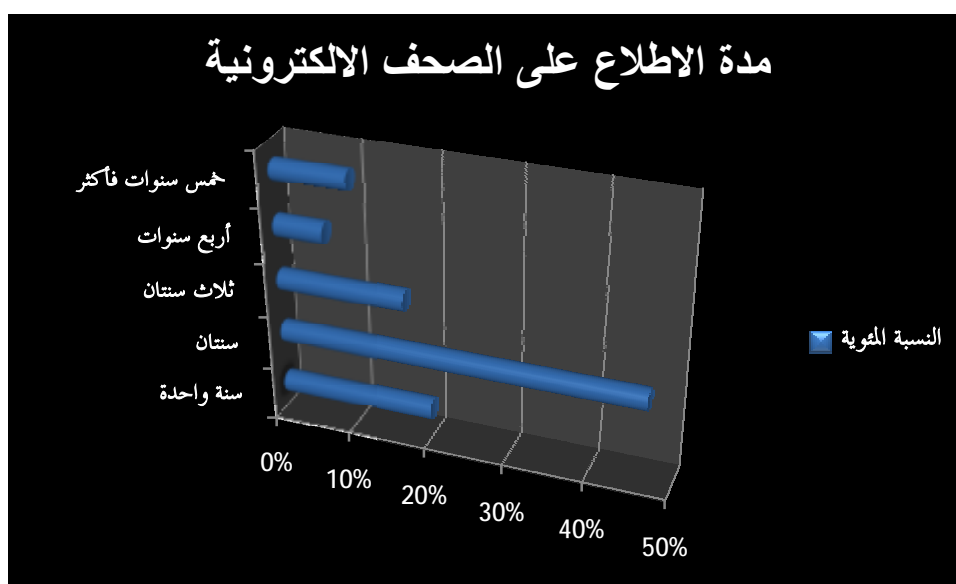
11. عادات وأنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال

2-1- المدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف الالكترونية

• التحليل الكمي للمدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح

جدول رقم 17: يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال للمدة السنوية في اطلاعها على الصحف الالكترونية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع المدة السنوية
20%	12	سنة واحدة
46.66%	28	سنتان
16.66%	10	ثلاث سنوات
6.66%	04	أربع سنوات
10%	06	خمس سنوات فأكثر
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 17 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال للمدة السنوية في اطلاعها على الصحف الإلكترونية

جدول رقم 18: يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال للمدة السنوية التي يقضيها في التصفح مع متغير مكان الإقامة

المجموع	خمس سنوات فأكثر		أربع سنوات		ثلاث سنوات		سنتان		سنة واحدة		التوزيع المتغير	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
30%	18	1.66%	01	1.66%	01	5%	03	15%	09	6.66%	04	داخل المدينة
66.66%	40	6.66%	04	5%	03	10%	06	31.66%	19	13.33%	08	في الضواحي
3.33%	02	1.66%	01	00%	00	1.66%	01	00%	00	00%	00	خارج الوطن
100%	60	10%	06	6.66%	04	16.66%	10	46.66%	28	20%	12	المجموع

• التحليل الكيفي للمدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح

1- تحليل الجدول رقم (17)

يوضح لنا الجدول رقم (17) توزيع الباحثين حسب المدة السنوية التي تعرفوا فيها على الصحافة الإلكترونية بدأ بالعد التنازلي من سنة 2015 ، ومنذ متى وهم يطلعون على الأخبار و المضامين بالصحف الإلكترونية ، حيث أننا وظفنا هذا السؤال إذا كان جمهور الطلبة من المتصفحين الجدد أو القراء الأوائل للصحف الإلكترونية الذي مر بعدة مراحل ليكون في شكله الحالي.

وحسب المعطيات المتحصل عليها فقد كانت أعلى نسبة والمقدرة ب 46.66% من الباحثين الذين يعرفون الصحافة الإلكترونية منذ سنتان ، وحيث يرجع سبب مداومة النسبة الأكبر من القراء على الصحافة الإلكترونية ومعرفتهم لها. فيما كانت نسبة المتصفحين المداومين على الصحافة الإلكترونية منذ سنة واحد بنسبة 20% مما يعني أن عدد القراء في ارتفاع مستمر، أما القراء الذين يعرفون الصحف الإلكترونية منذ ثلاث سنوات وصلت نسبتهم إلى 16.66% ، أما فئة الطلبة التي كانت تداوم على الصحف الإلكترونية لمدة خمس سنوات بنسبة 10% ، لتأتي نسبة ضئيلة من فئة الطلبة التي كانت تطالع الصحف الإلكترونية لمدة أربع سنوات بمقدار 6.66%

2 - تحليل الجدول رقم (18)

أظهرت نتائج الدراسة المبينة في الجدول رقم (18) أن فئة الطلبة المقيمة في ضواحي المدينة هي الأكثر تفاعلا مع الصحف الإلكترونية، وذلك بنسبة 66.66% واحتلت المرتبة الأولى من التصنيف ، حيث سجلت نسبة كبيرة لفئة الطلبة المقيمة في ضواحي المدينة التي تتصفح الصحف الإلكترونية لمدة سنتان بنسبة قدرت ب 31.66% ، لتليها فئة الطلبة التي كانت على إقبال للصحف الإلكترونية منذ سنة واحدة بنسبة 13.33% ، أما فئة طلبة ضواحي المدينة التي كانت

تعرف الصحف الإلكترونية منذ ثلاث سنوات وصلت نسبتها إلى 10%، لتليها الفئة التي كانت على معرفة طويلة بالصحافة الإلكترونية منذ خمس سنوات فأكثر بنسبة 6.66%، أين سجلت نسبة أقل لفئة الطلبة التي كانت تتصفح المضامين الإلكترونية منذ أربع سنوات والمقدرة ب 5% . وجاءت في المرتبة الثانية من حجم المدة السنوية من الاطلاع فئة الطلبة المقيمة داخل المدينة بنسبة مشاركة قدرت 30% ، ولتحليل نتائج هذه النسبة المتحصل عليها من قبل الطلبة المقيمة داخل المدينة نجد أن غالبية الطلبة يعرفون الصحف الإلكترونية منذ سنتان ، حيث وصلت نسبتها إلى 15% من 18 مفردة ، يشير إلى ذلك أنها سجلت نفس الحجم الزمني لفئة الطلبة المقيمة في الضواحي ، لتليها فيما بعد مجموع الطلبة الذين كانوا يطالعون الصحف الإلكترونية منذ سنة واحدة فقط بنسبة 6.66% ، ثم يليها مجموع طلبة المدينة الذين كانوا على اطلاع بمضامين الصحافة الإلكترونية منذ أربع سنوات والتي قدرت نسبتهم ب 5% ، لتسجل في الأخير نسبة ضئيلة لمجموع الطلبة الذين يعرفون الصحف الإلكترونية (طالب واحد) و الأكثر قراءة لها منذ 5 سنوات مضت والمقدرة بنسبة 1.66%.

لتحتل المرتبة الثالثة والأخيرة فئة الطلبة المقيمة خارج الوطن والتي كان عددهم ضئيل جدا ، حيث لاحظنا وجود إجابتين فقط أي طالبان ، مما قمنا بتسليط الضوء على عادات وأنماط القراءة لديهم والمتمثل في حجم التفاعل والمدة السنوية التي سجلتها النتائج في معرفتهم للصحف الإلكترونية ، ولقد توصلت نتائج الجدول أن ها الفئة على اطلاع بالصحف الإلكترونية من بين ثلاث سنوات إلى خمس سنوات والتي قدرت نسبتهم إلى 1.66%.

وفي قراءة للنتائج نستنتج أن لدى الطلبة المقيمين داخل وخارج المدينة نفس التفاعل السنوي مع الصحف الإلكترونية ، حيث أن غالبيتهم على معرفة واهتمام بالصحف الإلكترونية منذ سنتان ، وقد يكون هذا الاهتمام راجع إلى أن طلبة علوم الاعلام والاتصال على تعلق بهذه الصحف منذ

سنتين حسب الظروف التي أفرزها فيهما تخصص الدراسة إعلام واتصال في تعليمهم .مقصود الصحف الإلكترونية ومظاهر نشرها للأخبار والموضوعات ، جعلت لجمهور الطلبة شغف المعرفة والميل إلى هذه الصحف نتيجة التزايد على استخدام شبكة الانترنت من قبل جمهور الطلبة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الإخبارية الإلكترونية . وهناك عامل آخر يعود إلى وجود بعض الطلبة القراء الذين كانوا على استخدام للانترنت أو تصادف بمواقعها منذ سنتان من التأثير والتفاعلية. و نفسر أيضا في النتائج التي أوضحت أن فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وضواحيها يطالعون الصحف الإلكترونية منذ سنة واحدة وذلك بفارق نسبي قدر 6.67% والذي يعود إلى صالح فئة الطلبة المقيمة بالضواحي ، ويبين هذا الفارق أن الطلبة المقيمين بضواحي المدينة يعرفون الصحف الإلكترونية منذ سنة فقط أقل من الطلبة المقيمين بداخل المدينة ، ولتفسير ذلك هذا يعود إلى عدم توافر خدمات شبكات الانترنت في المناطق الريفية كونها معزولة ، وإذا وجدت فنسجل نسبة استخدام لشبكات الانترنت أو الصحف للإلكترونية بشكل نادر ، على عكس الطلبة المقيمين في المدينة الذين كانوا يستخدمون شبكات الانترنت ويتصفحون مواقعها الإخبارية منذ سنوات نظرا لتوافر خطوط الانترنت بشكل قوي وسريع داخل المناطق الحضرية والمدينة فيما نلاحظ أيضا عدم تسجيل أي نسبة مشاركة من قبل الطلبة المقيمة خارج الوطن .

وكما نلاحظ أن النتائج تقول بأن فئة الطلبة المقيمين في الضواحي على استخدام للصحف الإلكترونية منذ ثلاث سنوات كانت أكبر نسبة تفوق الفئة المقيمة داخل المدينة وخارج الوطن ، لتليها الفوارق التي تبين أن الطلبة المقيمة في الضواحي كانوا على معرفة بالصحف الإلكترونية منذ أربع سنوات تفوق فئة الطلبة المقيمة داخل المدينة وخارج الوطن التي لم تسجل أي نسبة ، أما فيما يخص الطلبة الذين كانوا يطالعون الصحف الإلكترونية منذ خمس سنوات تعود إلى الفئة المقيمة في ضواحي المدينة أكبر بقليل من طلبة المدينة وأكبر بكثير من الطلبة الخارجيين عن الوطن .

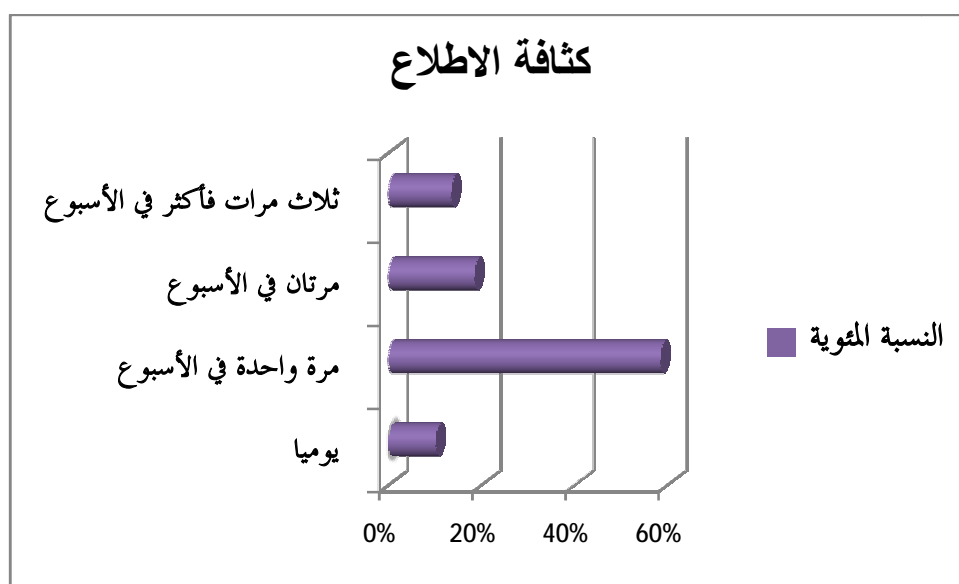
وهنا نستنتج أن حصة الأسد كانت لصالح الطلبة المقيمين في الضواحي على معرفة بالصحف الإلكترونية حسب المدرج الزمني (سنة واحدة - سنتان - ثلاث سنوات - أربع وخمس سنوات) ، تفوقا على فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وخارج الوطن ، ويرجع هذا التفوق أيضا إلى أن مجتمع الدراسة وهو جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال غالبيتهم يقطنون في ضواحي المدن.

2-2- كثافة تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الإلكترونية

- التحليل الكمي لكثافة التفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الإلكترونية

جدول رقم 19: يوضح توزيع أفراد العينة حسب كثافة التفاعل مع الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع	كثافة التفاعل
10%	06	يومية	
58.33%	35	مرة واحدة في الأسبوع	
18.33%	11	مرتان في الأسبوع	
13.33%	08	ثلاث مرات فأكثر في الأسبوع	
100%	60	المجموع	



شكل بياني رقم 19 يوضح توزيع أفراد العينة حسب كثافة التفاعل مع الصحف الإلكترونية

جدول رقم 20 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال لكثافة تفاعلهم بالصحف الإلكترونية مع متغير الحالة العائلية

المجموع	ثلاث مرات فأكثر في الأسبوع		مرتان في الأسبوع		مرة واحدة في الأسبوع		يومية		كثافة التفاعل الحالة العائلية	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
88.33%	53	13.33%	08	15%	09	53.33%	32	6.66%	04	أعزب
11.66%	07	00%	00	3.33%	02	5%	03	3.33%	02	متزوج
100%	60	13.33%	08	18.33%	11	58.33%	35	10%	06	المجموع

• التحليل الكيفي لكثافة تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الإلكترونية

1- تحليل الجدول رقم 19

يبلغ عدد الباحثين الذين يتفاعلون في الصحف الإلكترونية الجزائرية (مرة واحدة في الأسبوع) 35 مبحوثا بنسبة فاقت 58.33% تليهم فئة المتصفحون (مرتان في الأسبوع) بنسبة قدرت 18.33% وفي المقابل نجد نسب الذين يشاركون في الصحف الإلكترونية من (ثلاث مرات

فأكثر في الأسبوع) ب 13.33% وتسجل هذه النسبة لفئة الطلبة التي تدرس و تعمل خارج إطار الدراسة في إدارات المؤسسات، والذي تزامن مع انتشار ثقافة ربط المؤسسات بمختلف أنواعها بخطوط الانترنت بشكل كبير مما أصبحت مستغلة من قبل المدراء في المكاتب الإدارية ، و هذا ما يسهل لفئة الطلبة العاملة بالتصفح على الصحف في أوقات الفراغ أو قد تسنح فرصة لطلبة الاعلام في التفاعل مع الصحف الالكترونية خارج أوقات الدراسة داخل قاعات الانترنت أو باستخدام الحواسيب الشخصية اعتمادا بتقنية 3G مما يكمن في اعتقادنا أن نسبة التصفح (ثلاث مرات فأكثر في الأسبوع) راجع لفئة محدودة من الطلبة المقيمة داخل القامات الجامعية وبسبب الفراغ الذي يملأهم داخلها، إذ تقضي معظم أوقاتها داخل قاعات الانترنت في تصفحها على المواقع الإخبارية مادام أنه لا يتفاعل مع العالم الخارجي لتلك المنطقة قد لا تتوفر لديه صحيفة ورقية ، أين يقضي معظم أوقاته في التصفح وخاصة فئة الذكور.

2- تحليل الجدول رقم 20:

نهدف من خلا ربط العلاقة بين كثافة التفاعل في الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال مع متغير الحالة العائلية ، إلى الكشف عن مدى تأثير نوع الحالة العائلية عند جمهور الطلبة للمشاركة في الصحف من خلال أيام الأسبوع. إلا أن المتفاعلين من فئة أعزب لديهم أطول مدة في القراءة في كل المؤشرات من فئة المتزوجين.

وتشير النسب إلى أن طلبة علوم الاعلام والاتصال الذين يقرؤون الصحف الالكترونية (مرة واحدة في الأسبوع) هم العزاب ب 53.33% من مجموع تكرارات الطلبة ، وهي أكبر نسبة الجدول مقابل 5% للمتزوجين ، و في مؤشر (مرتان في الأسبوع) نجد 15% للعزاب مقابل 3.33% للمتزوجين ، أما فيما يخص مؤشر (ثلاث مرات فأكثر في الأسبوع) فقد سجلت أكبر

نسبة لفئة العزاب بـ 13.33% مقابل نسبة منعدمة لدى فئة المتزوجين بـ 00% ، وأخيرا مؤشر (مرة واحدة في الأسبوع) يشير إلى 6.66% للعازبين مقابل 3.33% للمتزوجين.

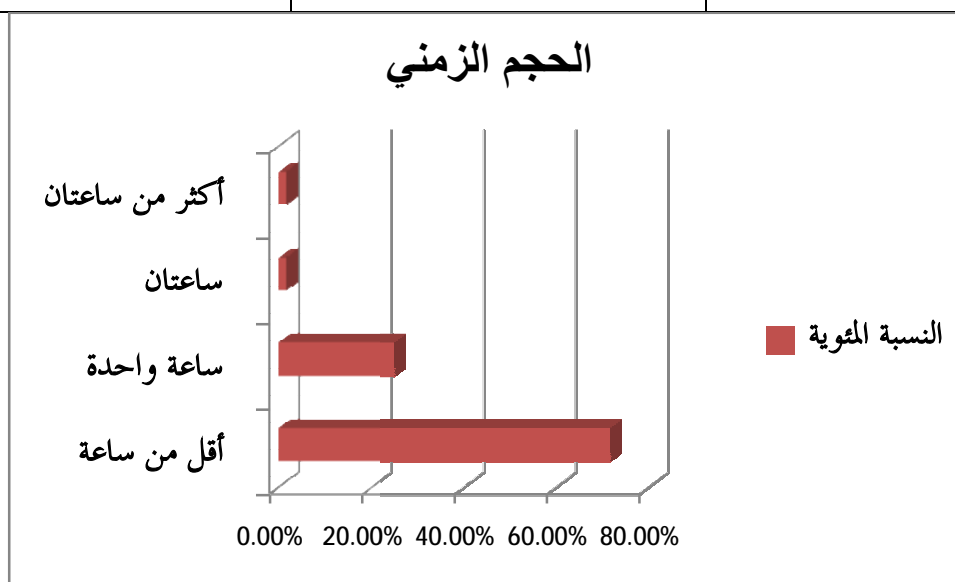
وحسب النتائج المتوصل من خلال هذا التحليل يمكن التفسير بالقول أن أكبر نسبة تفاعل مع كل مؤشرات الحجم الزمني للتفاعل مع الصحف الإلكترونية كانت لصالح فئة طلبة علوم الاعلام والاتصال العازبين التي تفوق فئة المتزوجين نسبة أقل من التفاعل مع جميع المؤشرات المحتواة في الجدول أعلاه ، وهذا راجع إلى أن فئة الطلبة العازبين غير مربوطين بالحياة الزوجية وكل ما يتعلق بمسؤوليات البيت والعمل ، كونهم طلبة فنجدهم يتفرغون كل أوقاتهم بعيدا عن أوقات وبرنامج الدراسة والبحث في القراءة والتفاعل مع الصحف الإلكترونية كونهم طلبة إعلام واتصال وبالتالي قراءة الصحف تدرج ضمن ميولاتهم واهتماماتهم ، وكون طلبة الاعلام والاتصال مجتمع بحث مقصودين للدراسة والبحث في هذا الموضوع، على عكس فئة الطلبة المتزوجين وهي فئة قليلة جدا حسب ما يؤكد الباحث في أفراد عينته التي سجلت نسبة تفاعل قليلة مع المحتويات الإلكترونية من جانب الحجم الزمني نظرا لامتلاكهم مسؤوليات وواجبات عديدة على مستوى العائلة كالتربية والتعليم والحياة المهنية التي تعيق جمهور الطلبة من التصفح والقراءة نظرا لضيق الوقت والظروف المعيشية التي تحيط بهم وبالتالي فان متغير الحالة الاجتماعية يساهم في تغيير أنماط القراءة لدى جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال من مرحلة إلى أخرى.

3-2- الحجم الزمني لتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الالكترونية

التحليل الكمي للحجم الزمني في تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الالكترونية

جدول رقم 21 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال لحجم التفاعل الزمني مع المضامين الالكترونية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع	حجم التفاعل
71.66%	43		أقل من ساعة
25%	15		ساعة واحدة
1.66%	01		ساعتان
1.66%	01		أكثر من ساعتان
100%	60		المجموع



شكل بياني رقم (21) يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال لحجم التفاعل الزمني مع المضامين الالكترونية.

جدول رقم 22 يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال حجم التفاعل بالمضامين الالكترونية مع متغير الجنس

حجم التفاعل		أقل من ساعة		ساعة واحدة		ساعتان		أكثر من ساعتان		المجموع
متغير الجنس	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	19	31.66%	05	8.33%	00	00%	01	1.66%	24	40%
أنثى	24	40%	10	16.66%	01	1.66%	00	00%	36	60%
المجموع	43	71.66%	15	25%	01	1.66%	01	1.66%	60	100%

جدول رقم 23 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال للحجم الساعي في التفاعل بالمضامين الالكترونية مع متغير الحالة الاجتماعية

الحجم الساعي		أقل من ساعة		ساعة واحدة		ساعتان		أكثر من ساعتان		المجموع
الحالة العائلية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
أعزب	39	65%	12	20%	01	1.66%	01	1.66%	53	88.33%
متزوج	04	6.66%	03	5%	00	00%	00	00%	7	11.66%
المجموع	43	71.66%	15	25%	01	1.66%	01	1.66%	60	100%

• التحليل الكيفي للحجم الساعي في تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الالكترونية

1- تحليل الجدول رقم 21

يعتبر الحجم الساعي من أحد المؤشرات الأساسية التي تسمح لنا بالكشف عن مدى ارتباط الباحثين بالعمليات التفاعلية في الصحف الالكترونية ، و الذي يبرز لنا عادات وأنماط القراءة الالكترونية لدى جمهور الطلبة.

فحسب ما هو مبين في الجدول رقم (21) ، فنسبة الذين يتصفحون هذه المواقع أقل من ساعة واحدة بلغت **71.66%** ويمكن تفسير هذا بضيق الوقت بالنسبة للمتفاعلين أمام انشغالهم الأخرى أو لوجود مؤشرات أخرى كسهولة وبساطة الخدمات التفاعلية المتاحة في

الصحف الإلكترونية ، وهو ما يسمح للمتصفح سرعة القيام بها دون صرف وقت طويل ، بحيث تجد المبحوث يقرأ الأخبار ويعلق عليها ويمارس عملية الدردشة الإلكترونية ويسمع الموسيقى في آن واحد ، دون أن ننسى دور العامل المادي في ذلك لفئة الطلبة التي تتعرض للصحف الإلكترونية في مقاهي الانترنت لعدم توفره على خدمات الانترنت في المنازل . في حين وصلت نسبة الذين يتصفحون المواقع الإخبارية لساعة واحدة بـ 25% ، أين سجلت النتائج المتحصل عليها إجابتين فقط من مجموع أفراد العينة الذين يستغرقون في التصفح على المضامين الإلكترونية من ساعتين إلى أكثر من ذلك بنسبة 1.66% وهي نسبة ضعيفة جدا بالنسبتين السابقتين ، ويمكن تفسير ذلك بمدى وقت الفراغ المتوفر لديهم أو توافر الانترنت بشكل روتيني في الأماكن التي يداومون عليها كالمنازل ، بحيث يستغرقون كل ذلك الوقت في المشاركة و التعليق على الأخبار استفادة من خدماتها. أما نستنتج من خلال هذا التفسير بأن إدمان الطلبة على محتويات الانترنت تقاس ابتداءً من بلوغ المستخدم ساعتين أو أكثر في التفاعل ، في حين أن أغلبية المبحوثين لا يستغرقون وقتاً طويلاً في ذلك .

2- تحليل الجدول رقم (22)

من خلال إسقاط متغير الجنس على السؤال الخاص بالحجم الساعي للتفاعل، يمكن أن نلاحظ حسب النتائج أن الإناث هم الفئة الأكبر التي سجلت أكبر نسبة تفاعل مع المضامين الإلكترونية بمؤشر (أقل من ساعة) من فئة الذكور والتي تمثل نسبتهم بـ 31.66% ، و 16.66% من مؤشر (ساعة واحدة) لفئة الإناث بمقابل 8.33% لفئة الذكور ، وفي مؤشري (ساعتان / أكثر من ساعتان) سجلت نفس النتائج بتفوق فئة الإناث على الذكور في الحجم الساعي للتفاعل من خلال هاتين المؤشرين بتكرارين (2 تكرار) لكل واحد منهما بنسبة 1.66% لفئة الإناث مقابل (0 تكرار) بنسبة صفرية 00% لفئة الذكور.

وهذا التفوق الذي كان لصالح فئة الإناث أكبر من الذكور في جميع المؤشرات ، يعني أن طلبة الإناث يطالعون الصحف الإلكترونية أكثر من الذكور وهذا راجع إلى ظروف العمل والوقت ، حيث نجد أن فئة الإناث يطلعون على الصحف الإلكترونية بحجم ساعي أكبر من الذكور في أيام نهاية الأسبوع في المنازل نظرا للوقت الوفير لديهم ، بينما طلبة الذكور يستغلون أيام نهاية الأسبوع في العمل أو مشاغل أخرى خارج إطار الدراسة والمكوث في البيت الذي لا يتوفر لديهم الوقت في التفاعل مع هاته الصحف وحتى استخدام شبكة الانترنت ، وإذا توفر لديهم وقت في استخدام الانترنت فبالتالي سيستخدمونها لانشغالات أخرى لأغراض علمية بحثية أكاديمية والتواصل والدردشة و ووقت ضئيل في الاطلاع بالرغم أنهم مقصودين في ذلك كونهم طلبة ضمن تخصص إعلام واتصال سواء صحافة مكتوبة أو اتصال وهذه النتائج التي توصل إليها الباحث كانت ضمن آراء وتوجهات المبحوثين أنا و هم جمهور طلبة الاعلام والاتصال.

3- تحليل الجدول رقم (23)

نلاحظ من خلال القراءة العمودية لكل إجابة على حدا بأن المدة الزمنية التي تقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في تصفح المحتويات الإلكترونية والتي تمثل أقل من ساعة مسجلة أعلى مؤشراهما لدى فئة الطلبة العازيين بنسبة 65% والتي تفوق فئة الطلبة المتزوجين بنسبة 6.66% من حجم التفاعل ، ونفس الشيء بالنسبة للاقتراح الثاني الذي يبين تفاوت نسبي في النسب إذ تتفوق فئة العازيين في حجم التفاعل لمدة ساعة واحد على الفئة المتزوجة بفارق 15% ، في حين كانت نسبة 1.66% تخص مجموع فئة العازيين الذين يتصفحون الصحف الإلكترونية لمدة ساعتان فأكثر والتي سجلت (تكرارين 2) فقط بمقابل (0 تكرار) للفئة المتزوجة التي تتصفح الصحف لساعتان أو ساعتان فأكثر وبنسبة صفرية منعدمة 00% لكلا المؤشرين .

ويمكن الاستنتاج هنا حسب ما توصلت إليه النتائج أن فئة العزاب تمثل أطول مدة في التفاعل في كل المؤشرات من فئة الطلبة المتزوجين والتي عددهم ضئيل جدا من مجموع طلبة علوم الاعلام

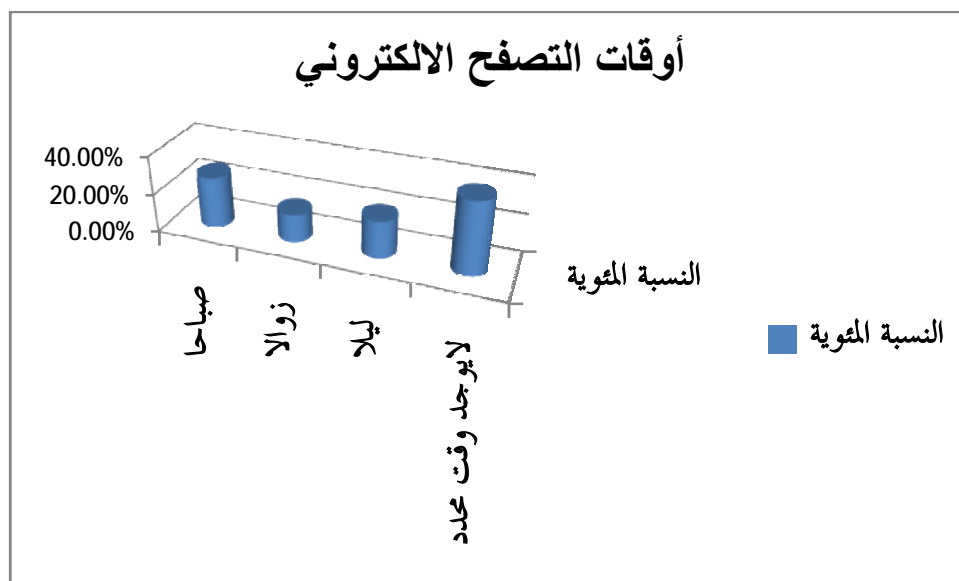
والاتصال ، وهذا التفاوت النسبي راجع إلى فئة الطلبة العازيين ليس لديهم انشغالات ومسؤوليات أخرى خارج إطار الدراسة مما نراهم يتصفحون المضامين الالكترونية متى تسنح لهم الفرصة في ذلك في أوقات الفراغ أو يطلعون عليها بشكل خفيف كون لديهم اهتمام لها مادام أنهم ضمن تخصص إعلام وصحافة مكتوبة كل ما كانوا يستخدمون شبكة الانترنت لأغراض بحثية أكاديمية أو يقصدونها لغرض التواصل والردشة وهذا ما يبين أن عامل الوقت يلعب دور كبير في التأثير على نمط القراءة ، على عكس فئة الطلبة المتزوجين التي سجلت لديهم نسب ضئيلة في حجم الاطلاع في كل المؤشرات نظرا لانشغالهم بأمر ومسؤوليات أخرى سواء في المنزل في أماكن العمل ، وبالتالي فان التفاعل الضئيل لفئة الطلبة المتزوجة مع المضامين الالكترونية يكون في غالب الأحيان في فترات قليلة جدا ولا تسجل نسبة تفاعل وقراءة كبيرة إذا كانت متوفرة في الأماكن المعتادين عليها يوميا ، نظرا لضيق الوقت والظروف المعيقة لذلك كالظروف الزمنية والمكانية والمهنية.

2-4- أوقات تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال للمضامين الالكترونية

- التحليل الكمي لأوقات تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال للمضامين الالكترونية

جدول رقم 24 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الالكترونية

التوزيع	عدد التكرارات	النسبة المئوية
أوقات التصفح		
صباحا	16	26.66%
زوالا	09	15%
ليلا	12	20%
لا يوجد وقت محدد	23	38.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 24 يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الإلكترونية.

جدول رقم 25 : يوضح توزيع أوقات تعرض طلبة علوم المضامين الإلكترونية مع متغير الحالة الاجتماعية

المجموع	أوقات التصفح								الحالة الاجتماعية	
	صباحا		زوالا		ليلا		لا يوجد وقت محدد			
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أعزب	15	25%	08	13.33%	09	15%	21	35%	53	88.33%
متزوج	01	1.66%	01	1.66%	03	5%	02	3.33%	7	11.66%
المجموع	16	26.66%	09	14.99%	12	20%	23	38.33%	60	100%

- التحليل الكيفي لأوقات تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للمضامين الالكترونية

1- تحليل الجدول رقم (24)

يتبين لنا من خلال الجدول أن 38.33% من أفراد العينة لا يملكون وقت محدد في تصفح على الصحف الالكترونية أي يتفاعلون معها متى ساحت لهم الفرصة في ذلك وفي أوقات مختلفة ، بحسب الظروف الزمنية و المكانية التي تعيق جمهور الطلبة ، كما نلاحظ تسجيل عددا لا بأس به فئة الطلبة الذين يمثلون نسبة 26.66% يفضلون تصفح الصحف صباحا ويرتبط التفاعل في الفترة الصباحية بطبيعة الحجم الساعي للطلاب المتعلق ببرنامج دراسته أو قد يقضي أوقات فراغه في الاطلاع داخل قاعات الانترنت بالجامعة أو باستخدام جهاز الهاتف النقال بتقنية 3G ، أو يطلع على الصحف أيضا خارج الجامعة في مقاهي الانترنت ، لتليها فيما بعد فئة الطلبة التي تتصفح الصحف ليلا بنسبة 20% ، لتأتي الفئة الأخيرة التي تفضل تصفح الصحف الالكترونية في فترة الظهيرة بنسبة 15% .

2- تحليل الجدول رقم (25)

يتبين لنا من خلال الجدول أن فئة الطلبة العازين يفضلون الاطلاع على الصحف الالكترونية صباحا بنسبة 25% أما فئة الطلبة المتزوجة التي تفضل الاطلاع في الفترة الصباحية وصلت نسبتهم ب 1.66%. كما يسجل العازين أعلى مؤشر في الاطلاع على الصحف زوالا بنسبة 13.33% ، فيما سجلت فئة المتزوجين تفضيل واحد من مجموع الطلبة الاطلاع في فترة الظهيرة بنسبة 1.66% ، ونفس الشيء بالنسبة للفترة الليلية ، حيث يسجل الطلبة العازين أعلى مؤشر بنسبة 15% أما الطلبة المتزوجين فكانت نسبة تفضيل اطلاعهم ليلا بنسبة 5% ، لتليها في الأخير تفوق فئة العازين على المتزوجين بفارق 32.33% بمؤشر (لا يوجد وقت محدد) ،

أي بمعنى ليس لدى لفئة الطلبة العازين والمتزوجين وقت محدد للاطلاع ، إذ يطلعون على الصحف الإلكترونية متى يسنح لهم الوقت والفرصة في ذلك.

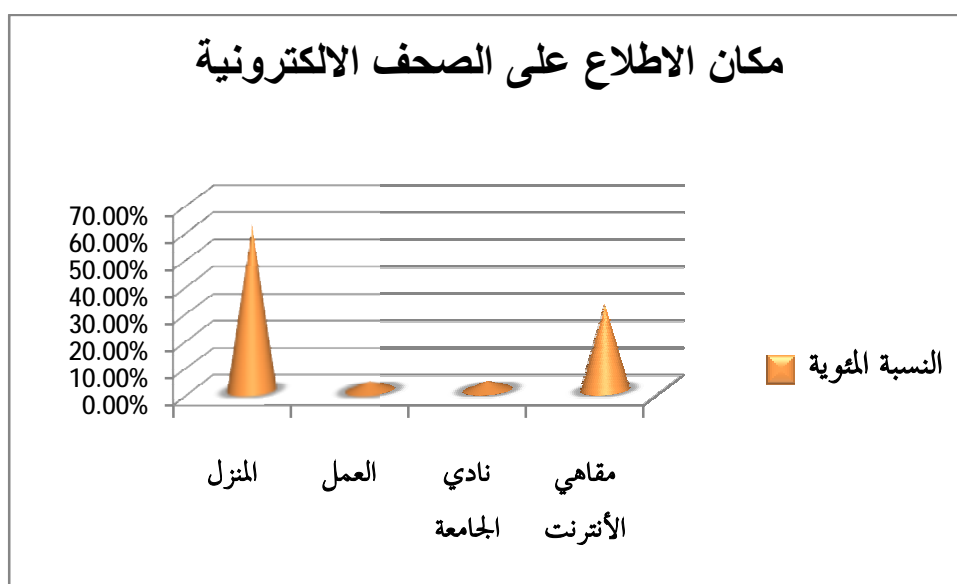
ومن هنا نستنتج أن غالبية طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يوجد لديهم وقت محدد في الاطلاع على الصحف ، حيث نفسر بأن عادات و أنماط تصفح القارئ لا يمكن تفسيرها بحكم طبيعة الوقت وزمن التعرض، أما الفئة التي تقرأ الصحف الإلكترونية في الفترة الصباحية راجع إلى وجود أوقات فراغ في أيام الدراسة صباحاً أو مثلاً أو امتلاكهم أوقات فراغ في الفترة الصباحية في أيام نهاية الأسبوع لكلا الفئتين المتزوجين و العازين ، ونفس الشيء في فترة الظهيرة والليل .

2-5- أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

- التحليل الكمي لأماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

جدول رقم 26 : يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	التوزيع مكان الاطلاع
61.66%	37	المنزل
3.33%	02	العمل
3.33%	02	نادي الجامعة
31.66%	19	مقاهي الانترنت
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 26 يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

جدول رقم (27) : يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف

الإلكترونية مع متغير مكان الإقامة

المجموع		مقاهي الانترنت		نادي الجامعة		العمل		البيت		مكان الاطلاع مكان الإقامة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
29.99%	18	5%	03	3.33%	02	1.66%	01	20%	12	داخلي
66.66%	40	25%	15	00%	00	1.66%	01	40%	24	في الضواحي
3.33%	02	1.66%	01	00%	00	00%	00	1.66%	01	خارج الوطن
100%	60	31.66%	19	3.33%	02	3.33%	02	61.66%	37	المجموع

جدول رقم (28): يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية مع متغير المستوى الجامعي

مكان الاطلاع المستوى الجامعي	المنزل		العمل		نادي الجامعة		مقاهي الأنترنت		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
ليسانس	28.33%	17	1.66%	01	1.66%	01	16.66%	10	48.33%	29
ماستر	33.33%	20	1.66%	01	1.66%	01	15%	09	51.66%	31
المجموع	61.66%	37	3.33%	02	3.33%	02	31.66%	19	100%	60

• التحليل الكيفي لأماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

1- تحليل الجدول رقم (26) :

يقترن اطلاع القراء على المواقع الإلكترونية بمدى توفر شبكة الأنترنت ، والتي تحدد أما كن الاطلاع ، فمثلا هو معلوم ففي الجزائر تمثل مقاهي الانترنت المرفق رقم واحد للاستفادة من خدمات الشبكة ، حيث وصل عدد النواد إلى أكثر من 7000 مقهى الأنترنت مع نهاية 2009، يتداول فيها حوالي مليون شاب جزائري.¹

لكن هناك مساعي من قبل الدولة الجزائرية لتعميم الانترنت بكل المنازل، حيث تم وضع تسهيلات منذ سنة 2004 للمواطنين الذين يرغبون في الاستفادة من خدمات الانترنت في منازلهم، إذ يكفي للمواطن أن يمتلك خط هاتفي ثابت، وما عليه إلا بالتقدم بطلب للجهات الوصية بالبريد والمواصلات للحصول على الانترنت. دون أن ننسى الخدمات التي تقدمها شركات الهاتف النقال لتوفير مفاتيح الانترنت التي تشتغل عن طريق الشبكة في كل مكان² ومع توفر أجهزة الكمبيوتر المتصلة بخدمات الانترنت ، فقد يتفاعل الأفراد في البيت ، أو مكان العمل ،

¹ - محمد الفاتح حمدي، وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، مرجع سبق ذكره، ص 74.

² - محمد الفاتح حمدي، نفس المرجع، ص 62 .

أو الجامعة ، أو مقاهي الانترنت ، أو في النوادي الثقافية والاجتماعية والرياضية و الترفيهية ، إذ انتشرت ثقافة ربط المؤسسات بمختلف أنواعها بشكل كبير في السنوات الأخيرة.¹

وأمام هذه المعطيات يمكننا أن نفسر النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول المبين أعلاه بأن تعرض جمهور الطلبة للصحف في المنازل سجلت أعلى نسبة قدرت ب % 61.66 من مجموع العينة واحتلت المرتبة الأولى من بين الأماكن الأكثر تعرضا لها من قبل الطلبة ، هذا وقد حازت مقاهي الانترنت على المرتبة الثانية في أماكن الاطلاع على الصحيفة الإلكترونية بنسبة % 31.66، وتقاسم كل من نادي الجامعة ومكان العمل على المرتبة الثالثة حسب ما يوضحه الجدول بنسبة % 3.33.

2- تحليل الجدول رقم (27):

تشير النتائج المدونة في الجدول رقم (27) أن أكبر نسبة كانت لصالح فئة الطلبة المقيمين في ضواحي المدينة لتعرضهم للصحف الإلكترونية في المنازل والتي قدرت بـ % 40 ، أما فئة الطلبة المقيمة داخل المدينة فقد تعرضت للصحف الإلكترونية في المنازل بنسبة % 20 فيما سجلت النتائج (تكرار 1) من فئة الطلبة المقيمة خارج الوطن التي تتعرض لهاته الصحف في المنازل بنسبة % 1.66. وتشير النتائج أيضا تعرض طالبين فقط من مجموع عينة الطلبة للصحف الإلكترونية في أماكن العمل، إحداهما يقطن داخل المدينة والآخر في ضواحيها بنسبة % 1.66 لكلاهما ، في حين لم تسجل أي نسبة تعرض الطلبة المقيمين خارج الوطن للصحف الإلكترونية في أماكن العمل.

3- تحليل الجدول رقم (28)

يوضح الجدول أعلاه توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال لأماكن تعرضهم للصحف الإلكترونية طبق لمتغير المستوى الجامعي ، مما تشير الإحصائيات أن حصة الأسد كانت لفئة طلبة الماستر

¹ - عبد الحكيم بوغرارة ، تكنولوجيايات الاتصال الحديثة بين ترقية الصحافة و التعبير ، جريدة الشعب .

الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية في المنازل بنسبة %33.33 ، في حين كانت نسبة طلبة الليسانس %28.33 ، أما فيما يخص الفئة الأكبر التي تتعرض للصحف الإلكترونية في مقاهي الانترنت تعود إلى فئة طلبة الليسانس والمتفوقة على فئة طلبة الماستر بفارق %1.66 ، فيما تقاسم كل من نادي الجامعة والعمل مكان نفس المرتبة بنفس النسب لكلا التخصصين

(ليسانس / ماستر) والمقدرة بـ %1.66.

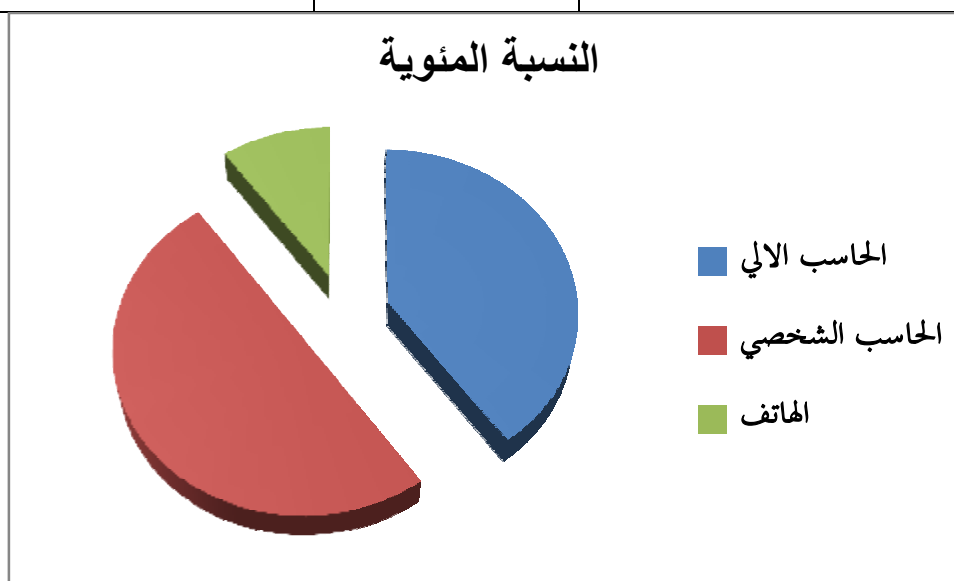
وتوصل من خلال هذه الفوارق أن غالبية الطلبة لكلا التخصصين (ليسانس / ماستر) يتعرضون للصحف الإلكترونية بشكل كبير في المنازل بنسبة %61.66 ، لتليها مقاهي الانترنت في المرتبة الثانية بـ %31.66 من نسبة التعرض ، ليتقاسم كل من نادي الجامعة والعمل على المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة %3.33 لكلاهما. ونستنتج في الأخير أن فئة طلبة الماستر يتعرضون للصحف الإلكترونية في المنازل أكثر من طلبة الليسانس على غرار الأماكن الأخرى ويعود ذلك لأن هناك بعض طلبة الليسانس لا يمتلكون أجهزة كمبيوتر أو لا تتوفر لديهم خطوط الانترنت وإذا وجدت فالاتصال البطيء لتدفق الانترنت يعيق أيضا تفاعل جمهور الطلبة بالمواقع الإخبارية ، كما نضع عامل البعد المكاني بعين الاعتبار، حيث نسجل وجود طلبة مقيمين في الاقامات الجامعية سواء إناث أو ذكور لا تسمح لهم الظروف في التصفح نظرا لإحساسهم بالعزلة على استخدامات الانترنت إلا لتلك الفئة التي تتوفر لديها الوسائل والتقنيات وهذا راجع أيضا إلى العامل المادي الذي يعتبر من العوامل الأساسية التي تأخذ بعين الاعتبار في ظل هذه الاحتمالات ، وكما تسجل النتائج أيضا أنها سجلت نسب متقاربة من طلبة الليسانس والماستر في تعرضهم للصحف الإلكترونية داخل مقاهي الانترنت ، ولتفسير ذلك نضع على قائمة الدوافع والأسباب العوامل المشير إليها سابقا عدم توافر أجهزة الكمبيوتر أو توافر خدمة الانترنت إضافة إلى أننا نجد الطالب معزول في الإقامة الجامعية إذن لا تسمح له الظروف في التصفح . فيما توصلت النتائج أيضا لوجود فئة قليلة من الطلبة العاملين سواء بمؤسسات أي كانت خدماتها يطالعون الصحف

الإلكترونية في أماكن العمل إذا توافرت لديه خطوط الانترنت والوقت الكافي خارج إطار العمل ، في حين نجد نسبة تدني لفئة الطلبة التي تتصفح الصحف الإلكترونية في نادي الجامعة كلما سنحت لهم الفرصة.

2-6- الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح على الصحف الإلكترونية

• التحليل الكمي للوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح
جدول رقم 29 : يوضح توزيع الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع الوسيلة المستخدمة للاطلاع
40%	24	الحاسب الآلي
50%	30	الحاسب الشخصي
10%	06	الهاتف النقال
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 29 يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الإلكترونية.

جدول رقم 30 : يوضح توزيع الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال مع متغير نظام الإقامة الجامعية

المجموع	الهاتف النقال		الحاسب الشخصي		الحاسب الآلي		الوسيلة المستخدمة	
	ت	%	ت	%	ت	%		
39	64.99%	06	10%	22	36.66%	11	18.33%	نظام الإقامة داخلي
21	34.99%	00	00%	08	13.33%	13	21.66%	نظام الإقامة خارجي
60	100%	06	10%	30	49.99%	24	39.99%	المجموع

• التحليل الكيفي للوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح

1- تحليل الجدول رقم (29)

نستنتج من خلال المعطيات المدرجة في الجدول الخاص بالوسيلة المستخدمة من قبل القراء في قراءتهم للمضامين الالكترونية للصحف، بأن الحاسب الشخصي هي الوسيلة الأكثر تعرضاً لها من قبل جمهور الطلبة التي احتلت الصدارة بنسبة حوالي 50% ، مما يبين في ذلك أن نصف مجموع العينة كان فضولهم الشاغر في اطلاعهم على الصحف باستخدام الحاسب الآلي ويفسر ذلك بأن جمهور الطلبة لديهم أنماط مختلفة في القراءة الالكترونية، سواء عن طريق الاتصال اللاسلكي بالانترنت برابط الويفي WIFI أو يقومون بتحميل عدد الصحيفة ويقرءونه على شكل PDF ، ونسبة 40% جاءت لصالح الفئة التي تتعرض للصحف الالكترونية بالحاسب الآلي أو جهاز الكمبيوتر العادي واحتلت المركز الثاني من التصنيف، فيما سجلت الإحصائيات نسبة قليلة من فئة الطلبة التي تفضل الاطلاع على الصحف بجهاز الهاتف النقال والتي قدرت ب 10% بفضل التطور التكنولوجي الذي نشهده اليوم أين ساهمت تكنولوجيات الاتصال إلى توفير تقنية 3G التي سهلت للمستخدم الاتصال بشبكة الانترنت بمختلف الأجهزة ذات التقنيات التكنولوجية المتطورة وكان مسعاها التفاعل مع الصحف والمواقع الإخبارية دون الأخذ

بالاعتبار عامل الوقت و المكان باستخدام أجهزة IPAD و IPHONE وغيرها من الأجهزة المستحدثة وبأقل تكلفة.

2- تحليل الجدول رقم (30)

يمكن من خلال قراءة الجدول استخلاص أن طلبة علوم الاعلام والاتصال المقيمين داخل الاقامات الجامعية يتصفحون الصحف الالكترونية على الحاسب الشخصي بنسبة %36.66 ، فيما كانت نسبة الطلبة الخارجيين الذين يطلعون بالحواسيب الشخصية بنسبة %13.33 ، وكما سجلنا أيضا نسبة تعرض الطلبة الخارجيين للصحف الالكترونية بأجهزة الكمبيوتر بنسبة %21.66 تفوقا على الطلبة الداخليين بنسبة %18.33 من استخدام الحاسب الآلي. أما فيما يخص الهاتف النقال فتوصلنا من خلال النتائج أن الطلبة الداخليين يتصفحون الصحف الالكترونية باستخدام الهواتف النقالة بنسبة %10، في حين لم تسجل أي نسبة استخدام للهواتف النقالة من قبل فئة الطلبة الخارجيين أي %00.

ونستنتج من خلال الجدول الذي يوضح علاقة الوسيلة المستخدمة للاطلاع بنظام إقامة طلبة علوم الاعلام والاتصال في الجامعات ، أن طلبة علوم الاعلام المقيمين داخل الإقامة الجامعية يستخدمون الحواسيب الشخصية في قراءة الصحف الالكترونية أكثر من الطلبة الخارجيين ، ويفسر ذلك بأن طلبة علوم الاعلام والاتصال يتفاعلون مع المضامين الالكترونية باستخدام الحواسيب الشخصية سواء من خلال الاتصال اللاسلكي بالإنترنت أي برابط الويفي الذي تصدره الإقامة من خلال قاعات الأنترت لذا نجد أنه يتصفح في أوقات معينة سواء مباشرة أو بالتحميل ، على عكس الطلبة الخارجيين الذين يستخدمونها بشكل قليل نظرا لتوافرهم على أجهزة كمبيوتر في المنازل ، وكما نستنتج من خلال النتائج أن فئة الطلبة الخارجيين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر في التفاعل مع المضامين الالكترونية أكثر من الطلبة الداخليين ، وهذا راجع إلى أن الطلبة الداخليين

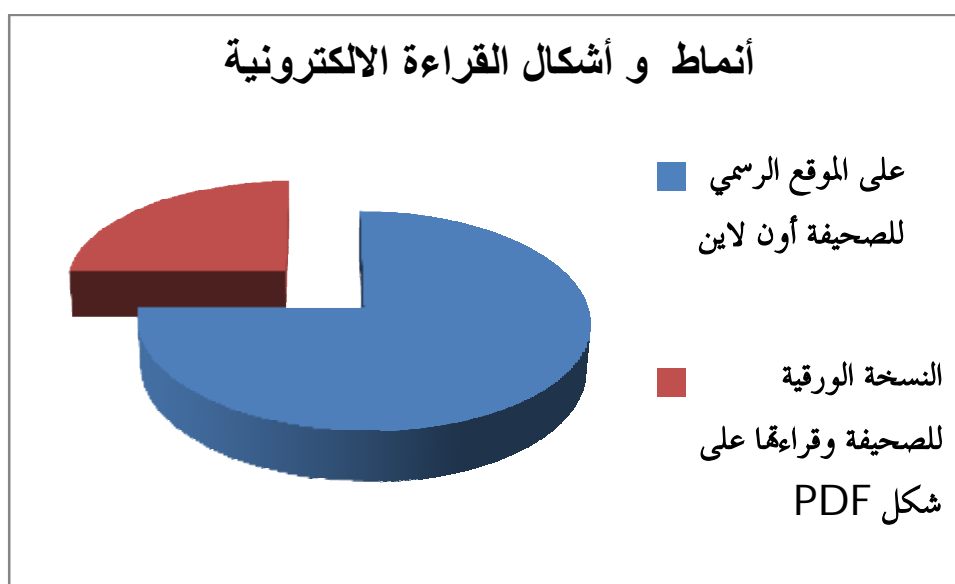
يحتون على أجهزة كمبيوتر بشكل متوفر في منازلهم أو الأماكن القريبة من محيطهم الاجتماعي ، على عكس فئة الطلبة الداخليين الذين لا يتوافرون عليها بسبب الرف المكاني والمحيط الذي يعتدون عليه ، لكن يستخدمونها بشكل قليل وهذا في مقاهي الانترنت كلما ساحت لهم الفرصة ، ونجد فيما يخص الهواتف النقالة أنها مستخدمة عند فئة الطلبة الداخليين في تصفح المضامين أكثر من فئة الطلبة الخارجييين وهذا راجع إلى توفر رابط الويفي وتطبيقية 3G في الاقامات الجامعية من أجل التفاعل ، في حين نعلل على فئة الطلبة الخارجييين الذين لا يستخدمون أجهزة الهواتف النقالة في التصفح نظرا لاستخدامه وتوافره على أجهزة أخرى في التصفح با فيها الحواسيب الآلية والشخصية. ونبين في الأخير أن عادات وأنماط الاطلاع لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال تتغير وفق تغير الظروف المكانية والزمنية في التفاعل والتصفح.

2-7- أنماط وكيفية قراءة الصحيفة الإلكترونية :

- التحليل الكمي لكيفية قراءة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحيفة الإلكترونية

جدول رقم 31: يوضح توزيع كيفية قراءة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحيفة الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
75%	45	كيفية القراءة على الموقع الرسمي للصحيفة أون لاین
25%	15	تحميل النسخة الورقية للصحيفة وقراءتها على شكل PDF
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 31 يوضح توزيع كيفية قراءة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية

جدول رقم 32 : يوضح توزيع كيفية قراءة طلبة الإعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية مع متغير المستوى الجامعي

المجموع		تحميل النسخة الورقية للصحيفة وقراءتها على شكل PDF		على الموقع الرسمي للصحيفة أون لاین		كيفية القراءة المستوى الجامعي
%	ت	%	ت	%	ت	
49.99%	30	11.66%	07	38.33%	23	ليسانس
49.99%	30	13.33%	08	36.66%	22	ماستر
100%	60	24.99	15	74.99%	45	المجموع

- التحليل الكيفي لكيفية قراءة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية

1- تحليل الجدول رقم 31 :

نتوصل من خلال هذا الجدول بأن المبحوثين لديهم أنماط مختلفة في التصفح الالكتروني ويتغير فحوى الاستخدام من شخص إلى آخر حسب والظروف المحيطة به ، وفي ظل هذه المعطيات المقترحة للمبحوثين نستنتج بان جمهور الطلبة لديهم أساليب و طرق و استخدامات مختلفة في الاطلاع على المضامين الالكترونية ، فهناك من يفضل القراءة الصحفية على الموقع الرسمي للصحيفة بخط أون لاین والتي قدرت نسبتهم ب 75% نتيجة التدفق الهائل لشبكة الانترنت في جميع أنحاء الوطن وبالحفاص في المنزل وأماكن العمل ، وسجلت نسبة معقولة ما يقارب 25% من مجموع الطلبة الذين يحملون النسخ الورقية للصحيفة و يقرؤونها على شكل PDF ، ويفسر تفضيل جمهور الطلبة لهذا الاحتمال لضيق الوقت عندهم في الاطلاع داخل مقاهي الانترنت والتي تتطلب تكلفة عالية مما يحمل العدد على شكل PDF وبواسطة FLASH لقراءتها دون تأخير لظروف عددها سابقا والتي تأخذ يعين الاعتبار كعامل الوقت والتكلفة .

2- تحليل الجدول رقم 32 :

يوضح الجدول رقم (32) أن أكبر نسبة في النتائج المتوصل إليها كانت لفئة طلبة الماستر الذين يتصفحون الصحف الالكترونية مباشرة من الموقع الرسمي بنسبة لفئة طلبة الليسانس الذين يتصفحون الصحف الالكترونية مباشرة من الموقع الرسمي بنسبة 38.33% مقابل 36.66% لفئة الطلبة الماستر ، فيما سجلت النتائج نسب متقاربة نوعا ما، في نجد أن أكبر نسبة فيما يخص فئة المبحوثين الذين يقومون بتحميل المحتويات وقراءتها على شكل PDF تعود لطلبة الماستر بنسبة 13.33% مقابل 11.66% لفئة طلبة الليسانس .

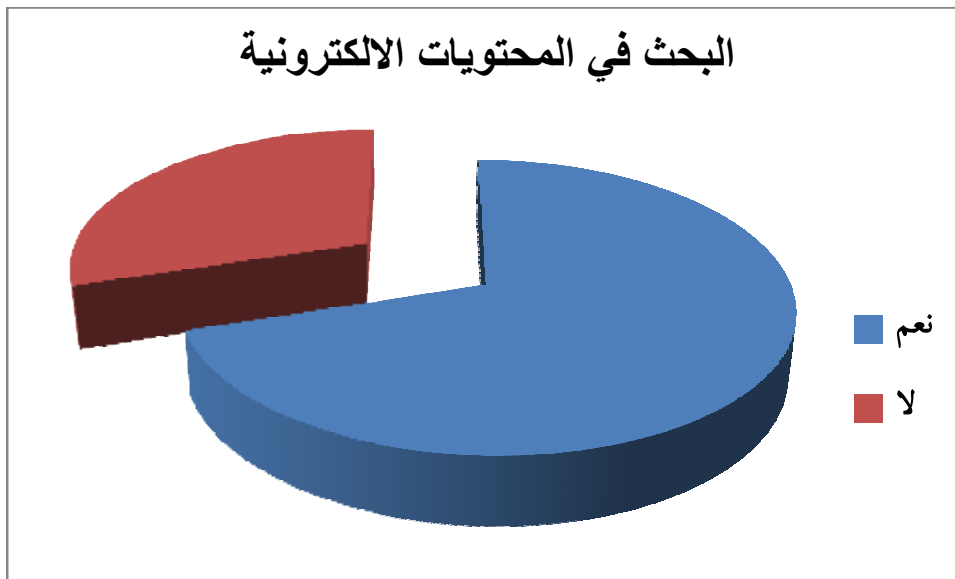
ونستنتج من خلال هاته التعليقات وجود تقارب نسبي لفئتي طلبة الماستر والليسانس في الاطلاع المباشر على المواقع الرسمية أون لاین وهذا راجع إلى توافر الطلبة على خدمات الانترنت بشكل وفير ومستمر في أماكن التعرض لها نتيجة تدفق الهائل لشبكة الانترنت لا يعيق ذلك مع إتاحة الوقت الكافي للتصفح والتفاعل ، وكما نسجل أيضا نسب متقاربة نوعا لكل من طلبة الماستر والليسانس وذلك بفارق قليل لصالح فئة طلبة الماستر بنسبة ، في اعتمادهم على الصحف الإلكترونية من خلال تحميلها وقراءتها على معالج النصوص PDF . ولسبب تفضيل جمهور الطلبة خدمة التحميل بدلا من التصفح المباشر راجع إلى احتمالات كثيرة عامل الوقت مثلا، فلعدم توفر الوقت الكافي لديهم يجعلهم يحملون الأعداد بشكل سريع ثم يقرؤونها فيما بعد نظر لضيق الوقت المستغل في الدراسات وانشغالات أخرى سواء في استخدام الانترنت لأغراض بحثية ، علمية ، أكاديمية ، أما العامل الثاني فيعود إلى التكلفة الباهظة ، فبالتالي الطالب الذي لا يتوفر على خطوط الانترنت في المنزل لا يمكنه استغلال كل الوقت لديه في التصفح المباشر للمواقع الإخبارية داخل مقاهي الانترنت نظرا لتكلفتها العالية . أو راجع للاتصال البطيء بشبكة الانترنت الذي يعيق القارئ في التصفح على الموقع مباشرة ، إضافة إلى العامل الذي أشرنا إليه سابقا والمتمثل في نقص تدفق الانترنت الذي يعيق القارئ من التصفح المباشر ، إذ يلجأ هنا إلى تحميل العدد وتصفحه بشكل مريح.

2- 8- آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الالكترونية.

• التحليل الكمي لآراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الالكترونية.

جدول رقم 33 : يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الصحفية

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع البحث في محتويات الصحيفة
70%	42	نعم
30%	18	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 33 يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الصحفية

جدول رقم 34 : يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من خدمة البحث في محتويات الصحافة الإلكترونية مع متغير التخصص .

المجموع		لا		نعم		خدمة البحث في المحتويات
%	ت	%	ت	%	ت	
49.99%	30	11.66%	07	38.33%	23	اتصال وعلاقات عامة
49.99%	30	18.33%	11	31.66%	19	صحافة مكتوبة
100%	60	29.99%	18	69.99%	42	المجموع

• التحليل الكيفي لآراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الصحفية

1- تحليل الجدول رقم 33

يتضح من خلال الجدول المبين في الأعلى توزيع المبحوثين في سبل البحث داخل المحتويات الصحفية ومدى اهتمامهم في النزول إلى المواقع الصحفية للتعلم داخل الأخبار و الموضوعات نظرا لاتساع مساحات الصحف الإلكترونية ، وسجلت نسبة 70% من مجموع الطلبة الذين يوافقون على هذا الاحتمال ويتعمقون بداخل المحتويات قصد البحث في الموضوعات والأخبار وتتابعها من خلال النزول إلى روابط النصوص والإبحار في التفاصيل. في حين كانت نسبة الطلبة التي ترفض خدمة البحث في المحتويات والاكتفاء فقط بمختصرات العناوين بمقدار 30% .

2- تحليل الجدول رقم 34

تبين من خلال نتائج الجدول المتعلق إتاحة الصحف الإلكترونية لجمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة البحث في المحتويات منع متغير التخصص ، ويمكن التوصل إلى أن 38.33% من طلبة اتصال وعلاقات عامة الذين جابوا ب (نعم)أي بمعناه يبحثون بداخل المحتويات الإلكترونية

و يتعمقون في موضوعاتها مقابل فئة الطلبة التي أجابت (لا)، أما نسبة طلبة الصحافة المكتوبة الذين يستخدمون خدمة البحث والتعمق في المحتويات وكانت اجاباتهم ب (نعم) وسلت نسبة موافقتهم إلى 31.66% ، مقابل 18.33% الذين أجابوا ب (لا).

III. دوافع ومبررات مطالعة الصحف الإلكترونية

• التحليل الكمي لدوافع ومبررات مطالعة طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية

جدول رقم 35: يوضح توزيع أفراد العينة لدوافع ومبررات مطالعة طلبة علوم الاعلام والاتصال

للصحف الإلكترونية

معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		التوزيع	الدوافع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
5%	3	0%	0	6.66 %	4	60%	36	28.33%	17		التفاعلية والمشاركة
1.66%	1	1.66%	1	6.66%	4	68.33%	41	21.66%	13		السرعة والفورية .
0%	0	3.33%	2	10%	6	50%	30	36.66%	22		استخدام الوسائط المتعددة وتقنية النص الفائق.
0%	0	3.33%	2	11.66%	7	58.33%	35	26.66%	16		المرونة والسهولة.
0%	0	8.33%	5	31.66%	19	46.66%	28	13.33%	08		الشمولية و العمق المعرفي.
0%	0	8.33%	5	21.66%	13	48.33%	29	21.66%	13		التنوع والتشعب في مضامينها
5%	3	6.66%	4	10%	6	45%	27	33.33%	20		توفير الوقت والجهد والراحة مع قلة تكاليفها.
1.66%	1	1.66%	1	8.33%	5	45%	27	43.33%	26		خاصية الأرشفة الإلكترونية وإمكانية الرجوع إلى الأعداد السابقة
1.66%	01	6.66%	04	18.33%	11	48.33%	29	25%	15		بخصيبي الالجاههيرية واللاتزامنية.
100	60	100	60	100	60	100	60	100	60		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المدرج تحت عنوان " دوافع ومبررات مطالعة الصحف الإلكترونية ومن خلال وضع مقياس ليكرت والتي اشتمل على إجابات محددة من قبل أفراد العينة بالعبارات التالية " موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة وقد كانت الإجابات كالآتي :

لاشك أن هناك دوافع ومبررات وراء الانجذاب المتزايد للقراء حول المحتويات الإلكترونية، نظرا للخصائص التكنولوجية التي تمتاز بها الصحافة الإلكترونية والتي تتيح بدورها خدمات وممارسات تفاعلية عديدة للمستخدم مما أصبح لديه اهتمام كبير بالمطالعة الإلكترونية والتي غيرت في عاداته و أنماطه القرائية بدلا من التصفح الورقي الكلاسيكي، بفضل هذه الخصائص التي أتاحتها شبكة الانترنت للمستخدم وسهلت له طريقة التفاعل و المشاركة في نشر وتلقي المضامين الإعلامية ، ولهذا اقترحنا عدة أسباب يختار منها الباحثون ما يروونه مناسباً لهم.

الدافع الأول: لأنها تمتاز بالتفاعلية و المشاركة

ومن أبرز المبررات التي دفعت بالجمهور الطلبة للتعرض للصحف الإلكترونية على أساس أنها تتيح التفاعلية و المشاركة مع المحتويات كالتعليق و النقد وإبداء آرائه على الموضوعات إضافة إلى حرية استطلاع الرأي العام ، مما أتوصلنا من خلال هذه الخاصية التي افترضناها كدافع لاطلاع طلبة علوم الاعلام و الاتصال على الصحف الإلكترونية إلى النتائج التالية :

ولقد اتفق 60% من الباحثين على قبولهم الشديد بأن خاصية التفاعلية و المشاركة التي تمتاز بها الصحف الإلكترونية و التي دفعت الواسع بالمحتويات الإلكترونية. فيما سجلت 28.33% بنسبة موافق لفئة الطلبة التي توافق على أن خاصية التفاعلية والمشاركة في المحتويات كانت دافع لاستخدامهم للصحف الإلكترونية ، وكانت نسبة 6.66% من جمهور الطلبة التي كانت إجابتها محايدة فيما يخص ميزة التفاعلية و المشاركة قد تعتبر مبررا في مطالعتها للصحف الإلكترونية ، و نسبة 5% من مجموع العينة التي تعارض بشدة لوجود هذه الخاصية في الصحف الإلكترونية ولا

تعتبر إطلاقاً سبباً في مطالعتها. في حين لم تسجل أي إجابات لمؤشر " معارض " باعتبار أن خاصية التفاعلية و المشاركة من أبرز عوامل جذب الطلبة إلى الاهتمام بمطالعة الصحف الإلكترونية.

الدافع الثاني: لأن الصحافة الإلكترونية تمتاز بالسرعة والفورية

وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها فقد كانت نسبة % 68.33 بمؤشر " موافق " لفئة الطلبة التي تهتم بمطالعة الصحف الإلكترونية بدافع السرعة والفورية في نشر مضامينها ، و % 21.66 بمؤشر " موافق بشدة " بالنسبة لفئة الطلبة التي تطالع الصحف الإلكترونية بسبب توفرها على خاصية السرعة والآنية في نشر الأخبار و الموضوعات. مما كانت إجابات الطلبة المحايدة لمطالعتها للصحف الإلكترونية بدافع السرعة والفورية بنسبة % 6.66 بمؤشر " محايد " ، في حين سجلت النتائج نسبي % 1.66 من فئة الطلبة المعارضة والمعارضة بشدة لقراءتها الصحف الإلكترونية بسبب تميزها بخاصية السرعة والفورية.

الدافع الثالث : لأن الصحافة الإلكترونية توفر استخدام الوسائط المتعددة (النص / الصوت /

الصورة)

يتضح من خلال النتائج المرسومة في الجدول تسجيل نسبة % 50 بمؤشر " موافق " لفئة الطلبة التي توافق على أنها تطالع الصحف الإلكترونية لأنها توفر لقراءتها استخدام الوسائط المتعددة ، والاحترافية في طريقة عرض المضامين بالصوت والنص و الصورة ذات جودة العالية لجذب القارئ نحو تصميم هذه المواقع و التي تسهل بدورها انتقاء المعلومات بنمطية النص الفائق و مختلف أشكال الوسائط multimedia تفضيلاً على الصحف المطبوعة ووسائل الاعلام الكلاسيكية الأخرى. وجاءت نسبة % 36.66 بمؤشر " موافق بشدة " من مجموع طلبة علوم الاعلام و الاتصال التي توافق بشدة على أن من دوافع اطلاعها على الصحف الإلكترونية لراجع لتوافرها على خدمة الوسائط المتعددة وتقنية النص الفائق ، أما النسبة التي

تقدر ب 10% بمؤشر " محايد" تخص فئة الطلبة التي تعطي إجابات فيما يخص تجاوب القراء مع الصحف الإلكترونية يعود في احتوائها على خدمة الوسائط المتعددة و النص الفائق ، في حين سجلت نسبة 3.33% بمؤشر "معارض" مشاركة ضئيلة بالنسبة للطلبة التي تعارض في إجاباتها على أن سبب اهتمام ومطالعة القراء للصحف الإلكترونية يقوم على أساس تميزها بخدمة الوسائط المتعددة ، ولم يسجل المقياس أي معارضة شديدة من قبل جمهور الطلبة أي نسبة 00% حول استخدام الصحف الإلكترونية بدافع الاعتماد على الوسائط المتعددة .

الدافع الرابع : لأن الصحف الإلكترونية تمتاز بالسهولة والمرونة في التعامل مع المادة الإخبارية

في سرد لنتائج الجدول المبين أعلاه تبين من خلاله أن أغلب إجابات المبحوثين بمؤشر " موافق" والتي مثلت بنسبة 58.33% تعود إلى فئة الطلبة التي تطالع الصحف الإلكترونية بدافع السهولة والمرونة في التعامل مع المادة الخبرية على عكس الصحف الورقية ، ويمكن تفسير ذلك بأن الصحف الإلكترونية تمتاز بخاصية السهولة والمرونة في عرض مضامينها والتي تكون سهلة الاستخدام من جانب المتلقي. وكانت نسبة الطلبة التي أجابت بمؤشر "موافق بشدة" تقدر ب 26.66% وهذه الفئة التي أصرت في إجاباتها على أن دافع تفاعل القراء مع الصحف الإلكترونية راجع لامتيازها بخاصية السهولة والمرونة ، وتمثلت نسبة 11.66% لفئة الطلبة التي أجابت بمؤشر " محايد" ، لعدم إعطاء إجابات مقنعة حول مدى امتياز الصحف الإلكترونية على خاصية السهولة والمرونة في تعاملها مع المادة الإخبارية ، وكانت الفئة التي أعطت إجابات معارضة حول دافع استخدام القراء للصحف الإلكترونية نظرا لسهولتها ومرونتها في معالجة المواضيع الإعلامية قد قدرت بنسبة 3.33% من مجموع العينة ،

في حين لم تسجل أي نسبة معارضة شديدة ب 00% من قبل طلبة الاعلام والتي تؤكد أن سبب مداومة القراء على الصحف الإلكترونية لا يرجع إلى سهولتها وبساطتها في نشر المضامين وانتقائها الميسر من قبل المتلقي.

الدافع الخامس : لأن الصحافة الإلكترونية تمتاز بالشمولية والعمق المعرفي نظرا لاتساع المساحة

تحصلنا في ضوء هذه النتائج على نسبة 46.66% من فئة الطلبة التي أجابت على مؤشر " موافق" انطلاقا على أن سبب تفاعل القراء بالصحف الإلكترونية راجع إلى ميزة الشمولية والعمق المعرفي التي تمتاز بها الصحافة الإلكترونية من خلال أنها غير مقيدة بالمساحة الإعلامية بحيث تتيح للقارئ حرية الاتساع و التعمق في الأخبار و الموضوعات و النباش في تفاصيلها بفضل تقنية النص الفائق التي تسهل للمستخدم التعمق في الموضوعات من خلال إحالته نحو الروابط الممشطة. في حين سجلت نسبة 31.66% على مؤشر "موافق بشدة" بالنسبة لفئة الطلبة وعلى موافقتها الشديدة بأن من دوافع ومبررات مطالعة القراء للصحف الإلكترونية لتميزها الفعال بخاصية الشمولية والعمق المعرفي نظرا لاتساع صفحاتها ، وقدرت نسبة الفئة التي قدمت إجابات محايدة على أن توافر الصحافة الإلكترونية على الخصائص التكنولوجية بما فيها

الشمولية واتساع المساحة هي الدافع الحقيقي بالطلبة على الاهتمام الواسع بمطالعتها و التفاعل بخدماتها. فيما وصلت نسبة الطلبة التي تعارض على هذه الدوافع إلى 8% .33، حيث لم نتوصل إلى أي إجابة من قبل جمهور الطلبة على درجة " معارض بشدة" أي (نسبة صفرية % 00) ، مما نشهد في الأخير أنه لا توجد آراء حول المعارضة الشديدة من قبل الطلبة على أن خاصية الشمولية و الاتساع هو سبب مداومة القراء على الصحف الإلكترونية.

الدافع السادس: لأن محتوى الصحافة الإلكترونية متنوع ومتشعب وتفتح مجالات كبيرة للمعرفة

تبين من خلال المقياس وجود اختلافات في آراء الطلبة وتوجهاتهم نحو دوافع مطالع القراء للصحف الإلكترونية، أين كانت أكبر نسبة بـ48.33% لفئة الطلبة التي أجابت ب" موافق" والتي تؤكد بأن التنوع في مضامين الصحف الإلكترونية ومساهمتها في فتح مجالات معرفية كبيرة للقارئ جعل لهذا الأخير فضول واهتمام قوي بمطالعتها والتفاعل مع محتوياتها. وتليها فئة الطلبة الذين

أجابت ب " موافق بشدة" بنسبة 21.66% على أن سبب تجاوب القراء على الصحف الإلكترونية يعود إلى التنوع في مضامينها و إتاحة الروابط الشعبية ، وأجابت فئة أخرى من الطلبة ب " محايد" والتي وصلت نسبتها إلى نفس النسبة السابقة 21.66% التي لم تقدمت وجهات نظر محايدة على ذلك، وسجلت نسبة 8.33% والتي تخص بعض الطلبة الذين أجابوا ب " معارض" وهي نسبة معارضة ضئيلة فيما يتعلق ب هذه الخاصية التكنولوجية مقارنة بالنسب الأخرى ، ولم نسجل في الأخير أي نسبة معارضة شديدة من قبل الفئة التي ترى بأن خاصية التنوع التي تمتاز بها الصحافة الإلكترونية ليست هي الدافع الحقيقي في إقبال القراء على الصحف الإلكترونية .

الدافع السابع : لأن الصحافة الإلكترونية تعمل على توفير الوقت و الجهد مع قلة التكاليف

يتضح لنا في هذا المقياس بأن طلبة الاعلام قد طرحوا آراء متفاوتة حول أن الصحافة الإلكترونية تعمل على تقديم خدماتها للمستخدم بوقت وجهد أقل وبتكاليف معقولة هي المبرر الأساسي لانجذاب القراء نحو الصحف الإلكترونية و التفاعل مع مضامينها والتعرض لها في كل مكان وفي أي زمان فيما وصلت نسبة الفئة التي وافقت على أن القراء يهتمون بمطالعة الصحف الإلكترونية ويفضلونها على المطبوع الورقي إلى 45% نظرا لقلة تكاليفها ولا تتطلب جهدا إضافة إلى أنها توفر الوقت الكافي للمستخدم في قراءة الأخبار و الموضوعات والمشاركة في إبداء الرأي والتعليق على المضامين وغيرها من الخدمات ، وتليها نسبة 33.33% من مجموع الطلبة الذين يوافقون موافقة شديدة على أن للقراء فضول واهتمام بالقراءة المضامين الإلكترونية ، وسبب هذا الفضول الواسع راجع لقلة جهدها وتكلفتها والوقت الوفير، ثم نسجل 10% فيما يخص نسبة الطلبة التي تعطي آراء محايدة في ذلك نظرا لتردها في الإجابات ، وكما تقدر نسبة الطلبة التي تعارض على أن الامتيازات السابقة التي تقدمها الصحافة الإلكترونية باعتبارها دافع للقراء في التجاوب مع مضامينها ب 10% ، وسجلت نسبة مشاركة قليلة فيما يخص الاقتراح الأخير الذي يعود لفئة الطلبة المعارضة بشدة لهذا الدافع والمقدرة ب 5%.

الدافع الثامن : لأن الصحافة الإلكترونية تمتاز بخاصية الأرشفة الإلكترونية

وعلى ضوء النتائج الموضحة في الجدول أعلاه توصلنا إلى أن أكبر نسبة والتي قدرت ب 45% من إجابات أفراد العينة ب " موافق " ، أي مدى قبولها فكرة بأن الانتشار المتزايد في الإقبال على الصحف الإلكترونية يعود إلى توفرها على خدمة الأرشفة الإلكترونية ، مما تسهل للمستخدم الرجوع إلى الأعداد السابقة بشكل فوري والمواضيع الأخرى التي لاقى اهتماما من قبله بشكل مختصر ومبسط استعانة بمجموعة من التطبيقات بدلا من الصحف الورقية التي ينتظر متصفحها حتى الغد لكي يطالعوا عدد اليوم ، فيما قدم بعض الطلبة إجابات مصرة والتي توافق بشدة على أن خدمة الأرشفة الإلكترونية يعتبر بدوره دافعا في تجاوز القراءة مع الصحف الإلكترونية والتي قدرت نسبتها ب 43.33% ، فيما وصلت نسبة 8.33% لفئة الطلبة التي كانت محايدة في ذلك ، كون أنه لم يكمن لديها إجابات مقنعة في ذلك ، أما نسبة 1.66% كانت لصالح بضع طلبة الدين أقدمت على معارضة ذلك والقول أن خدمة الأرشفة الإلكترونية الفوري التي تتوفر في تطبيقات الصحافة الإلكترونية ليس سببا في تفاعل الجمهور معها والتطلع على صفحاتها ، وكما توصلنا إلى إجابات محدودة والتي تخص فئة الطلبة التي تعارض معارضة شديدة لذلك والتي سجلت نفس النسبة السابقة.

الدافع التاسع : لأن الصحافة الإلكترونية تمتاز بخاصية اللامهيرية واللاتزامية

في قراءة للنتائج توصلنا إلى أن نسبة طلبة التي وافقت على أن خاصية اللامهيرية واللاتزامية من امتيازات الصحافة الإلكترونية قدرت ب 48.33% ، وبالتالي فهي سبب وجيز في إقدام القراء على تصفح محتوياتها والاستعانة بخدماتها التفاعلية و المشاركة ، لتليها فئة الطلبة التي وافقت بشدة على ذلك بنسبة 25% ، فيما نجد بعض الطلبة الذين طرحوا آراء محايدة على أساس خاصية اللامهيرية واللاتزامية من دوافع اطلاع القراء على الصحف الإلكترونية وكانت

نسبتهم تصل إلى 18.33% ، إلا أننا نجد بعض الطلبة الذين يعارضون في ذلك وتقدر نسبة إجاباتهم ب 6.66% ونسجل في الأخير نسبة ضئيلة لعدد قليل من الطلبة الذين أجابوا بدرجة " معارض بشدة" والمقدرة ب 1.66% ، حيث يعتقدون من خلال إجاباتهم المدرجة في استمارة الاستبيان أن خاصيتي اللاجماهيرية و اللاتزامنية لم تكن دافع فاعل في تعلق الجمهور بالصحف الإلكترونية .

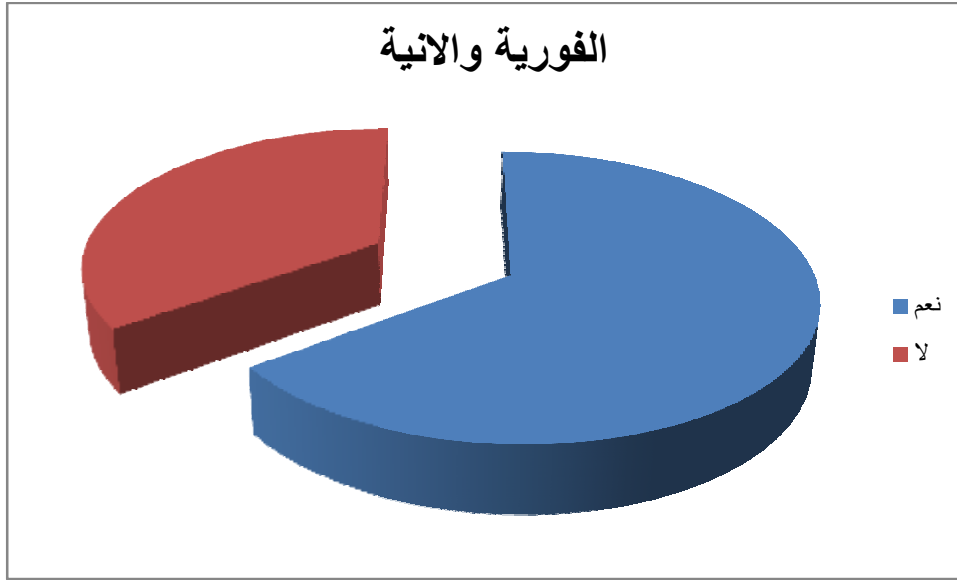
IV. تغير أنماط القراءة لدى طيبة علوم الاعلام والاتصال

4-1- آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات

• التحليل الكمي آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات

جدول رقم 36: يوضح آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
		الفورية والآنية
65%	39	نعم
35%	21	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 36 يوضح آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات

• التحليل الكيفي آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات

أجاب 65% من المبحوثين بـ " نعم " ، أي أن القراء ينتقون المعلومات و الأخبار بشكل فور واني Online ، فيما كانت نسبة الطلبة التي أجابت بـ " لا " فيما كانت نسبة الطلبة التي أجابت بـ " لا " 35% .

ونشير من هذا الارتفاع النسبي بأن الصحافة الإلكترونية لديه السرعة في نشر المعلومات إلى أكبر شريحة وفي أوسع نجمع محلي ودولي وفي أسرع وقت أي بشكل فوري ، أي في أي ساعة من ليل ونهار دون التقيد بالقيود التي تحد من قدرة الصحافة الورقية على ذلك.

2-4- آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية

- التحليل آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية

جدول رقم 37: يوضح آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات الاشتراك في القوائم البريدية
23.33%	14	نعم
76.67%	46	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 37 يوضح آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية .

- التحليل الكيفي لآراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية.

يظهر من خلال البيانات المدونة في الجدول أن معظم المبحوثين لا يشتركون في القوائم

البريدية الخاصة بمواقع الصحف الإلكترونية بما يعادل 76.67% مقابل 23.33% للذين

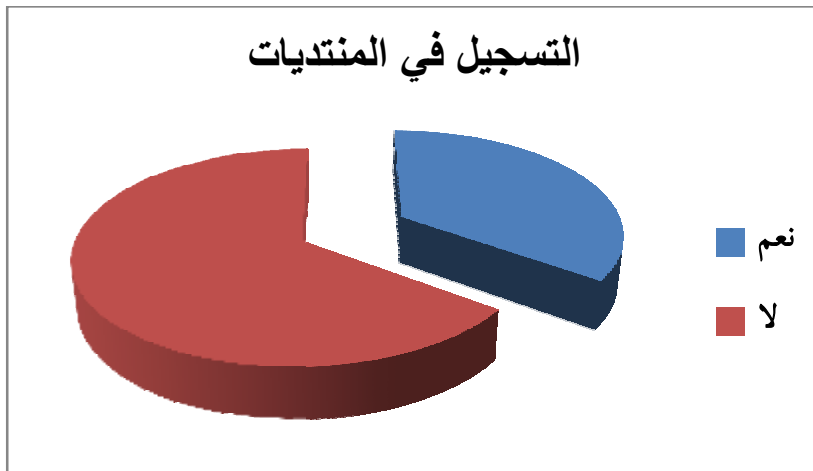
يشتركون في القوائم البريدية لغرض مناقشة الأخبار و الموضوعات المدرجة في صفحات الموقع مع باقي المستخدمين بما فيها الزوار والصحفيين ذوي المسؤولية الإعلامية ، وقد يكون سبب عدم مشاركة القراء في القوائم البريدية راجع لاكتفائهم فقط بالتفاعل مع المضامين أي قراءتها و التعليق عليها داخل صفحات الموقع (المشاركة) لأن المتلقي في العملية الاتصالية بـممه مضمون المعلومة فقط ودرجة تفاعله بها.

4-3- آراء الباحثين التحليل الكيفي لآراء الباحثين حول الاشتراك في القوائم البريدية.

• التحليل الكمي لآراء الباحثين حول التسجيل في المنتديات الإلكترونية

جدول رقم 38 : يوضح آراء الباحثين حول التسجيل في المنتديات الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
35%	21	التسجيل في المنتديات نعم
65%	39	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 38 يوضح آراء الباحثين حول التسجيل في المنتديات الإلكترونية

• التحليل الكيفي لأراء المبحوثين حول التسجيل في المنتديات الإلكترونية

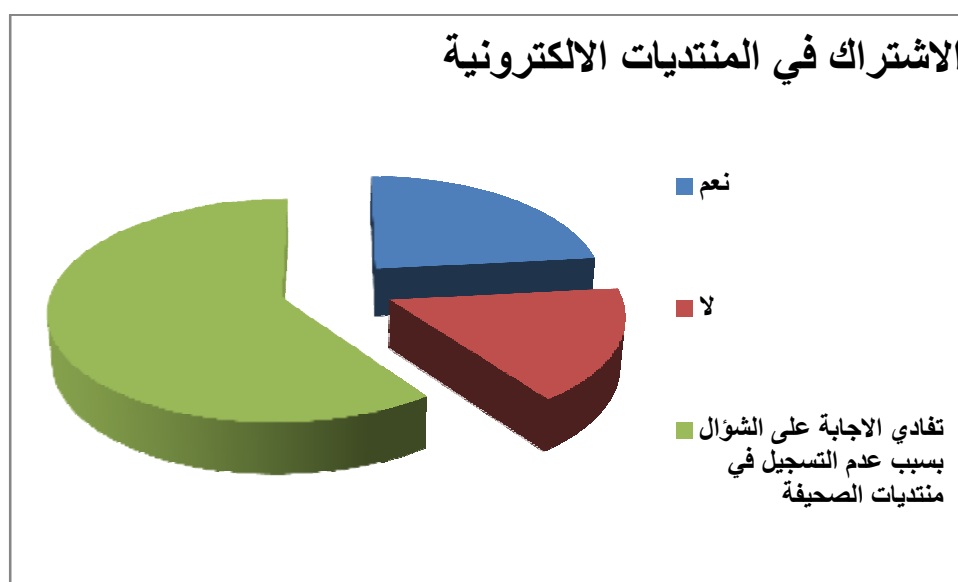
تعد منتديات الحوار الإلكترونية إحدى أهم الخدمات التفاعلية التي توفرها مختلف مواقع الصحف ، إذ تضم فضاءات متنوعة لكل المستويات والأذواق ، ويساهم فيها المشتركون باستمرار حسب المواضيع التي تمهمهم.

ويظهر من خلال البيانات المدونة في الجدول أن غالبية المبحوثين لا يسجلون أنفسهم في منتديات الصحف الإلكترونية ، وما يقارب نسبة 65% مقارنة بفئة الطلبة التي لا تسجل في هذه المنتديات وكانت نسبتها 35% ، ويمكن أن نفسر هذا بوضع احتمالات قد تكون صائبة أو قد تكون خاطئة ، فحسب رأيي أن كباحث لهذه الدراسة أن سبب عدم التسجيل يعود إلى افتقاد الصحف الإلكترونية الجزائرية لخدمات المنتديات ، أو قد يكون السبب في ميل معظم قراء الطلبة للخدمات التفاعلية البسيطة كما تحدثنا عليها في الجدول السابق ، بحيث لا يحتاج جمهور الطلبة هنا إلى بروتوكولات التسجيل واستعمال كلمة سر خاصة بالبريد الإلكتروني ، مما تتطلب عملية التسجيل في النزول إلى روابط عديدة و التي تتطلب منه وقتا أكبر وتكلفة مالية كبيرة مما يجد نفسه محبطا ومتعبا وغير مستعد لها.

4-4- آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية

- التحليل الكمي لآراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية
- جدول رقم 39: يوضح آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع
23.33%	14	الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية نعم
16.66%	10	لا
60%	36	تفادي الإجابة بسبب عدم التسجيل في المنتديات
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 39 يوضح آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية.

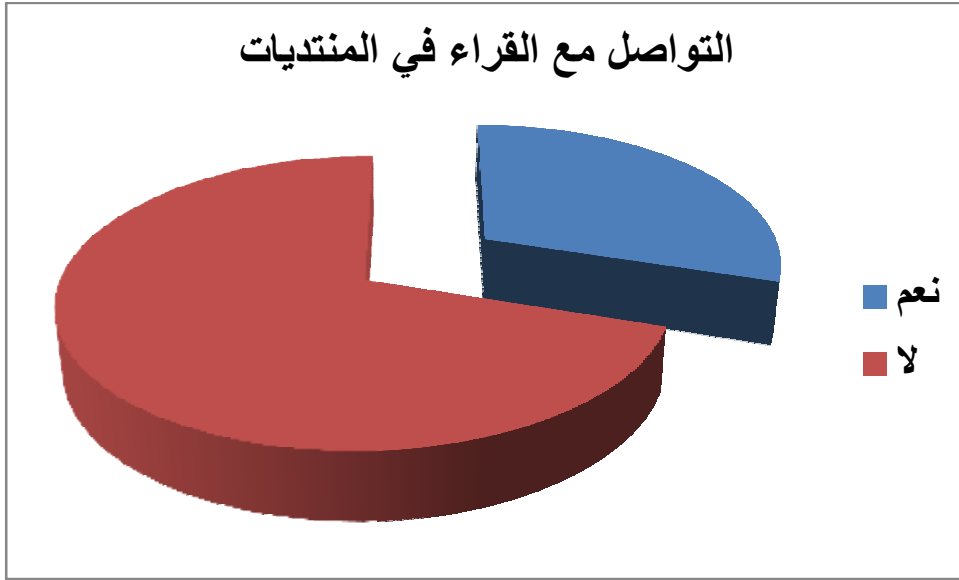
• التحليل الكيفي لأراء المبحوثين حول الاشتراك في المنتديات الإلكترونية للمواقع الصحفية تبين النسب المتحصل عليها في الجدول أن ما نسبته 60% من أفراد العينة أي أكثر من النصف تفادوا الإجابة عن هذا السؤال في استمارة الاستبيان كونهم لا يسجلون أنفسهم في منتديات الصحف الإلكترونية وبالتالي لا يطرحون آرائهم حول الاشتراك في هذه المنتديات إذا كان أفراد العينة لا يجذون عملية التسجيل فيها ، وبلغت نسبة الطلبة التي أجابت بـ "نعم" 23.33% مقابل فئة الطلبة التي لا تشارك في هذه المنتديات رغم أنها تسجل فيها ، ويمكن أن نفسر ذلك بأن طلبة علوم الاعلام يسجلون في المنتديات لكن لا يشاركون فيها سواء لم تمنح لهم الفرصة في المشاركة أو نظرا لضيق الوقت ، وقد يكون هناك عامل آخر يرجع إلى اكتفائه في إدراج مشاركاته وتعليقاته وآرائه فقط في إطار التعليق .

4-5- آراء المبحوثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية.

• التحليل الكمي لأراء المبحوثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية.

جدول رقم 40: يوضح آراء المبحوثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	30%
لا	42	70%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 40 يوضح آراء الباحثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية

- التحليل الكيفي لآراء الباحثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية.

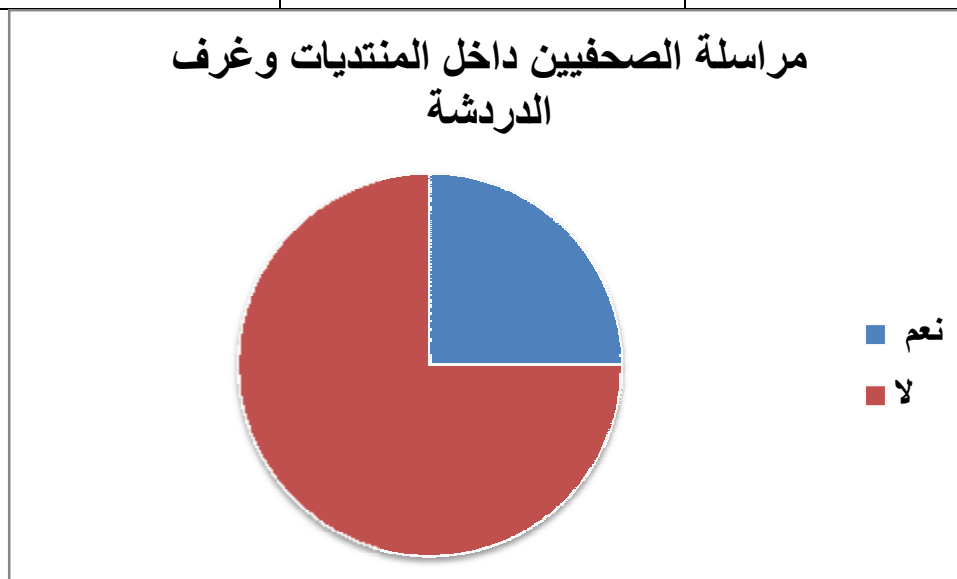
تتعاظم التفاعلية في المواقع الصحفية كلما كانت الهدف من ورائها تبادل المعلومات ومعرفة الآراء وتمكين طلبة الاعلام من التفاعل و التواصل مع باقي المستخدمين في المنتديات وغرف الدردشة تكيفا مع محتويات الموقع ، حيث من الملاحظ أن غالبية الطلبة والتي وصلت نسبتهم إلى 70% لا يتواصلون مع باقي المستخدمين في غرف الدردشة والمنتديات ما يقابل نسبة 30% للفئة التي تتواصل وتتفاعل داخل هذه المواقع في حالة اشتراكها بها .

4-6- آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .

• التحليل الكمي لآراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .

جدول رقم 41 : يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	25%
لا	45	75%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 41 يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة

• التحليل الكيفي لآراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين

انطلاقاً من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة

يتضح من خلال البيانات المدونة في الجدول أن معظم أفراد العينة لا تتواصل مع صحفيي ومسؤولي المواقع الإخبارية الرسمية داخل منتديات وغرف الدردشة والتي قدرت بنسبة 75% من مجموع العينة ، نظراً لصعوبة الاتصال بصحفيي مسؤولي هذه المواقع أو راجع إلى عدم توافر خدمة إمكانية التواصل مع الصحفيين داخل غرف الدردشة والمنتديات ، ونسبة 25% لباقي أفراد العينة التي تتواصل مع صحفيي ومسؤولي الصحف الإلكترونية استعانة بها من أجل جلب معلومات و إفادات حول المعالجة الإعلامية لهذه المواضيع أو إعطاء بعض التقييمات والنصائح حول كل ما يتعلق بالتخصص الموقع بحد ذاته سواء من ناحية الإخراج (التصميم /المحتوى).

4-7- دخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء

على القضايا و الموضوعات المهمة

التحليل الكمي لدخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي

المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة

جدول رقم 42 : دخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي

المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة .

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
38.33%	23	نعم
61.66%	37	لا
100%	60	المجموع



شكل بياني رقم 42 دخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة .

• التحليل الكيفي لدخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة

وعلى ضوء النتائج المتحصل عليها في الجدول المبين أعلاه أن الأكثر من نصف أفراد العينة لا يدخلون في حوارات و نقاشات مع المستخدمين لهاته المواقع تعليقا على القضايا و الموضوعات الهامة والتي مثلت بنسبة 61.66% و يعود رفض القراء مناقشة المواضيع و القضايا البارزة في صفحات الموقع والتي تعتبر من أولوياتهم التي تتطلب التفسير و الفهم المعمق لها كون هؤلاء القراء لا يمتلكون قوائم بريدية بداخل المنتديات إلى عامل الوقت و التكلفة، الذي لا يسمح للقراء فرصة في التواصل مع المستخدمين و الاتصال بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو داخل المواقع الشخصية ، فيما كانت النسبة المقدرة بـ 38.33% لفئة الطلبة التي تناقش الموضوعات و الأخبار مع الصحفيين داخل غرف الحوارات الإلكترونية، و أسلوب المناقشة و التواصل يرتبط بحسب توفر الصحف الإلكترونية على خدمات الحوار و إتاحتها لمستخدميها.

4-8 - طبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم .

- التحليل الكمي لطبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم جدول رقم 43: يوضح طبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم.

النسبة المئوية	التكرار	التوزيع نمط المحتويات
28.33%	17	صور و كاريكاتير
51.66%	31	فيديو
55%	33	نصوص

- التحليل الكيفي لطبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم

تتيح الصحافة الإلكترونية للمستخدم تطبيقات تكنولوجية مستحدثة على صفحاتها من بينها خدمة الوسائط المتعددة Multimedia ، حيث يعمل هذا النظام على عرض محتويات موقع الصحيفة بالصوت و النص والصورة بطريقة نظامية واحترافية مع استخدام عوامل الجذب (الألوان والرسومات والأشكال و المخطوطات) ، في حين يسهل هذا الأخير للمستخدم سهولة انتقاء المعلومات و الأخبار بشكل مريح ومرن ، بدلا من الوسائل الكلاسيكية بما فيها الصحف الورقية والتي يكتفي القارئ هنا بالقراءة و المشاهدة فقط بذات الأسلوب التقليدي.

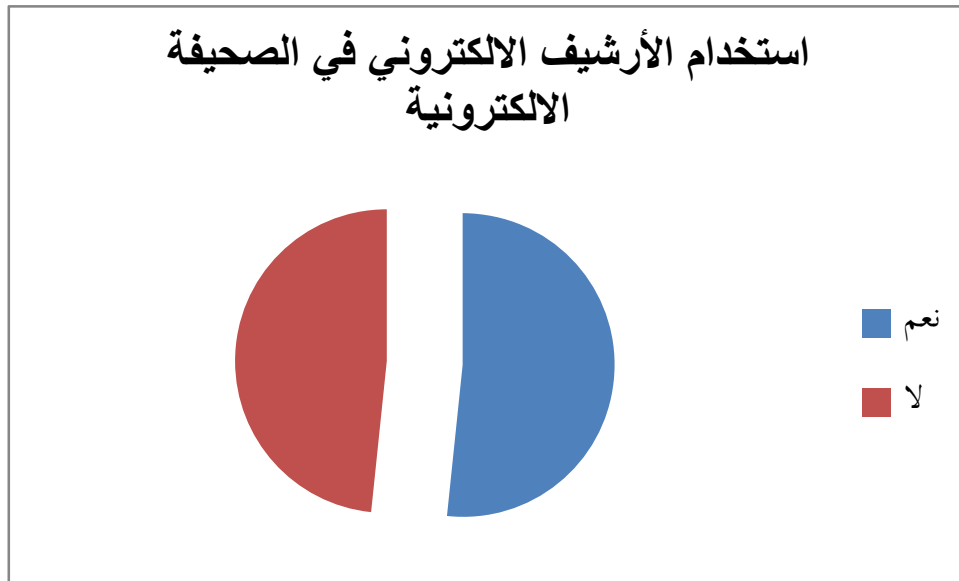
وفي قراءة للنتائج نجد لدى جمهور الطلبة طرق و أنماط مختلفة في التصفح و القراءة استعانة بتقنية الملتيميديا و النص الفائق ، بدءا بفتحة الطلبة التي تتصفح مضامينها من خلال قراءة النصوص والتي سجلت نسبة 51.66% ، مرورا إلى الفئة التي تستخدم المواقع الإخبارية في مشاهدة الفيديوهات متضمنة خبرا معين، فيما وصلت نسبة الطلبة التي تشاهد الصور والكاريكاتوريات داخل مواقع الصحف إلى 28.33%.

4-9- استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني

- التحليل الكمي لاستخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني

جدول رقم 44: يوضح استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	51.66%
لا	29	48.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 44 يوضح استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني

• التحليل الكيفي لاستخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الإلكتروني

نحن نعرف في السابق أن الصحافة الإلكترونية تتيح لمستخدميها خدمة الأرشيف الإلكتروني والرجوع إلى الأعداد السابقة في حالة إذا كان المستخدم قد فاته عدد سابق أو له شغف في إعادة مراجعته ومتابعة تطوراتها نقلا عن تفاصيله .

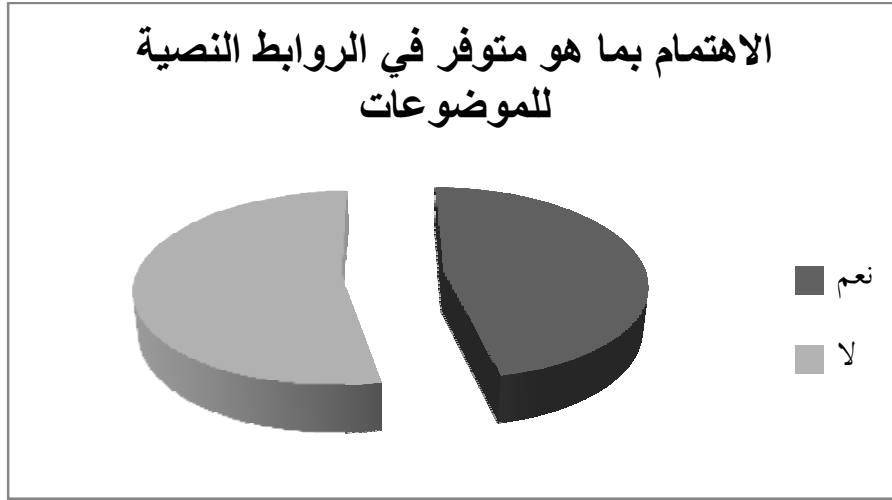
وحسب النتائج المتوصل إليها فقد وصلت نسبة الطلبة التي تستخدم هذه الخدمة والتي أجابت بـ " نعم " إلى 51.66% تفوقا على بقية الطلبة التي أجابت بـ "لا" أي عدم استخدامها لهذه التطبيقية وقدرت نسبتها بـ 46.66%.

10-4- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة

• التحليل الكمي لاهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة

جدول رقم 45 : يوضح اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	46.66%
لا	32	53.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 45 يوضح اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة.

- التحليل الكيفي لاهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة

نستنتج من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه أن نصف عدد الطلبة والتي مثلت نسبة والتي مثلت نسبة 53.33% ، يهتمون بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المحتويات الالكترونية ، في حين كانت نسبة الطلبة التي تهتم بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية والتي تفضل التعمق في تفاصيل الموضوعات بـ 46.66% .

4- 11- توسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من

خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

• التحليل الكمي لتوسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار

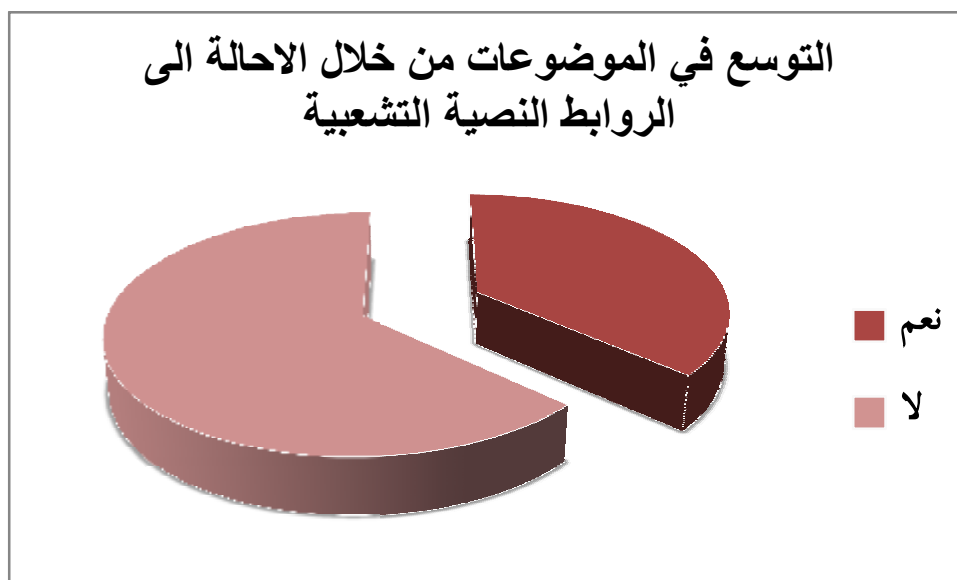
المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي

URL.

جدول رقم 46 : يوضح توسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار

المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	36.66%
لا	38	63.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 46 يوضح توسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار

المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

- التحليل الكيفي لتوسع طلبة علوم الاعلام والاتصال بمطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

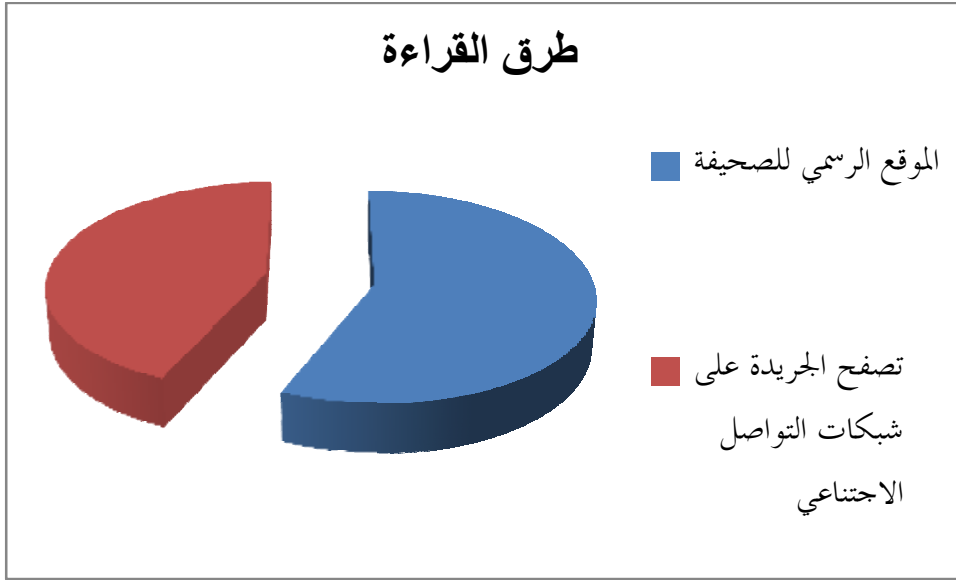
نستنتج من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه أن أكثر من نصف عدد الطلبة والتي مثلت نسبة 63%33. ، لا تحيل إلى الروابط النصية الشعبية URL للتعلم والتوسع في تفاصيل الموضوعات والأخبار أو متابعة تطورات الحدث ، إذ تكتفي هذه الفئة فقط بقراءة عناوين الأخبار ومختصرات الموضوعات بشكل عام أو لعدم احتوائها على شبكة الانترنت في الأماكن التي تداوم عليها يوميا فان عامل الوقت والتكلفة يعيق القارئ في التعمق والتدقيق بداخل المحتويات إحالة إلى الروابط النصية الشعبية. في حين كانت نسبة الطلبة التي لاقت فضولا للتوسع في قراءة الموضوعات والأخبار انطلاقا من الروابط النصية الشعبية بـ 36.66%.

4-12- توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين على مطالعتها

- التحليل الكمي لتوزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين على مطالعتها

جدول رقم 47 : يوضح توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين على مطالعتها في :

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الموقع الرسمي للصحيفة	43	71.66%
تصفح الجريدة على شبكات التواصل الاجتماعي	33	55%



شكل بياني رقم 47 يوضح توزيع طرق القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين عليها

• التحليل الكيفي لتوزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين على مطالعتها

للصحافة الالكترونية منافذ نشر عديدة في الاطلاع و التصفح نظرا للانتشار المتزايد لمختلف المواقع الالكترونية المتعددة الخدمات في مختلف المجالات وحسب توجهات المستخدمين في التعامل مع هاته المواقع ، فهناك من يستخدم الموقع لغرض الدردشة والتواصل وهناك من يستخدمه لأغراض بحثية و علمية وأكاديمية وهناك من يستخدمه لأجل الترفيه والتسلية الخ من الاستخدامات نظرا لتعدد المواقع.

ونحن نعلم أن للقراء طرق عديدة في الاطلاع بحسب ما يفضله في انتقاء تلك المضامين ، أين ظهرت اختلافات عديدة عند جمهور الطلبة في الاطلاع نتيجة إنشاء شبكات التواصل الاجتماعي أصبح للصحافة الالكترونية منافذ نشر عبر هذه الشبكات وذلك لأجل زيادة تدفق المعلومات عبر المواقع لأجل استقطاب أكبر شريحة من المتفاعلين .

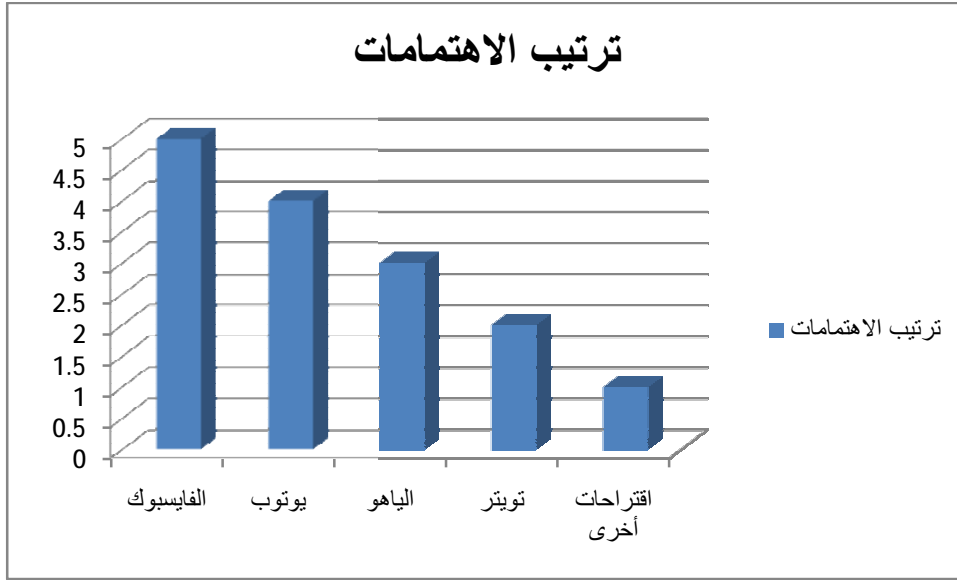
وفي سرد للنتائج المدرجة في الجدول فقد كانت أعلى نسبة والمقدرة ب %71.66 لصالح فئة الطلبة التي تفضل قراءة عدد الصحيفة على الموقع الرسمي وبشكل فوري واني ، فيما كانت نسبة الطلبة التي تفضل الاطلاع على الصحف الالكترونية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كلما تصادفت معها بداخل المواقع سواء على ' الفيسبوك - اليوتيوب - تويتر) بنسبة %55.

4-13- ترتيب اهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين المواقع التي يتابعون جرائدهم من خلالها

• التحليل الكمي لاهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين المواقع التي يتابعون جرائدهم من خلالها

جدول رقم 48: يوضح ترتيب الاهتمامات من بين المواقع التي تتابع جريدتك من خلالها

الاحتمالات	التكرار
الفيسبوك	33(1)
اليوتيوب	33(2)
الياهو	33(3)
تويتر	33(4)
اقتراحات اخرى	3(5)



شكل بياني رقم 48 يوضح ترتيب اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الاطلاع عليها المضامين الالكترونية

- التحليل الكيفي لاهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين المواقع التي يتابعون جرائدهم من خلالها

يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول المبين أعلاه فئة طلبة علوم الاعلام والاتصال التي تتابع الجرائد الالكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من قراءة مضامينها على الموقع الرسمي للصحيفة ، حيث احتل موقع الفيسبوك الصدارة الأولى من اهتمامات الطلبة ، لتليها فئة جمهور الطلبة التي تهتم بمطالعة الجرائد الالكترونية على موقع اليوتوب واحتل المرتبة الثانية من التصنيف ، وفي المرتبة الثالثة كانت لصالح فئة القراء التي تفضل متابعتها على الياهو واحتل المرتبة الثالثة حسب اهتمامات الطلبة ، فيما احتل موقع تويتر المرتبة الرابعة من التصنيف حسب اهتمامات الطلبة في متابعة موضوعات وأخبار الصحف الالكترونية ، فيما أعطى بعض الطلبة اقتراحات أخرى لبعض المواقع التي يتابعون الجرائد الالكترونية عليها على غرار المواقع المذكورة سابقا كموقع فيلكر وموقع وغيرها من المدونات الالكترونية.

وفي قراءة لهذه النتائج نفسر بأن موقع الفيسبوك هو الأكثر استخداما في متابعة الجرائد الإلكترونية نظرا لاعتماد الكبير عليه من قبل المستخدمين في كل الأوقات وبشكل روتيني والتي وصلت إلى حالة إدمان كل شرائح المجتمع من صغير وكبير على هذا الموقع ، فاعتنمت الصحافة الإلكترونية هذه الفرصة في نشر محتوياتها على الفيسبوك، هذا ما ساهم من خلاله صحفيي ومسؤولي الجرائد الإلكترونية في إنشاء صفحات إخبارية على مواقع الفيسبوك استعانة بها في نشر الأخبار والموضوعات في مختلف جوانب الحياة (السياسية ، الاقتصادية ، الرياضية ، الثقافية ، الدينية و الثقافية) حسب أولويات واهتمامات جمهور الفيسبوك وذلك لأجل استقطاب وجذب أكبر شريحة ممكنة من الجمهور وتسجيل نسبة قراءة و مشاهدة أكبر لدى القراء.

4- 14- مشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل

الاجتماعي

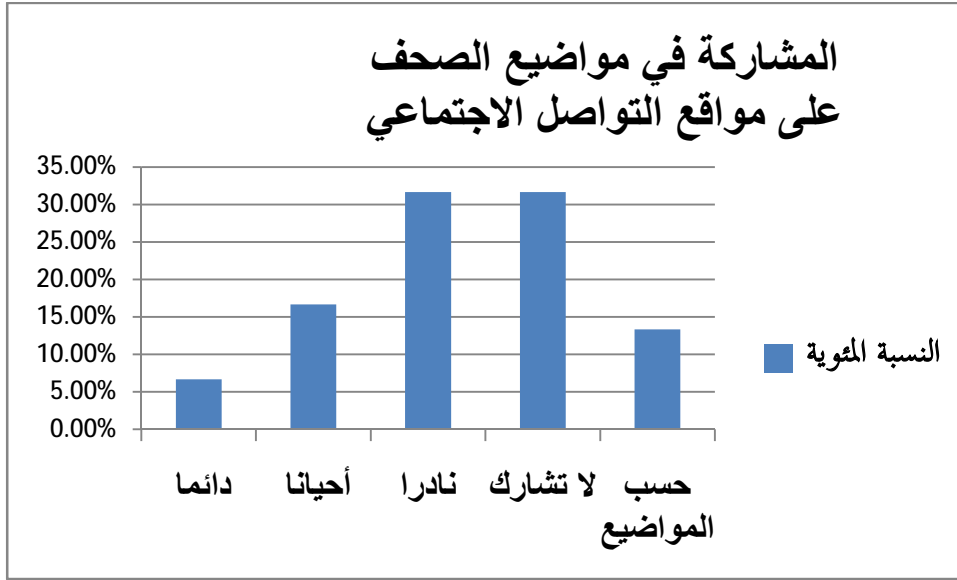
• التحليل الكمي لمشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في

مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم 49 : يوضح مشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في

مواقع التواصل الاجتماعي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	04	6.66%
أحيانا	10	16.66%
نادرا	19	31.66%
لا تشارك	19	31.66%
حسب المواضيع	08	13.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 49 يوضح مشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بأرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي

• التحليل الكيفي لمشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بأرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي

تعمل الصحافة الإلكترونية على نشر و إدراج أخبارها و موضوعاتها على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بحسب أولويات الجمهور وما يفضلونه ، مما يتيح الصحافة الإلكترونية لمستخدمي هذه المواقع إمكانية التفاعل والمشاركة في التعليق وإبداء آرائهم وفتح مجالات الحوار و المناقشة على الموضوعات مع باقي المتفاعلين وذلك لتسجيل نسبة تفاعل أكبر على الأخبار والموضوعات .

وعلى ضوء النتائج المدونة في الجدول تبين من خلاله أن أكبر نسبة كانت لصالح الطلبة الذين أجابوا بـ (لا تشارك) وسجلت نسبة وسجلت نسبة 31.66% أي لا يقومون بمشاركة آرائهم وتعليقاتهم على المواضيع المعالجة ، فيما سجلت نفس النسبة أيضا بـ 31.66% عند فئة الطلبة الذين أجابوا بمؤشر (نادرا) ويفسر ذلك أن هاته الفئة نادرا ما تشارك بأرائها واتجاهاتها حول

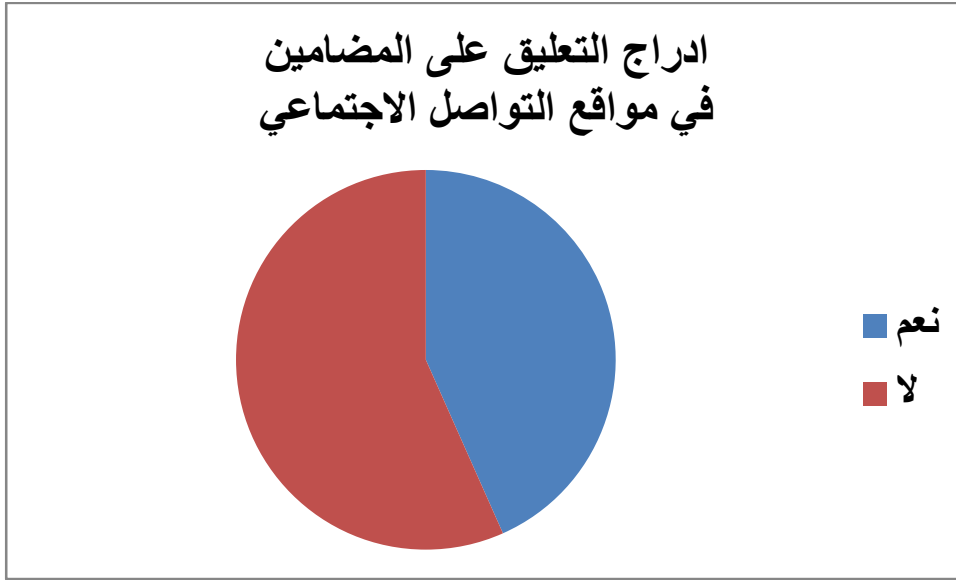
المواضيع المدرجة في شبكات التواصل الاجتماعي ، وحسب النسبتين السابقتين نستنتج أن للقراء انشغالات أخرى في الاستخدام غير المشاركة إذ يكتفون فقط بالقراءة ومعرفة أهم المحريات لا أكثر، أما مجموع الطلبة الذين أجابوا ب (أحيانا) فكانت نسبة المشاركة لديهم بـ 16.66%، وكما يوضح الجدول أيضا تسجيل فئة معينة من الطلبة التي تشارك بآرائها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حسب المواضيع التي تلم اهتمامهم وتثير فضولهم وكانت نسبة المشاركة 13.33%، وكما توصلنا حسب ما هو موضح في الجدول تسجيل نسبة مشاركة قليلة جدا قدرت بـ 6.66% والخاصة بفئة الطلبة التي أجابت بـ (دائما)، مما يفسر أن هذه الفئة على اطلاع دائم بمواقع التواصل الاجتماعي بما فيها صفحات الجرائد الإلكترونية .

4-15- إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

• التحليل الكمي لإدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

جدول رقم 50: يوضح إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	43.33%
لا	34	56.66%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 50 يوضح إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي

- التحليل الكيفي لإدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

يعتبر التعليق من أبرز العمليات التفاعلية في خدمات الصحافة الإلكترونية، حيث توفر لقراءها مساحة مخصصة في إدراج تعليقاته و حرية التعبير والمشاركة في المواضيع المعالجة.

وحسب ما توضحه البيانات المدونة في الجدول أكثر بقليل من نصف عدد العينة الذين أجابوا بـ "لا" ، لا يدرجون تعليقاتهم على مضمون الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي وكانت نسبتهم قد وصلت إلى 56.66%، بمقابل 43.33% من مجموع الطلبة الذين أجابوا بـ "نعم" ، بحيث يدرجون تعليقاتهم وأرائهم حول المواضيع و الأخبار المعالجة كلما يتصادفون معها في مواقع التواصل الاجتماعي

4-16- مناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية

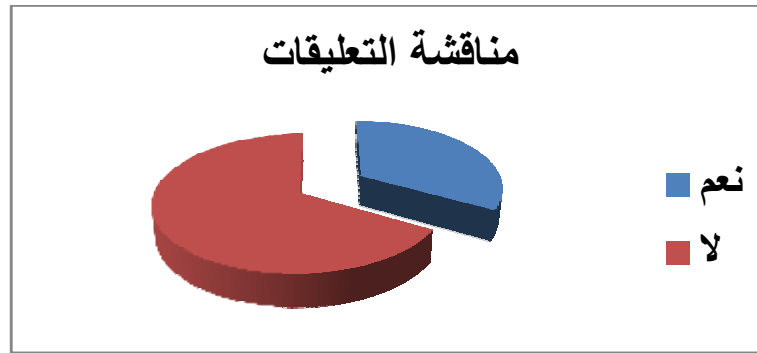
المستخدمين

• التحليل الكمي لمناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع

بقية المستخدمين

جدول رقم 51: يوضح مناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	33.33%
لا	40	66.66%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 51 يوضح مناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين.

- التحليل الكيفي لمناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين

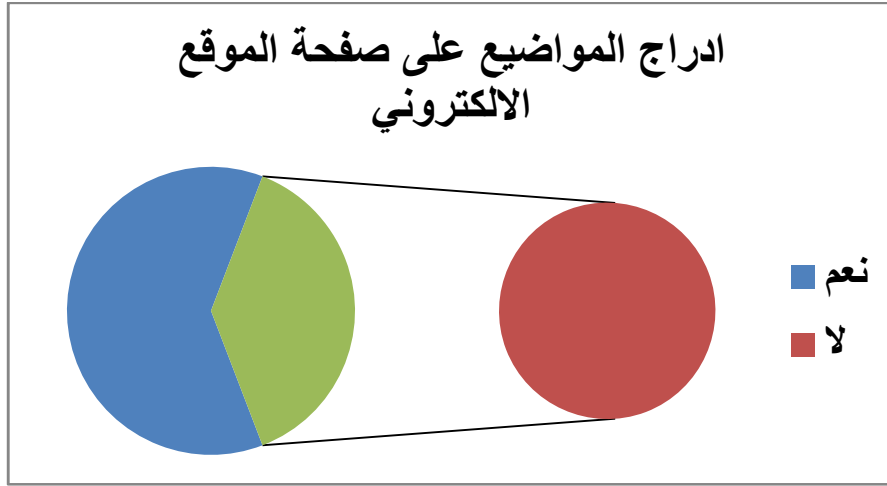
تمثلت النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم أن أكثر من نصف عدد الطلبة المقدرة نسبتهم بـ 66.66% لا يدخلون في نقاشات مع المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي على المحتويات الإخبارية ، وهذا راجع إلى أن طلبة علوم الاعلام والاتصال يتعرضون فقط للمواضيع المدرجة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كلما تصادفوا معها مع إضافة إعجابات وتعليقات مختصرة على مضمون الموضوع لا أكثر ، إذ نجد عوامل أو انشغلا أخرى في الاستخدام تعرقل مسار النقاش والحوار على هذه التعليقات والآراء ، فيما كانت نسبة الطلبة التي تقوم مناقشة التعليقات المدرجة على الموضوعات التي لاقى اهتمامهم مع بقية المتفاعلين سواء كانوا قراء أو صحفيين 33.33%.

4-17- إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

- التحليل الكمي لإدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

جدول رقم 52 : يوضح إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	61.66%
لا	23	38.33%
المجموع	60	100%



شكل بياني رقم 52 يوضح إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي

- التحليل الكيفي لإدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي .

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن أكبر نسبة والمقدرة ب 61.66% كانت لصالح فئة الطلبة التي أجابت بنعم على أساس المشاركة في الموضوع الذي تعرضت له فئة الطلبة ولاقى اهتمام كبير من قبلها ، مما يقوم القارئ هنا بإدراج الموضوع الذي نال إعجابه في حائط موقعه الإلكتروني ، أما فئة الطلبة التي أجابوا ب "لا" أي بمعناه لا يقومون بإدراج الموضوع الذي أعجبهم في حائط موقعهم الإلكتروني وصلت نسبتهم إلى 38.33% من مجموع أفراد العينة.

النتائج العامة

1. الاستنتاجات الخاصة بمحور الاهتمام والمفاضلة

2- أنواع الصحف الإلكترونية المفضلة عند طلبة علوم الاعلام والاتصال في تصفح المضامين الإلكترونية.

النسخ الإلكترونية للصحف الإلكترونية هي الاهتمام الرقم واحد عند طلبة علوم الاعلام والاتصال والذي يبين أن الصحافة المكتوبة لازالت بوجهها الإعلامي الحقيقي ، لتليها المواقع الإلكترونية التي لم تشكل نسبة أكبر عند جمهور الطلبة لتليها فيما بعد الصحف المتخصصة التي حظيت باهتمام معتبر عند فئة الطلبة التي تفضل قراءة الموضوعات ذات جانب واحد بدلا من التنوع في المضامين ، حيث جاءت المدونات الورقية الإلكترونية في الترتيب الأخير من اهتمامات الطلبة وهي بعيدة كل البعد من تفاعل جمهور الطلبة معها نظرا لغيابها المحبط في الساحة الإعلامية .

3 - اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال بأنواع الصحف الإلكترونية المفضلة بمتغير الجنس .

لكلا الجنسين تفاوت نسبي في الاهتمام و التفضيل حسب ما توصلت إليه النتائج، حيث نرى بأن فئة الإناث لديها اهتمام أكبر بالمطالعة على المضامين في النسخ الإلكترونية أكثر من فئة الذكور.

- تسجل النتائج أيضا بأن فئة الذكور لديهم نسبة تفضيلا للمواقع الصحفية الإلكترونية الأصل أكثر من فئة الإناث.

- كما توصلنا أيضا حسب النتائج أن الإناث يفضلن التصفح والتفاعل مع الصحف المتخصصة أكبر بكثير من الذكور وهذا راجع إلى أن طالبات علوم الاعلام والاتصال يملن إلى قراءة وتصفح الصحف و الدوريات النسائية المتخصصة بالشؤون النسائية والمنازل والطبخ والتجميل وكل ما يتعلق بالمرأة التي سجلت نسبة تفاعل ومشاركة أكبر .

- وكما نجد نسبة اطلاع متقاربة بين الذكور والإناث في قراءة المضامين على المدونات الورقية الالكترونية بفارق 3.33%. وللتساؤل عن درجة تصفح الإناث لكل هذه الأنواع تفوق نسبة الذكور حسب ما يبينه الجدول ،راجع إلى نسبة مشاركة الإناث في الدراسة أكبر من الذكور في عدد العينة .

4- اللغة المفضلة للاطلاع عند طلبة علوم الاعلام والاتصال.

نستنتج أن حصة الأسد كانت للغة العربية المفضلة عند جمهور الطلبة في مطالعة المضامين الالكترونية، كونهم يتقنون هذه اللغة باعتبارها اللغة الناطقة في الجزائر وهي اللغة التي يتواصل بها جمهور الطلبة مع المضامين الإعلامية واستيعابها. واحتلت اللغة الفرنسية المرتبة من تفضيل جمهور الطلبة في الاطلاع ، هذا ما نتوصل إلى وجود فئة قليلة من طلبة الاعلام (المثقفة التي تعودت على التكلم باللغة الفرنسية منذ سنوات مضت / أو المقيمة خارج الوطن) تفضل قراءة الصحف الالكترونية باللغة الفرنسية ، وهناك فئة من الطلبة التي تفضل الاطلاع بلغات أخرى من بينها اللغة العامية أو الدراجة ، ثم جاءت اللغة الانجليزية في المرتبة الأخيرة من اهتمامات جمهور الطلبة.

5- علاقة اللغة المفضلة للاطلاع عند طلبة علوم الاعلام مع متغير مكان الإقامة.

-نستنتج أن الطلبة المقيمين في الضواحي يستخدمون اللغة العربية أكثر من فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وخارج الوطن ، وكما نجد أيضا أن اللغة الفرنسية تستخدم أكثر عند طلبة المقيمين في ضواحي المدينة ثم تليها فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وبنسبة أقل عند الطلبة المقيمين خارج الوطن ، أما اللغة الانجليزية فقد سجلت مشاركتان فقط من قبل طلبة المقيمين داخل المدينة في حين عدم اعتاد عليها من قبل طلبة المقيمين في ضواحي المدينة وخارج الوطن. فيما نجد أن طلبة الاعلام المقيمين داخل المدينة يطالعون الصحف الالكترونية بلغات أخرى أكثر من الطلبة المقيمين

في ضواحيها بفارق %2.33 وأغلب هاته الفئات تفضل اللغة العامية التي لا يفضلها طلبة الاعلام المقيمين خارج الوطن.

- وتستنتج في الأخير وجود اختلافات في عادات وأنماط التصفح لدى جمهور الطلبة خاصة فيما يتعلق بمستوى اللغة المفضلة للاطلاع على الصحف الالكترونية ، ويرجع هذا الاختلاف والفوارق المتعلقة بلغة الاستخدام إلى عامل الإتقان (التعلم) والتعود ، ويفسر ذلك أن الطالب يختار اللغة التي يتقنها والمتعود على التواصل بها مع محيطه الاجتماعي أو مع مجتمعات أخرى وبالتالي فان تغير أنماط وعادات المتعلقة بلغة الاستخدام عند طلبة علوم الاعلام والاتصال راجع إلى حكم طبيعة الظروف المكانية والاجتماعية المحيطة به.

6- إقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال على الصحف الالكترونية الجزائرية.

- تبين نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة المدروسة يطالعون الصحف الالكترونية الجزائرية ولديها إقبال كبير عليها بنسبة %100، فحين لم تسجل أفراد العينة أي نسبة لعدم إقبالها على الصحف الالكترونية ، وهذا ما يبين أن مشكلة الدراسة قابلة للبحث على مجتمع الطلبة ، ومن المنطقي أن تسجل النسبة الكاملة على تصفح الطلبة للصحف الالكترونية مادام موضوع الدراسة أنا وهو "أنماط القراءة في الصحافة الالكترونية" يندرج ضمن اهتمامات الطلبة في تخصص إعلام و اتصال ، وليس من المنطقي أن تسجل حالات عدم مفاضلة طلبة الاعلام في التصفح إلا إذا كانت هناك ظروف تعرقل اهتماماتهم .

- إن طلبة صحافة مكتوبة هي الفئة الأكثر الماما بالصحف الالكترونية و الأكثر تصفحا لها، اهتمام لما يندرج ضمن مجالها الأكاديمي و العلمي سواء من أجل رفع وتيرة الخبرة الإعلامية والتعرف أكثر على هذه الصحف من ناحية (الإخراج الفني و الشكلي للصحيفة / طريقة عرض

المضامين... الخ) بما أنها تطمح لإشراق إعلامي في المستقبل أو لزيادة رصيدها المعرفي و الثقافي بحسن الاطلاع.

7- اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحف الالكترونية الجزائرية .

-من بين المواقع الصحفية الجزائرية الأكثر تصفحا عند جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال موقع الخبر أون لاين الذي احتل المرتبة الأولى ، يليه موقع الشروق أو نلاين في المرتبة الثانية من اهتمامات الطلبة ، ثم موقع النهار أون لاين في المرتبة الثالثة ، ليأتي موقع الجزائر نيوز وباقي الصحف الأخرى التي أضافها جمهور الطلبة في المرتبة الرابعة ،ليليها البلاد في المرتبة الخامسة ، ثم موقع الخبر الأسبوعي في المرتبة السادسة ،ثم صحيفة Liberté في المرتبة السابعة ، ثم موقع الوطن و صحيفة Le temps في المراتب الأخيرة من اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال.

8- الأنواع الصحفية المفضلة للتصفح لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال .

-نستنتج أن لأفراد العينة اهتمامات مختلفة في التصفح على طبيعة المحتويات المفضلة ،حيث انفردت في الصدارة قالب الأخبار الصحفية وهو الأكثر اطلاعا على مضامينه من قبل طلبة علوم الاعلام ،ليليه باب التحقيقات واستطلاعات الرأي في المرتبة الثانية التي يفضل جمهور الطلبة التصفح على محتوياته ،ثم الريبورتاجات في المرتبة الثالثة ، ثم تليها المقالات الصحفية في المرتبة الرابعة ، ثم تأتي الأعمدة الصحفية في المرتبة ما قبل الأخيرة ، لتصدر الترتيب الأخيرة التقارير الصحفية من اهتمامات الطلبة في الاطلاع على المحتويات.

9- طبيعة المضامين المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال .

-من بين المواضيع التي لاقى اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال هي المواضيع السياسية متصدرة التصنيف الأول ،نتيجة الاهتمام الواسع لأفراد العينة بأهم الجريات السياسية انطلاقا من متابعة

المواضيع السياسية المعالجة في الصحف ومناقشتها الموسعة على مدار النطاق الداخلي للدولة أو الخارجي ، لتليها المواضيع الإخبارية في المركز الثاني التي تمس باقة واسعة من الموضوعات التي تمس الحياة الاجتماعية والصحة وشؤون العلاقات الاجتماعية .. الخ ، لتليها المواضيع الثقافية والترفيهية في المرتبة الثالثة، مما كان للمواضيع الدينية حظ وافر من المشاركات في المرتبة الرابعة ، أما المواضيع الرياضية جاءت في المرتبة الخامسة مروراً إلى المواضيع الفنية والمواضيع المتخصصة بجانب معين في المركز الأخيرة من مفاضلات طلبة الاعلام.

II . الاستنتاجات الخاصة بمحور عادات وأنماط القراءة عند طلبة علوم الاعلام والاتصال.

1- المدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف الالكترونية .

كانت أكبر مشاركة لطلبة علوم الاعلام والاتصال في معرفتهم للصحف الالكترونية من سنتان عند أكبر فئة الطلبة ، لتليها فئة الطلبة الذين يداومون على الصحف الالكترونية منذ سنة واحدة فقط وهذا ما يدل على أن عدد القارئ في تزايد مستمر ، ثم تأتي فئة الطلبة الذين كانوا يداومون الصحف الالكترونية منذ ثلاث سنوات ، لتتنزل بقليل إلى فئة الطلبة المتفاعلين مع الصحف الالكترونية لمدة خمس سنوات ، والمدة السنوية الأخيرة تعود إلى فئة الطلبة التي كنت على اطلاع بالصحف الالكترونية منذ أربع سنوات ولكن بنسبة أقل حسب إجابات جمهور الطلبة.

2- علاقة المدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح مع متغير الإقامة.

- نستنتج أن حصة الأسد كانت لصالح الطلبة المقيمين في الضواحي على معرفة بالصحف الالكترونية حسب المدرج الزمني (سنة واحدة - سنتان - ثلاث سنوات - أربع وخمس سنوات) ، تفوقاً على فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وخارج الوطن ، ويرجع هذا التفوق أيضاً إلى أن مجتمع الدراسة وهو جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال غالبيتهم يقطنون في ضواحي المدن.

- في قراءة لنتائج الدراسة نستنتج أن لدى الطلبة المقيمين داخل وخارج المدينة نفس التفاعل السنوي مع الصحف الإلكترونية ، حيث أن غالبيتهم على معرفة واهتمام بالصحف الإلكترونية منذ سنتان ، وقد يكون هذا الاهتمام راجع إلى أن طلبة علوم الاعلام والاتصال على تعلق بهذه الصحف منذ سنتين حسب الظروف التي أفرزها فيهما تخصص الدراسة إعلام واتصال في تعليمهم بمقصود الصحف الإلكترونية ومظاهر نشرها للأخبار والموضوعات ، جعلت لجمهور الطلبة شغف المعرفة والميل إلى هذه الصحف نتيجة التزايد على استخدام شبكة الانترنت من قبل جمهور الطلبة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الإخبارية الإلكترونية . وهناك عامل آخر يعود إلى وجود بعض الطلبة القراء الذين كانوا على استخدام للانترنت أو تصادف بمواقعها منذ سنتان من قوة التأثير والتفاعلية.

3- كثافة تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الإلكترونية.

- توصلت النتائج الخاصة بمحور كثافة التفاعل عند الطلبة، بأن نصف عدد الطلبة من مجموع العينة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية مرة واحدة في الأسبوع فقط، ثم تلتها فئة الطلبة التي تتفاعل مرتان في الأسبوع.
- سجلت النتائج نسب قليلة من طلبة الاعلام الذين يتصفحون الصحف الإلكترونية ثلاث مرات فأكثر نظرا لقلة عدد الطلبة التي تقضي معظم أوقاتها أمام جهاز الكمبيوتر بما فيه فئة الطلبة العاملة ، ويفسر تفاعل الطلبة لمرة واحدة في الأسبوع إلى ضيق الوقت وعدم توفر الوقت الكافي للتفاعل وكما لا ننسى أن جمهور الطلبة يقضي معظم أوقاته في الدراسة والبحث أو لانشغالات أخرى تعيقه على تصفح المواقع الإخبارية ، وإذا سنحت له الفرصة بالتصفح فانه سيتصفحها بشكل نادر وسريع ومختصر نظرا لضيق الوقت. ومن هنا يتبين لنا أن سبب تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال مرة واحدة في الأسبوع راجع إلى الظروف الزمنية التي تحيط به.

4- علاقة كثافة تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الالكترونية .بمتغير الحالة العائلية.

- إن ربط العلاقة بين كثافة التفاعل في الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال مع متغير الحالة العائلية ، ساهم في الكشف عن مدى تأثير نوع الحالة العائلية عند جمهور الطلبة للمشاركة في الصحف من خلال أيام الأسبوع. والذي بين أن المتفاعلين من فئة أعزب لديهم أطول مدة في القراءة في كل المؤشرات من فئة المتزوجين.

- يعلل الباحث أن أكبر نسبة تفاعل مع كل مؤشرات الحجم الزمني للتفاعل مع الصحف الالكترونية كانت لصالح فئة طلبة علوم الاعلام والاتصال العازبين التي تفوق فئة المتزوجين نسبة أقل من التفاعل مع جميع المؤشرات ، وهذا راجع إلى أن فئة الطلبة العازبين غير مربوطين بالحياة الزوجية وكل ما يتعلق بمسؤوليات البيت والعمل ، كونهم طلبة فنجدهم يتفرغون كل أوقاتهم بعيدا عن أوقات وبرنامج الدراسة والبحث في القراءة والتفاعل مع الصحف الالكترونية كونهم طلبة إعلام واتصال فبالتالي قراءة الصحف تندرج ضمن ميولاتهم واهتماماتهم ، وكون طلبة الاعلام والاتصال مجتمع بحث مقصودين للدراسة والبحث في هذا الموضوع.

- إن فئة الطلبة المتزوجين فئة قليلة جدا حسب ما يؤكد الباحث في أفراد عينته التي سجلت نسبة تفاعل قليلة مع المحتويات الالكترونية من جانب الحجم الزمني نظرا لامتلاكهم مسؤوليات وواجبات عديدة على مستوى العائلة كالتربية والتعليم والحياة المهنية التي تعيق جمهور الطلبة من التصفح والقراءة نظرا لضيق الوقت والظروف المعيشية التي تحيط بهم وبالتالي فان متغير الحالة الاجتماعية يساهم في تغيير أنماط القراءة لدى جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال من مرحلة إلى أخرى.

5- الحجم الزمني لتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الالكترونية.

- إن غالبية الطلبة يتصفحون الصحف الالكترونية أقل من ساعة واحدة فقط ، فسبب التفاعل القليل لجمهور الطلبة راجع إلى ضيق الوقت لديهم أمام انشغالهم الأخرى أو لوجود مؤشرات أخرى كسهولة وبساطة الخدمات التفاعلية المتاحة في الصحف الالكترونية ، وهو ما يسمح للمتصفحين سرعة القيام بها دون صرف وقت طويل ، بحيث تجد الباحث يقرأ الأخبار ويعلق عليها ويمارس عملية الدردشة الالكترونية ويسمع الموسيقى في آن واحد ، دون أن ننسى دور العامل المادي في ذلك لفئة الطلبة التي تتعرض للصحف الالكترونية في مقاهي الانترنت لعدم توفره على خدمات الانترنت في المنازل.

- تسجيل نسب ضئيلة عند فئة الطلبة التي تتصفح مضامين الصحافة الالكترونية لساعة واحدة أو لساعتين فأكثر ينظرنا لتوفرهم على أوقات فراغ أو توافر الانترنت ليهم بشكل روتيني في الأماكن التي يداومون عليها كالمنازل ، بحيث يستغرقون كل ذلك الوقت في المشاركة و التعليق على الأخبار استفادة من خدماتها.

- نستنتج من خلال هذا التفسير بأن إدمان الطلبة على محتويات الانترنت تقاس ابتداء من بلوغ المستخدم ساعتين أو أكثر في التفاعل، في حين أن أغلبية الباحثين لا يستغرقون وقتا طويلا في ذلك.

6- علاقة طلبة علوم الاعلام والاتصال بالحج الزمني للتفاعل مع المضامين الالكترونية بمتغير الجنس.

- الإناث هم الفئة الأكبر التي سجلت أكبر نسبة تفاعل مع المضامين الالكترونية بمؤشر (أقل من ساعة) من فئة الذكور ، وتفوقهم أيضا في تفاعلها مع المضامين لمدة (ساعة واحدة) ، فيما تفوقت فئة الإناث على فئة الذكور في تفاعلها المضامين لمدة ساعتان فأكثر من ساعتان. يعني أن

طلبة الإناث يطالعون الصحف الإلكترونية أكثر من الذكور في جميع المؤشرات نظرا لظروف العمل والوقت ، ف فئة الإناث يطالعون على الصحف الإلكترونية بحجم ساعي أكبر من الذكور في أيام نهاية الأسبوع في المنازل نظرا للوقت الوفير لديهم ، بينما طلبة الذكور يستغلون أيام نهاية الأسبوع في العمل أو مشاغل أخرى خارج إطار الدراسة والمكوث في البيت الذي لا يتوفر لديهم الوقت في التفاعل مع هاته الصحف وحتى استخدام شبكة الانترنت ، وإذا توفر لديهم وقت في استخدام الانترنت فبالتالي يستخدمونها لانشغالات أخرى لأغراض علمية بحثية أكاديمية والتواصل والدرشة و وقت ضئيل في الاطلاع بالرغم أنهم مقصودين في ذلك كونهم طلبة ضمن تخصص إعلام واتصال سواء صحافة مكتوبة أو اتصال وعلاقات عامة.

7- علاقة طلبة علوم الاعلام والاتصال للحجم الساعي في التفاعل بالمضامين الإلكترونية مع متغير الحالة العائلية .

-فئة العزاب تمثل أطول مدة في التفاعل في كل المؤشرات من فئة الطلبة المتزوجين والتي عددهم ضئيل جدا من مجموع طلبة علوم الاعلام والاتصال ، وهذا التفاوت النسبي راجع إلى فئة الطلبة العازبين ليس لديهم انشغالات ومسؤوليات أخرى خارج إطار الدراسة مما نراهم يتصفحون المضامين الإلكترونية متى تسنح لهم الفرصة في ذلك في أوقات الفراغ أو يطالعون عليها بشكل خفيف كون لديهم اهتمام لها مادام أنهم ضمن تخصص إعلام وصحافة مكتوبة كل ما كانوا يستخدمون شبكة الانترنت لأغراض بحثية أكاديمية أو يقصدونها لغرض التواصل والدرشة وهذا ما يبين أن عامل الوقت يلعب دور كبير في التأثير على نمط القراءة ، على عكس فئة الطلبة المتزوجين التي سجلت لديهم نسب ضئيلة في حجم الاطلاع في كل المؤشرات نظرا لانشغالهم بأمور ومسؤوليات أخرى سواء في المنزل في أماكن العمل ، وبالتالي فان التفاعل الضئيل لفئة الطلبة المتزوجة مع المضامين الإلكترونية يكون في غالب الأحيان في فترات قليلة جدا ولا تسجل

نسبة تفاعل وقراءة كبيرة إذا كانت متوفرة في الأماكن المتعودين عليها يوميا ، نظرا لضيق الوقت والظروف المعيقة لذلك كالظروف الزمنية والمكانية والمهنية.

8- أوقات تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال للمضامين الالكترونية .

-إن معظم جمهور الطلبة ليس لديهم وقت محدد في مطالعة الصحف الالكترونية فهم يتصفحونها كلما منح لهم الوقت في ذلك أ وبجسب الظروف المكانية التي تحيط بهم ، لتليها فئة الطلبة التي تتصفح الصحف الالكترونية صباحا .

-إن الفئة التي تفضل اطلاعها في الليل وهي الفئة التي تتفرغ من انشغالها ليلا و معظم هذه الفئة تقضي أوقات تصفحها سواء في النازل أو في مقاهي الانترنت. لتليها نسبة فئة قليلة جدا التي تفضل الاطلاع في فترة الظهيرة.

9- علاقة أوقات تعرض طلبة علوم المضامين الالكترونية مع متغير الحالة الاجتماعية .

-إن غالبية طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يوجد لديهم وقت محدد في الاطلاع على الصحف ، حيث نفسر بأن عادات و أنماط تصفح القارئ لا يمكن تفسيرها بحكم طبيعة الوقت وزمن التعرض ، أما الفئة التي تقرأ الصحف الالكترونية في الفترة الصباحية راجع إلى وجود أوقات فراغ في أيام الدراسة صباحا ا مثلا أو امتلاكهم أوقات فراغ في الفترة الصباحية في أيام نهاية الأسبوع لكلا الفئتين المتزوجين و العازيين ، ونفس الشيء في فترة الظهيرة والليل .

10- أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الالكترونية .

-أكثر من نصف عدد الطلبة يتعرضون للصحف الالكترونية في المنازل والتي احتلت المرتبة الأولى حسب النتائج ، وجاءت في المرتبة الثانية فئة الطلبة التي تفضل تعرضها للصحف الالكترونية في

مقاهي الانترنت ، فيما احتلت كل من الفئة التي تفضل تصفحها للصحف الإلكترونية في نادي الجامعة ومقاهي الانترنت المرتبة الثالثة و الأخيرة مع تسجيلها نسب ضئيلة جدا .

11- علاقة الأماكن التي تتعرض فيها طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية مع متغير مكان الإقامة.

- تبين النتائج أن فئة الطلبة المقيمة في ضواحي المدينة تتعرض للصحف الإلكترونية في المنازل أكبر من فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة وخارج الوطن.

- سجلت النتائج تعرض طالبين فقط من فئة الطلبة المقيمة داخل المدينة وضواحيها للصحف الإلكترونية في أماكن العمل في حين لم تسجل أي نسبة تعرض لها من فئة الطلبة المقيمين خارج الوطن.

- توضح النتائج أيضا تعرض طالبين من فئة الطلبة المقيمين داخل المدينة فقط للصحف الإلكترونية في نادي الجامعة، أما أكبر فئة التي تتعرض للصحف الإلكترونية في مقاهي الانترنت تعود لفئة الطلبة المقيمين في الضواحي والتي تفوق باقي فئات الطلبة الآخرين.

12- علاقة الأماكن التي تتعرض فيها طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الإلكترونية مع متغير المستوى الجامعي.

- إن حصة الأسد في ظل هذه النتائج تعود لفئة طلبة الماجستير التي تتعرض للصحف الإلكترونية في المنازل أكثر بقليل من فئة طلبة الليسانس، أما فيما يخص للفئات التي تتعرض للصحف الإلكترونية في أماكن العمل ونادي الجامعة فهي ضئيلة جدا حيث نجد طالبان من تخصص ماجستير و الليسانس يتعرضان لها في العمل ونفس الشيء في نادي الجامعة ، فيما يتفوق طلبة الليسانس على طلبة الماجستير في تصفحها للصحف الإلكترونية في مقاهي الانترنت بفارق %1.66.

13- الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح.

- الحاسب الشخصي هو الوسيلة الأكثر استخداما من قبل جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال في تصفحها للصحف الالكترونية والذي احتل المركز الأول ، مما يبين في ذلك أن نصف مجموع العينة كان فضولهم الشاغر في اطلاعهم على الصحف باستخدام الحاسب الآلي ويفسر ذلك بأن جمهور الطلبة لديهم أنماط مختلفة في القراءة الالكترونية ، وجاء في المركز الثاني الحاسب الآلي حسب تفضيل الطلبة في استخدامه لتصفح المضامين الإعلامية ، ثم جاء الهاتف النقال في المركز الثالث و الأخير من الوسيلة التي يفضلها جمهور الطلبة في القراءة .

14- علاقة الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال مع متغير نظام الإقامة الجامعية.

توضح علاقة الوسيلة المستخدمة للاطلاع بنظام الإقامة الجامعية لطلبة علوم الاعلام والاتصال في الجامعات:

- أن طلبة علوم الاعلام المقيمين داخل الإقامة الجامعية يستخدمون الحواسيب الشخصية في قراءة الصحف الالكترونية أكثر من الطلبة الخارجيين ، ويفسر ذلك بأن طلبة علوم الاعلام والاتصال يتفاعلون مع المضامين الالكترونية باستخدام الحواسيب الشخصية سواء من خلال الاتصال اللاسلكي بالإنترنت أي برابط الويفي الذي تصدره الإقامة من خلال قاعات الانترنت لذا نجده يتصفح في أوقات معينة سواء مباشرة أو بالتحميل ، على عكس الطلبة الخارجيين الذين يستخدمونها بشكل قليل نظرا لتوافرهم على أجهزة كمبيوتر في المنازل.

- أن فئة الطلبة الخارجيين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر في التفاعل مع المضامين الالكترونية أكثر من الطلبة الداخليين ، وهذا راجع إلى أن الطلبة الداخليين يحتوون على أجهزة كمبيوتر بشكل متوفر في منازلهم أو الأماكن القريبة من محيطهم الاجتماعي ، على عكس فئة الطلبة الداخليين

الذين لا يتوافرون عليها بسبب الرف المكاني والمحيط الذي يعتدون عليه ، لكن يستخدمونها بشكل قليل وهذا في مقاهي الانترنت كلما سنحت لهم الفرصة.

-الهواتف النقالة مستعملة عند فئة الطلبة الداخليين في تصفح المضامين أكثر من فئة الطلبة الخارجيين وهذا راجع إلى توفر رابط الويفي وتطبيقه 3G في الاقامات الجامعية من أجل التفاعل ، في حين نعلل على فئة الطلبة الخارجيين الذين لا يستخدمون أجهزة الهواتف النقالة في التصفح نظرا لاستخدامه وتوافره على أجهزة أخرى في التصفح با فيها الحواسيب الآلية والشخصية. ونبين في الأخير أن عادات وأنماط الاطلاع لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال تتغير وفق تغير الظروف المكانية والزمنية في التفاعل والتصفح.

15- أنماط وكيفية قراءة الصحيفة الإلكترونية .

-تفوقت نسبة الطلبة التي تفضل الاطلاع على الصحف الإلكترونية من خلال الموقع الرسمي على فئة الطلبة التي تفضل تحميلها وقراءتها على شكل PDF بدلا من ذلك.

- إن الفئة التي تفضل الاطلاع على المضامين والمحتويات مباشرة من الموقع الرسمي أون لاين ، نتيجة التدفق الهائل لشبكة الانترنت في جميع أنحاء الوطن وبخاص في المنزل وأماكن العمل.

-هناك فئة من الطلبة تفضل تحميل العدد و قراءته على شكل PDF ، نظرا لضيق الوقت عندهم في الاطلاع داخل مقاهي الانترنت والتي تتطلب تكلفة عالية مما يحمل العدد على شكل PDF وبواسطة FLASH لقراءتها دون تأخير لظروف عددناها سابقا والتي تأخذ بعين الاعتبار كعامل الوقت والتكلفة .

16- علاقة كيفية قراءة طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحيفة الإلكترونية مع متغير المستوى

الجامعي

- وجود تقارب نسبي لفئتي طلبة الماجستير والليسانس في الاطلاع المباشر على المواقع الرسمية أون لاين وهذا راجع إلى توافر الطلبة على خدمات الانترنت بشكل وفير ومستمر في أماكن التعرض لها نتيجة تدفق الهائل لشبكة الانترنت لا يعيق ذلك مع إتاحة الوقت الكافي للتصفح والتفاعل .

- تسجيل نسب متقاربة نوعاً لكل من طلبة الماجستير والليسانس وذلك بفارق قليل لصالح فئة طلبة الماجستير بنسبة ، في اعتمادهم على الصحف الإلكترونية من خلال تحميلها وقراءتها على معالج النصوص PDF .

- تفضيل جمهور الطلبة خدمة التحميل بدلاً من التصفح المباشر راجع إلى أسباب كثيرة :

- **عامل الوقت** : فلعدم توفر الوقت الكافي لديهم يجعلهم يحملون الإعدادات بشكل سريع ثم يقرؤونها فيما بعد نظر لضيق الوقت المستغل في الدراسات وانشغالات أخرى سواء في استخدام الانترنت لأغراض بحثية ، علمية ، أكاديمية.
- **التكلفة الباهظة**: فبالنظرة الطالب الذي لا يتوفر على خطوط الانترنت في المنزل لا يمكنه استغلال كل الوقت لديه في التصفح المباشر للمواقع الإخبارية داخل مقاهي الانترنت نظراً لتكلفتها العالية .
- **نقص تدفق الانترنت** : إن الاتصال البطيء بشبكة الانترنت الذي يعيق القارئ في التصفح على الموقع مباشرة ، إضافة إلى العامل الذي أشرنا إليه سابقاً والمتمثل في نقص تدفق الانترنت الذي يعيق القارئ من التصفح المباشر ، إذ يلجأ هنا إلى تحميل العدد وتصفحه بشكل مريح .

17- آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الالكترونية.

- إن فئة الطلبة الذين يوافقون على أن الصحافة الالكترونية تتيح خدمة البحث في المحتويات والتعمق بداخل أخبارها وموضوعاتها وتتابعها من خلال النزول إلى روابط النصوص والإبحار في التفاصيل تفوق أكبر بكثير فئة الطلبة التي ترفض خدمة البحث في المحتويات والتعمق فيها والاكتفاء فقط بمختصرات العناوين .

18- علاقة آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من خدمة البحث في محتويات الصحافة الالكترونية مع متغير التخصص .

-إن نسبة طلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة الذين يبحثون بداخل المحتويات الالكترونية و يتعمقون في موضوعاتها يتفوقون نسبيا على طلبة الصحافة المكتوبة الذين يستخدمون خدمة البحث والتعمق في المحتويات بشكل قليل.

III. الاستنتاجات الخاصة بمحور دوافع ومبررات المطالعة :

- توضح نتائج المحور الخاص بالدوافع والمبررات إلى أن غالبية الطلبة يجيبون بمؤشر " (موافق) على أن الصحافة الإلكترونية تمتاز بالخصائص التكنولوجية التي أفرزتها شبكة الانترنت. ثم تليها الفئة التي أجابت بمؤشر (موافق بشدة) والتي تؤكد في إجاباتها على أن الصحافة الإلكترونية تمتاز بهذه الخصائص ، ثم نسجل نسب قليلة من الفئات التي أجابت بمؤشر (محايد) التي تحايد في إجاباتها نظرا لتردها في الإجابة أو عدم قناعتها بالاحتمالات المدرجة في استمارة الاستبيان، فيما سجلت نتائج الدراسة إجابات نادرة جدا من فئة الطلبة التي أجابت بمؤشري (معارض / معارض بشدة) بنسب نادرة جدا..

وحسب هذه الإحصائيات المحصل عليها من خلال المحور المتعلق " بدوافع مبررات مطالعة طلبة علوم الاعلام والاتصال " تشير نتائج الدراسة إلى مايلي :

- تمتاز الصحافة الإلكترونية بالفاعلية وتتيح لطلبة علوم الاعلام والاتصال حرية التعبير والمشاركة في استطلاع الرأي مع الوصول إلى أكبر عدد من الصحف (التعليق ، النقد ، إبداء الرأي).

- تمتاز الصحافة الإلكترونية بالسرعة الفورية في نشر المضامين فور وقوعها مع إمكانية التحديث المستمر لأخبارها وموضوعاتها أي تتجدد بين الحين والآخر مع التأكد من صحتها وصدقها مع المقرنة.

- تتيح الصحافة الإلكترونية لطلبة علوم الاعلام والاتصال حرية استخدام الوسائط المتعددة وتقنية النص الفائق بـ (الصوت ، النص ، الصورة).

- تمتاز الصحافة الإلكترونية بالمرونة والسهولة في الاستخدام والتعامل مع المادة الإخبارية.

- تمتاز الصحافة الإلكترونية بالشمولية والعمق المعرفي مع الكم الهائل والوفير للمعلومات نظر لاتساع المساحة.

- التنوع في مضامينها المتشعبة مما تفتح مجالات كبيرة للمعرفة.
- تتيح الصحافة الإلكترونية خدمة الأرشيف الإلكتروني في إمكانية الرجوع إلى أعدادها السابقة في أي وقت ومتابعة تطوراتها وتخزينها.
- تمتاز خاصية الصحافة الإلكترونية بالاجماهيرية و اللاتزامنية في نشر مضامينها وانتقاءها من قبل جمهور الطلبة.
- تشير النتائج أن الخصائص التكنولوجية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية هي الدوافع الحقيقية التي دفعت بطلبة علوم الاعلام والاتصال يهتمون بمطالعتها وتصفحها والتفاعل مع مضامينها كالمشاركة في نشر الأخبار والموضوعات وانتقاءها ومناقشتها في إبداء الآراء..... الخ
- الخدمات والتطبيقات التكنولوجية التي تتوفر في الصحافة الإلكترونية بفضل خصائصها التكنولوجية ساهمت في إشباع حاجات ورغبات طلبة علوم الاعلام والاتصال .
- إن الانتشار المتزايد لاستخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحافة الإلكترونية في قراءة المحتويات والتفاعل معها بدلا من تصفح المطبوع الورقي الكلاسيكي ، راجع إلى مدى إشباع الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم ورغباتهم القرائية بفضل الخدمات والتطبيقات التفاعلية التي تتيحها الصحافة الإلكترونية لقراءها ومستخدميها..

IV. الاستنتاجات الخاصة بمحور تغير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال :

1- آراء الباحثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات .

- تشير النتائج إلى أن نسبة الطلبة الذين ينتقون الأخبار الموضوعات بشكل فوري واني تفوق نسبة الطلبة الذين يقاطعون ذلك من خلال إجاباتهم الناهية، ويبين هذا التفوق النسبي بأن الصحافة الإلكترونية لديها السرعة في نشر المعلومات إلى اكبر شريحة ممكنة من المجتمع وفي أسرع وقت أي

بشكل فوري ، أي في أي ساعة من ليل ونهار دون التقيد بالقيود التي تحد من قدرة الصحافة الورقية على ذلك.

2- آراء الباحثين حول الاشتراك في القوائم البريدية.

تشير نتائج الدراسة بأن معظم طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يشتركون في القوائم البريدية الخاصة بالمواقع الصحفية مقابل فئة محدودة من التي تشترك وبشكل قليل ، حيث يكتفون فقط بالتفاعل مع المضامين أي قراءتها و التعليق عليها داخل صفحات الموقع (المشاركة) لأن المتلقي في العملية الاتصالية يهمله مضمون المعلومة فقط ودرجة تفاعله بها.

3- آراء الباحثين حول التسجيل في المنتديات الالكترونية.

توصلت نتائج الدراسة بأن طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يسجلون في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية مقابل عدد محدود من الفئة التي تسجل ، وعدم التسجيل هنا يعود إلى افتقاد الصحف الالكترونية الجزائرية لخدمات المنتديات ، أو قد يكون السبب في ميل معظم قراء الطلبة للخدمات التفاعلية البسيطة السابقة ، بحيث لا يحتاج جمهور الطلبة هنا إلى بروتوكولات التسجيل واستعمال كلمة سر خاصة بالبريد الالكتروني ، مما تتطلب عملية التسجيل في النزول إلى روابط عديدة و التي تتطلب منه وقتا أكبر وتكلفة مالية كبيرة مما يجد نفسه محبطا ومتعبا وغير مستعد لها.

4- آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية.

إذ نأخذ بعين الاعتبار أن نصف عدد الطلبة تفادوا الإجابة عن هذا المتغير لنضيف لها نسبة 10% من الفئة التي لا تشترك في منتديات الصحف الالكترونية مقابل 23.33% من الفئة التي تشترك في المنتديات وهذا ما تبينه نتائج الدراسة:

- نصف عدد الطلبة لا يسجلون في المنتديات الإلكترونية وليشتركون في التفاعل والتعليق ومناقشة الموضوعات المدرجة فيها.

- يعود هذا النقص في تسجيل طلبة علوم الاعلام والاتصال في التسجيل والمشاركة في المنتديات الإلكترونية إلى طرح عاملين هما (ضيق الوقت الذي لا يترك لهم أي فراغ أو فرصة في التسجيل والمشاركة ، فيما يكتفي جمهور الطلبة هنا في القراءة المباشرة والسريعة على الموقع مع إدراج مشاركته وتعليقاته بشكل خفيف على الموقع أو بتحميل العدد.

5- آراء الباحثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية.

غالبية طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يتواصلون مع باقي القراء المستخدمين في المنتديات وغرف الدردشة الإلكترونية مقابل فئة قليلة من التي تتواصل ، ومن هنا نستنتج أنه كلما زادت تفاعلية الطالب الجامعي مع المضامين إضافة إلى تسجيله في غرف التواصل والمناقشة على المواضيع كلما تغيرت أنماطه القرائية بشكل فعال واكتسب عادات تكنولوجية جديدة في الاطلاع والتصفح .

6- يوضح آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقاً من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .

- تشير نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة لا يتواصلون مع صحفيي ومسؤولي المواقع الإخبارية الرسمية داخل منتديات وغرف الدردشة نظراً لصعوبة الاتصال بالصحفيين والمسؤولي داخل هذه المواقع ، أو راجع إلى عدم توافر خدمة إمكانية التواصل مع الصحفيين داخل غرف الدردشة والمنتديات وخاصة الصحف الإلكترونية الجزائرية.

- تشير نتائج الدراسة تسجيل فئة قليلة ومحدودة من طلبة علوم الاعلام والاتصال الذين يتواصلون مع صحفيي ومسؤولي المواقع الإخبارية الرسمية داخل منتديات وغرف الدردشة ، فيما يستعينون بهؤلاء الصحفيين من أجل جلب معلومات و إفادات حول كل ما يتعلق بتخصص إعلام واتصال

لاكتساب خبرة إعلامية حول مجال الصحافة الإلكترونية و الموقع بحد ذاته ، المعالجة الإعلامية لهذه المواضيع أو إعطاء بعض التقييمات والنصائح .

7- دخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة .

-أكثر من نصف عدد الطلبة لا يدخلون في نقاشات وحوارات معمقة مع المستخدمين القراء حول القضايا المعالجة والموضوعات الهامة والمدرجة ضمن أولوياتهم نظرا لعدم امتلاكهم لقوائم بريدية في المنتديات الإلكترونية بسبب عامل الوقت و التكلفة ، الذي لا يتيح للقراء فرصة في التواصل مع المستخدمين والاتصال بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو داخل المواقع الشخصية .

8- طبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم.

-إن غالبية جمهور الطلبة يتصفحون الصحف الإلكترونية انطلاقا من قراءة النصوص المعالجة إضافة إلى مشاهدة مقاطع الفيديو التي تحمل خبر معين سواء كان مشير أو ذو قيمة إخبارية هامة تدخل ضمن أولوياته والتي يتفاعل معها غالبية الباحثين .

-لا يتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال بشكل كبير مع الصور والرسومات الكاريكاتورية، كونها غير مفهومة وغامضة بالنسبة له مما يصعب فهم مضمونها الإخباري حسب آراء جمهور الطلبة .

9- استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الإلكتروني .

-تشير نتائج الدراسة إلى أن نصف عدد الطلبة يعتمدون على خدمة الأرشيف الإلكتروني في الرجوع إلى الأعداد السابقة قصد التطلع على الأخبار والموضوعات القديمة المخزنة في أرشيف الصحيفة مع متابعة تطوراتها، مقابل بقية الطلبة الذين لا يعتمدون على هذه الخدمة.

10- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة.

أوضحت نتائج الدراسة إن نصف عدد طلبة علوم الاعلام والاتصال يهتمون بخدمة الروابط النصية التشعبية التي تحيل إلى المواضيع المقروءة المتوفرة في خدمات الصحافة الإلكترونية بفضل خاصية النص الفائق ، أما بقية الطلبة فلا يعتمدون على ما هو متوفر من مواضيع في الروابط التشعبية.

11- توسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية التشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

- تفسر نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عدد الطلبة لا يجيلون إلى الروابط النصية التشعبية للتوسع في قراءة تفاصيل الأخبار والموضوعات ، فهم يكتفون فقط بقراءة عناوين الأخبار ومختصرات الموضوعات بشكل عام .

- تفسر نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عدد الطلبة لا يجيلون إلى الروابط النصية التشعبية للتوسع في قراءة تفاصيل الأخبار والموضوعات ، وهذا راجع لعدم احتواء جمهور الطلبة على شبكة الانترنت في الأماكن التي تداوم عليها يوميا فان عامل الوقت والتكلفة يعيق القارئ في التعمق والتدقيق بداخل المحتويات إحالة إلى الروابط النصية التشعبية.

12- مفاضلة جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف .

- في سرد للنتائج المتعلقة بطرق القراءة عند جمهور الطلبة ، تبين أن أكبر نسبة تعود لفئة الطلبة الذين يفضلون تصفح الأخبار والمواضيع الإعلامية على المواقع الرسمية مباشرة وبشكل فوري واني، بدلا من تصفحها على منافذ نشر أخرى كمواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع مختلفة تسعى على نشر الأخبار والموضوعات .

- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 55% من جمهور الطلبة يفضلون التصفح الموضوعات والأخبار الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي نظرا لاستخدامهم المتزايد لهذه المواقع

خاصة (الفيسبوك) مما يفضلون في التفاعل مع هذه المضامين كلما تصادفوا معها في صفحات الفيسبوك بدلا من التصفح على الموقع الرسمي.

- تشير نتائج الدراسة بأن لجمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال اختلافات عديدة في أنماط وطرق القراءة الالكترونية على المواقع الالكترونية وتتغير حسب تغير فحوى الاستخدام والتفاعل.

13- ترتيب اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الاطلاع عليها المضامين الالكترونية.

- تشير نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك هو الاهتمام الأولى لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال ، حيث يستخدمونه في الإطلاع على مختلف الأخبار والموضوعات التي تنشرها الصحف الالكترونية.

- تشير نتائج الدراسة بأن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر استخداما في متابعة الجرائد الالكترونية نظرا لاعتماد الكبير عليه من قبل المستخدمين في كل الأوقات وبشكل روتيني والتي وصلت إلى حالة إدمان كل شرائح المجتمع من صغير وكبير على هذا الموقع ، فاعتنمت الصحافة الالكترونية هاته الفرصة في نشر محتوياتها على الفيسبوك، هذا ما ساهم من خلاله صحفيي ومسؤولي الجرائد الالكترونية في إنشاء صفحات إخبارية على مواقع الفيسبوك استعانة بها في نشر الأخبار والموضوعات في مختلف جوانب الحياة (السياسية ، الاقتصادية ، الرياضية ، الثقافية ، الدينية و الثقافية) حسب أولويات واهتمامات جمهور الفيسبوك وذلك لأجل استقطاب وجذب أكبر شريحة ممكنة من الجمهور وتسجيل نسبة قراءة و مشاهدة أكبر لدى القراء.

- احتل موقع اليوتوب المرتبة الثانية من اهتمامات جمهور الطلبة في استخدامه لأجل تصفح المضامين وأخر الأخبار والمجريات.

- احتل موقع تويتر المرتبة الرابعة من التصنيف حسب اهتمامات الطلبة في متابعة موضوعات وأخبار الصحف الالكترونية .

-فيما أعطى بعض الطلبة اقتراحات أخرى لبعض المواقع التي يتابعون الجرائد الإلكترونية عليها على غرار المواقع المذكورة سابقا كموقع فيلكر وغيرها من المدونات الإلكترونية.

14- مشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي .

-توضح نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عدد الطلبة لا يشاركون بآرائهم واتجاهاتهم حول المواضيع المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي في مستطيلات التعليقات على عكس فئة الطلبة المستبقاة ممن يشاركون بآرائهم على الموضوعات المدرجة في مواقع التواصل الاجتماعي كلما تصادفوا مع هذه المواضيع.

-تشير نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك هو الموقع الذي يعتمد عليه غالبية جمهور الطلبة في قراءة الأخبار والمشاركة بآرائهم وتعليقاتهم عليها.

15- مناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين.

- تشير نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عدد الطلبة لا يدخلون في نقاشات مع المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي على المحتويات الإخبارية ،

- إن سبب عدم مناقشة جمهور الطلبة على الموضوعات الإخبارية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي مع باقي المستخدمين هو أنهم يتعرضون فقط للمواضيع المدرجة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كلما تصادفوا معها فقط ، مع إضافة اعجابات وتعليقات مختصرة على مضمون الموضوع لا أكثر.

-توجد نجد عوامل أو انشغالات أخرى لدى جمهور الطلبة في استخدام شبكات الانترنت تعرقل مسار النقاش والحوار على هذه التعليقات والآراء (أغراض بحثية علمية، الدردشة والتواصل، الموسيقى، الترفيه والتسلية (الموسيقى والألعاب).....الخ.

-توصلت نتائج الدراسة إلى تسجيل نسبة قليلة لفئة الطلبة التي تقوم بمناقشة التعليقات المدرجة على الموضوعات التي لاقى اهتمامهم مع بقية الآراء والمستخدمين سواء كانوا قراء أو صحفيين.

16- إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الإلكتروني الشخصي

-أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية طلبة علوم الاعلام والاتصال يشاركون في المواضيع التي لاقى اهتمامهم من خلال إدراجها على حائط الصفحات الخاصة بهم في الموقع الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي.

*وما توصلت إليه النتائج الخاصة بهذه الدراسة نجد أن طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يتفاعلون مع مضامين الصحف الإلكترونية داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث لا ستجل أي نسبة تفاعل معها مادام أن الطالب هنا مشغول بأمور واستخدامات أخرى كأغراض الدردشة والدراسات البحثية ..الخ تجعله لا يقرأ ولا يشارك فيها بآرائهم ومناقشاته الدخيلة.

*وما توصلت إليه نتائج الدراسة أيضا وجود عوامل اقتصادية (مادية) ، عوامل زمنية ومكانية ، وعوامل أخرى تفرضها طبيعة المحيط والمجتمع تعرقل تفاعله مع أخبار ومحتويات الصحف الإلكترونية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها الفيسبوك.

نتائج الدراسة العامة:

لقد قمنا بدراسة ميدانية مسحية لجمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال كنموذج عن الصحف الإلكترونية الجزائرية ، وهذا لغرض معرفة مدى مساهمة الخصائص التكنولوجية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية في تغيير أنماط وعادات القراءة لديهم ، وشملت عينة البحث 60 مبحوثا باستخدام أداة الاستبيان في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة وتحليلها .

وبعد تحليلنا لنتائج الدراسة عبر خمس محاور للإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية البحث، كانت الاستنتاجات على النحو التالي :

- يهتم طلبة علوم الإعلام والاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية .
- يهتم طلبة علوم الإعلام والاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية قصد تنمية أرصدهم الثقافية و المعرفية في قراءة المواضيع و الأخبار أو قصد انتساب خبرة إعلامية ونظرة عامة عن الصحف الإلكترونية وطرق استخدامها لها في نشر الأخبار والموضوعات و كيفية التعامل مع جمهورها.
- يهتم طلبة علوم الإعلام والاتصال بمطالعة الصحف الإلكترونية ، وهذا راجع إلى أن موضوع الصحافة الإلكترونية يندرج ضمن تخصص إعلام والاتصال لذا يكمن الشغل الشاغل لجمهور الطلبة بالاهتمام بها ومتابعتها.
- معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال يقبلون على مطالعة الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- يفضل طلبة علوم الإعلام والاتصال تصفح النسخ الإلكترونية ورقية الأصل ، وبنسبة اطلاع مقبولة على المواقع الصحفية الإلكترونية.
- يطالع معظم أفراد العينة الصحف الإلكترونية باللغة العربية، وفئة قليلة ممن تتصفح الصحف الإلكترونية باللغة الفرنسية.

- يفضل جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال مطالعة المضامين الالكترونية على موقع الخبر أون لاين والشروق أون لاين.
- نستنتج أن طلبة علوم الإعلام والاتصال يفضلون قراءة مضامين المحتويات الالكترونية على شكل أخبار صحفية، فيما يفضلون مطالعتها أيضا من باب التحقيقات واستطلاعات الرأي.
- يفضل طلبة علوم الاعلام والاتصال مطالعة المواضيع السياسية والإخبارية والتي تنطوي على باقة من المواضيع الاجتماعية وشؤون الصحة وقضايا المحاكم والأحداث. فيما تجذب قراءة مختلف المواضيع الثقافية والترفيهية.
- يطالع طلبة علوم الاعلام والاتصال الصحف الالكترونية الجزائرية منذ سنة إلى سنتان .
- يطالع طلبة علوم الاعلام والاتصال الصحف الالكترونية الجزائرية من مرة واحدة إلى مرتان في الأسبوع.
- يطالع طلبة علوم الاعلام والاتصال الصحف الالكترونية الجزائرية من ساعة ساعتان في اليوم.
- إن طلبة علوم الاعلام والاتصال لا يملكون وقت محدد في مطالعة الصحف الالكترونية ، وكما توصلت النتائج وجود فئة من جمهور طلبة الاعلام يفضلون مطالعة الصحف الالكترونية في الفترة الصباحية.
- يطالع طلبة علوم الاعلام والاتصال الصحف الالكترونية في المنزل، تليه مقاهي الانترنت ،مع تراجع لنسب تردد القراءة على أماكن العمل ونوادي الجامعة.
- الوسيلة الأكثر استخداما عند جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال هي الحواسيب الآلية والحواسيب الشخصية.
- يتصفح معظم طلبة علوم الاعلام والاتصال المضامين الالكترونية مباشرة من المواقع الرسمية للصحف الالكترونية.

- يستخدم طلبة علوم الاعلام والاتصال ي خدمة البحث في المحتويات الالكترونية والتعمق في موضوعاتها والإبحار فيها.
- يتفق المبحوثون على أن الصحافة الالكترونية تتسم بالخصائص التكنولوجية التي أفرزتها فيها شبكة الانترنت والمتمثلة في :
 - تمتاز الصحافة الالكترونية بخاصية التفاعلية والمشاركة ، بحيث تتيح لمستخدميها حرية المشاركة بآرائها والتعليق على المواضيع المنشورة ومناقشتها.
 - تمتاز الصحافة الالكترونية بخاصية السرعة و الفورية في نشر مضامينها وانتقاءها من قبل القراء.
 - تتوفر الصحافة الالكترونية على استخدام الوسائط المتعددة بالصوت والنص والصورة في نشر مضامينها حيث تعرضها بطريقة محترفة وذات جودة عالية، فيما تنشر الصحافة الالكترونية محتوياتها بالإخبارية| من أشكال مختلفة كالنصوص / الصور والفيديوهات.
 - تمتاز الصحافة الالكترونية بالسهولة والمرونة في التعامل مع المادة الإخبارية ، حيث مرّن استخدامها مرّن من قبل القارئ ويجد السهولة في انتقاء المواضيع ، ولا ننسى أيضا أن الصحافة الالكترونية تستخدم السهولة والبساطة والموضوعية وغيرها من القيم الإخبارية التي تضيفها في موضوعاتها وأخباره وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من القراء
 - تمتاز الصحافة الالكترونية بالشمولية والعمق المعرفي نظرا لاتساع المساحة ، وهذا ما يبين أنها غير مقيدة بالمساحة

- الإعلامية بحيث تتيح للقارئ حرية الاتساع و التعمق في الأخبار و الموضوعات و النبش في تفاصيلها بفضل تقنية النص
- الفائق الذي تسهل للمستخدم التعمق في الموضوعات من خلال إحاثة نحو الروابط النشطة.
- التنوع في مضامين الصحافة الإلكترونية ومساهمتها في فتح مجالات معرفية كبيرة للقارئ جعل لهذا الأخير فضول واهتمام قوي بمطالعتها والتفاعل مع محتوياتها .
 - الصحافة الإلكترونية تعمل على تقديم خدماتها للمستخدم بوقت وجهد أقل وبتكاليف معقولة ولا تتطلب جهدا في قراءة الأخبار و الموضوعات والمشاركة في إبداء الرأي والتعليق على المضامين وغيرها من الخدمات .
 - الصحافة الإلكترونية تمتاز بخاصية الأرشفة الإلكترونية مما تسهل للمستخدم الرجوع إلى الأعداد السابقة بشكل فوري والمواضيع الأخرى التي لاقت اهتماما من قبله .
 - الصحافة الإلكترونية تمتاز بخاصية اللامجهورية و اللاتزامنية .
 - تشير النتائج أن الخصائص التكنولوجية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية هي الدوافع الحقيقية التي دفعت بطلبة علوم الاعلام والاتصال إلى الاهتمام بمطالعتها وتصفحها والتفاعل مع مضامينها كالمشاركة في نشر الأخبار والموضوعات وانتقاءها ومناقشتها في إبداء الآراء الخ .
 - الخدمات والتطبيقات التكنولوجية التي تتوفر في الصحافة الإلكترونية بفضل خصائصها التكنولوجية ساهمت في إشباع حاجات ورغبات طلبة علوم الاعلام والاتصال .
 - إن الانتشار المتزايد لاستخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحافة الإلكترونية في قراءة المحتويات والتفاعل معها بدلا من تصفح المطبوع الورقي الكلاسيكي ، راجع إلى مدى إشباع

الصحافة الإلكترونية لحاجاتهم ورغباتهم القرائية بفضل الخدمات والتطبيقات التفاعلية التي تتيحها الصحافة الإلكترونية لقراءها ومستخدميها..

- يتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الإلكترونية من خلال قراءة الموضوعات و الأخبار والتعليق عليها من خلال إبداء آرائهم وتوجهاتهم.

- لا يتدخل طلبة علوم الاعلام والاتصال في صناعة الخبر ونشر المضامين الإلكترونية داخل المواقع الإعلامية.

- لا يشترك طلبة علوم الاعلام والاتصال في القوائم البريدية لغرض مناقشة الأخبار و الموضوعات المدرجة في صفحات الموقع مع باقي المستخدمين بما فيها الزوار والصحفيين ذوي المسؤولية الإعلامية.

- أفراد العينة لا يسجلون أنفسهم في منتديات الصحف الإلكترونية في حين أنهم لا يطرحون آرائهم حول الاشتراك في هاته المنتديات ، ولا يتواصلون مع باقي المستخدمين حول المواضيع المعالجة في صفحات المنتديات نظرا لافتقاد الصحف الإلكترونية الجزائرية لخدمات المنتديات.

- طلبة علوم الإعلام والاتصال لا يدخلون في حوارات ونقاشات مع المستخدمين لهاته المواقع تعليقا على القضايا والموضوعات الهامة

- يتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال بشكل كبير مع النصوص المعالجة، إضافة إلى مشاهدة مقاطع الفيديو التي تحمل خبر معين سواء كان مثير أو ذو قيمة إخبارية هامة تدخل ضمن أولوياته والتي يتفاعل معها غالبية الباحثين .

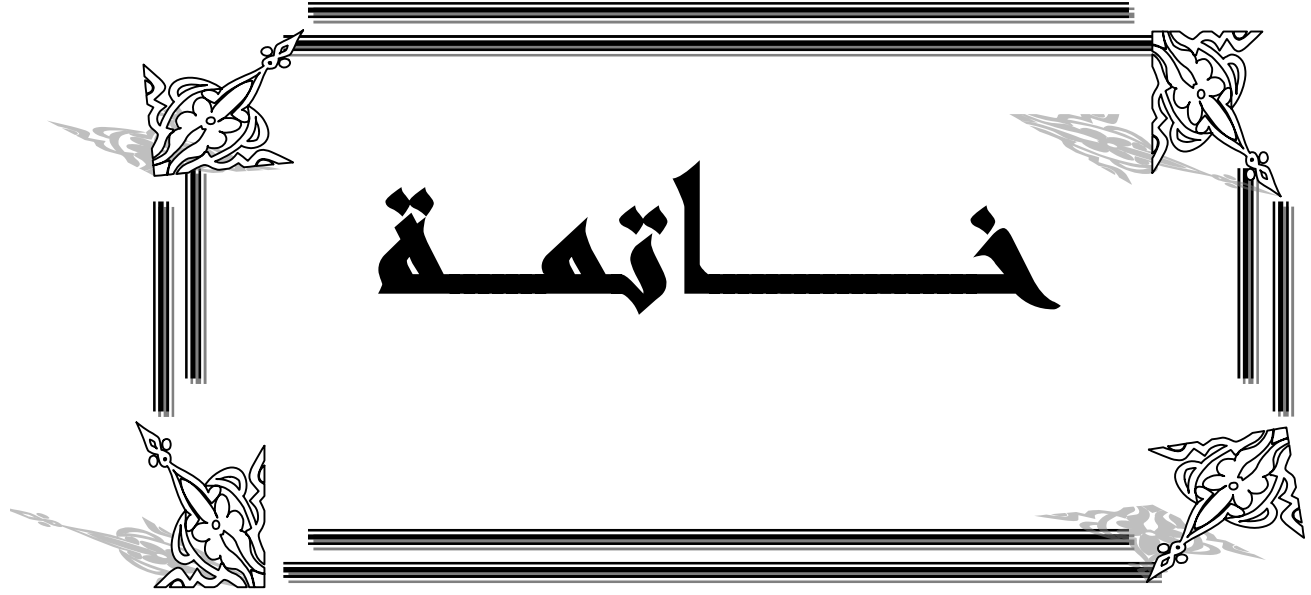
- لا يهتم طلبة علوم الاعلام والاتصال بمطالعة المحتويات التي تحمل الصور و الرسومات الكاريكاتورية.

- لا يهتم طلبة علوم الاعلام والاتصال بالروابط النصية التشعبية للتوسع في قراءة تفاصيل الأخبار والموضوعات ، فهم يكتفون فقط بقراءة عناوين الأخبار ومختصرات الموضوعات بشكل عام .

- يتفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال مع الموضوعات والأخبار الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي نظرا لاستخدامهم المتزايد لهذه المواقع خاصة (الفيسبوك) مما يفضلون في التفاعل مع هذه المضامين كلما تصادفوا معها في صفحات الفيسبوك بدلا من التصفح على الموقع الرسمي.
- موقع الفيسبوك هو الموقع الذي يعتمد عليه غالبية جمهور الطلبة في قراءة الأخبار والمشاركة بآرائهم وتعليقاتهم عليها.
- أكثر من نصف عدد الطلبة لا يشاركون بآرائهم واتجاهاتهم حول المواضيع المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي في ساحات التعليقات .
- أكثر من نصف عدد الطلبة لا يدخلون في نقاشات مع المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي على المحتويات الإخبارية .
- لا يتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع مضامين الصحف الالكترونية داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث لا تسجل أي نسبة تفاعل معها مادام أن الطالب هنا مشغول بأمور واستخدامات أخرى كأغراض الدردشة والدراسات البحثية ..الخ تجعله لا يقرأ ولا يشارك فيها بآرائهم ومناقشاته الدخيلة.
- تحول عوامل اقتصادية (مادية) ، عوامل زمنية ومكانية ، وعوامل أخرى تفرضها طبيعة المحيط والمجتمع دون تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع أخبار ومحتويات الصحف الالكترونية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي. مما فيها الفيسبوك.
- * أما النتائج المتوصل إليها للإجابة على إشكالية الدراسة المتعلقة بمدى مساهمة الخصائص التكنولوجية للصحافة الالكترونية في تغيير أنماط القراءة الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال :

1. لقد ساهمت خاصية التفاعلية في تغيير أنماط الطلبة انطلاقاً من أنها تتيح للقارئ حرية التفاعل مع مضامينها والمشاركة عليها من خلال التشارك في إبداء آرائه وتعليقاته على الأخبار والموضوعات ومناقشتها مع باقي المستخدمين في ساحات التعليق ، على عكس الصحافة المكتوبة تتيح للقارئ فقط القراءة العادية .
2. وبفضل التفاعلية أصبح الطالب الجزائري ينظر للصحافة الإلكترونية الوسيلة التي تقدم له الأخبار والمعلومات وأيضا تسمح له بالتعليق عليها ومناقشتها وإعطاء وجهة نظر خلاف الصحيفة الورقية التي تعتبر صماء.
3. ساهمت التفاعلية في الصحف الإلكترونية الجزائرية في استقطاب طلبة الاعلام من خلال استعمال التكنولوجيا الجديدة، التي أصبحت مركز تركيز جمهور الطلبة الشباب وتوفر الوسائل الحديثة مثل: الحاسوب - الحاسب الشخصي الهاتف النقال بمختلف تطبيقاته التكنولوجية .
4. ساهمت خاصية النص الفائق في تغيير أنماط الطلبة طلبة علوم الاعلام والاتصال من خلال أنهم أصبحوا يتفاعلون مع مضامين الصحف الإلكترونية سواء كانت نصوص أو صور أو فيديوهات استعانة لتقنية الوسائط المتعددة وتقنية النص الفائق ، على عكس القراءة التقليدية في الصحافة المكتوبة يكتفي فقط بالقراءة البصرية العادية للمضامين ومشاهدة الصور والرسومات الغامضة مع كتم آرائه وتوجهاته.
5. ساهمت خاصية الأرشفة في تغيير أنماط الطلبة من خلال أنها تتيح لهم حرية النزول أو الإحالة إلى الروابط النصية التشعبية قصد البحث الداخلي والخارجي في محتوياتها و التعمق في تفاصيل الأخبار والموضوعات نظرا لاتساع مساحة المواقع الإلكترونية للصحف ، على عكس الصحافة الورقية التي تحصر طلبة الاعلام في قراءة النصوص والأخبار المعالجة فقط دون تقديم تفسيرات وتعميقات للمواضيع.

6. لقد ساهمت خاصية الأرشيف الإلكتروني في تغيير أنماط الطلبة نظرا لسماحه في الرجوع إلى الأعداد السابقة وقراءة الموضوعات القديمة انطلاقا من خاصية الأرشيف الإلكتروني . على عكس الصحافة التقليدية التي لا توفره على ذلك .
7. لقد ساهمت خاصيتي اللاتزامنية و اللاجماهيرية في تغيير أنماط الطلبة ، وذلك نجد أن جمهور الطلبة يمكن أن يتصفحوا الصحف الإلكترونية في أي وقت وفي أي زمان (صباحا / زوالا / مساء / ليلا) ولديهم الوقت الكافي للقراءة حسب الظروف التي تحيط به أثناء التصفح فهي موجهة للفرد الواحد بدلا من العامة .
8. إن الخصائص التكنولوجية للصحافة الإلكترونية ساهمت في تغيير أنماط الطلبة ، فهي تتيح له حرية اختيار الوسيلة التكنولوجية المعتمدة للاطلاع سواء حاسب إلي أو حاسب شخصي أو هاتف ، على عكس الصحافة المكتوبة فهي تقدم محتوياتها فقط على الورق المطبوع.
9. لم تساهم الصحف الإلكترونية في تغيير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام في ما يتعلق بعامل التكلفة ، فالتكلفة الباهظة أعاقت طلبة الاعلام من الوصول إلى شبكات الانترنت لأجل التصفح على مضامين الصحف الإلكترونية.
10. ومن هنا يبين أن جملة العوامل الزمنية والمكانية ، إضافة إلى العوامل الاقتصادية (المادية) تعرقل بعض فئات جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال من التفاعل مع الصحف الإلكترونية ، فيما يتبين أن هذه الظروف التي تحيط بنمط معيشتهم والتي تفرزها الحياة الاجتماعية في حد ذاتها سواء في أماكن الدراسة كالجامعة أو مع المجتمع قد لا تساهم الصحف الإلكترونية هنا بفضل خصائصها التكنولوجية المستحدثة وبالرغم من توافرها على خدمات وتطبيقات جديدة تتيحها لطلبة الاعلام على تغيير أنماط وعادات القراءة لديهم .



خاتمة :

وفي الأخير وعلى ضوء هذه الدراسة التي تستهدف معرفة أنماط وعادات القراءة لدى جمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال ، نستنتج أن الصحافة الالكترونية ظاهرة إعلامية صحفية جديدة ثبتت أقدامها ورسخت معالمها مجموعة من الملامح المتميزة ، كأحد المظاهر الناتجة والمتولدة عن استخدام شبكات الانترنت وتطبيقاتها في العوالم الجديدة ، حيث توافرت في الصحافة الالكترونية جملة خصائص وميزات التي أفرزتها فيها شبكة الويب سعت من خلالها على جعل القارئ أو المستخدم الالكتروني يكتسب سلوكيات وعادات قرائية جديدة في الاستخدام والتفاعل مع مضمونها الإعلامية بفضل التطبيقات والخدمات التكنولوجية التي تتيحها له لأجل التطوير في أساليب القراءة الالكترونية بعد أن كان في اعتقادهم أنه أصبح هش الدور في الصحافة المكتوبة .

وحتى وان كانت هذه الخدمات التفاعلية قد وصلت بالمستخدم إلى أرقى التطورات والاستخدامات التكنولوجية ، إلا أن الصحافة الالكترونية الجزائرية لا توفر إلا بعض الخدمات البسيطة كالقراءة والتعليق وسبر الآراء ، جعلته يكتسب أنماط وسلوكيات جديدة في القراءة بفضل تلك الخصائص التي تتسم بها صحافة أنت و التي غيرت في عقلته التقليدية في الصحافة التقليدية ، مما أصبح يقرأ ، ويبحث ، ويشاهد الصور والفيديوهات ويسترجع مواضيعه الهامة دون أن يأخذ عامل الوقت والجهد و التكلفة بعين الاعتبار وهذا الفضل كله يرجع إلى تلك الخصائص والتطبيقات التكنولوجية التي ساهمت أحق المعرفة في تغيير سلوكياته والتي خلفت في طرق وأساليب وتقنيات جديدة في الاطلاع تخلصا من الوسائل التقليدية القديمة التي تبناها في الصحافة الكلاسيكية، ولكن لا ننسى بأن هذه السلوكيات والأنماط التي تبنتها طلبة علوم الإعلام والاتصال لها تأثير كبير على دراسته مما أصبحت الصحافة الالكترونية تعتبر ضمن أولويات حياته التي يداوم عليها ليستخدمها لأغراض بحثية أكاديمية ، علمية ، ولأغراض معرفية لتقوية رصيده المعرفي متطلعا على مجريات الحياة المحلية والعالمية اكتسابا لخبرة إعلامية في هذا المجال الذي يعالج في طور تخصصه،

خاتمة

إلا أن هذه الأنماط والعادات المكتسبة فهي تتغير وفق تغير الظروف المحيطة بحياته اليومية الروتينية، فالحدود الرمائية والمكانية والعوامل الاقتصادية هي ظروف ساهمت في تغيير عادات والأنماط القرائية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال الجزائريين ولكن نحو الأسوأ، فهي بدورها تعيق مساهمهم الاطلاعي فيما تجعلهم لا يقبلون على الخدمات التفاعلية للصحف. نظرا لضيق الوقت جمهور الطلبة والذي يستغلونه في الدراسة أو في انشغل أخرى ، وحاجة التكلفة الباهظة التي لا تسمح لطلبة الإعلام الاطلاع على محتويات الصحافة الالكترونية إلا بشكل قليل .

وحسب ما بينته نتائج الدراسة التي توصلنا اليه من خلال إجابات طلبة علوم الاعلام والاتصال ليست إلا عبارة عن آراء حول استخداماتهم للصحافة الالكترونية الجزائرية ، وما يمكن استخلاصه من دراستنا هذه هو أن واقع الصحافة الإلكترونية ببلادنا لا زال يقال حوله الكثير، ذلك أنها مازالت ميدانا خصبا في ظل التسهيلات المادية والإدارية لإنشاء المواقع والتعامل معها بصورة يومية وآنية، وبالتالي فالصحافة الإلكترونية في الجزائر تعد مولود دخيل، لم نستعد له في مجتمعنا لا قانونيا بوضع أطر تشريعية له، ولا سياسيا بإدراج مقوماته في ظل الدائرة التربوية والتعليمية أثناء إعداد النشر، فهي لا تزال بعيدة كل البعد عن الصحافة الالكترونية ، نظرا لاكتفائها بنسخ الالكترونية لصحف ورقية الأصل في نشر مضامينها للقراء ، لكن لو جئنا للحديث عن كل ما هو منطقي وواقعي مشهود ، فان الصحافة الالكترونية لازالت لم تولد في الصحافة الجزائرية ، ولم تصل حتى الى مستوى الصحف الالكترونية التي تشهدها المجتمعات الغربية وبعض دول المشرق ، لذا يتطلب التطوير في تقنيات تصميم المواقع الصحفي الالكترونية الجزائرية التي تستوجب التجديد و التحديث في أساليب نشر المحتويات الصحفية ، وذلك بشكل احترافي لما يندرج ضمن أولويات القراء، حتى تخدم كل ما يهمهم ، لأن القار الجزائريين بما فيها فئة الطلبة الشباب لا يتفاعلون بشكل كبير مع النسخ الالكترونية ، أين سجلت نسبة اطلاع أقل لديهم على غرار تفضيلهم للصحافة الورقية ، التي لازالت حافظة على قيمها ومبادئها الاعلامية وجمهورها الخاص بها وما استنتجناه في ما يتعلق بموضوع المطالعة الالكترونية للصحف الجزائرية أن عدم تجاوب جمهور الطلبة أو فئات الجماهير الأخرى بشكل كبير مع هذه الصحافة ، راجع الى استخدامهم الغزير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى الاعتماد عليها في تحقيق

خاتمة

واشباع رغباتهم والتي ولت الى مرحلة الادمان ، فيما توضح أن انشغال القراء باستخدامات أخرى كالدردشة والتواصل ... الخ على مواقع وصفحات أخرى تقدم خدمات من مختلف الجوانب ، جعلت نسبة التصفح الالكتروني على الجرائد الجزائرية تقل نظرا لافتقار الصحافة الجزائرية التقنين والابداع في ظل واكتسابها جملة من المعارف والإيديولوجيات الإعلامية في ظل التطوير التكنولوجي التي تعمل من أجل الزيادة على استقطاب القراء في التفاعل مع مضمينها والمشاركة فيها بفضل خدماتها الوفيرة والمتاحة.

التوصيات والاقتراحات :

وأهم ما أوصى به الباحث به مايلي :

1- على الصحافة الجزائرية أن تسعى في تنمية وتطوير مواقعها النسخ الالكترونية إلى مواقع الكترونية الأصل حتى تكون صحيفة مستقلة بذاتها من مبادئ و تقنيات النشر و أساليب الإخراج والتصميم ، مستقلة بصحفيها وإدارتها الالكترونية ، ومستقلة بقرائها وجمهورها المميز بعيدا عن كل ماهو مرتبط بالصحافة التقليدية ، مستقلة بذاتها باستراتيجيات ذو خبرة إعلامية تكنولوجية مرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2- على الصحافة الالكترونية أن تقوم نشر مضامينها بطريقة محترفة وبشكل أدق من خلال تفسير المعلومة والخبر مع إضفاء القيم الإخبارية.

3- زيادة حرية الرأي والتعبير والتعددية في الآراء والمحافظة على المصداقية.

4- العمل على استخدام عنصر التفاعلية وأن تعمل باتجاه واحد لا باتجاهين.

قائمة المراجع

٧ مراجع بالعريية

(1) الكتب

1. أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005
2. الكلالدة ظاهر و جودة كلظم: أساليب البحث العلمي في ميدان العلوم الإدارية، زهران للنشر. عمان ، 1997.
3. أ.علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن-عمان، 2013.
4. حسنين شفيق، الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط1 ؛رحمة برس للطباعة والنشر، 2007.
5. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة،
6. حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، نظريات الإعلام، مصر، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
7. حسن حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام دار الفكر العربي ، 1991 القاهرة ،
8. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع ،عين مليلة ،الجزائر .
9. رضا عبد الواحد أمين : الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 2007.
10. زيد منير سليمان ، الصحافة الالكترونية، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن ، 2009.

11. د. سعيد الغريب النجار: الصحيفة الالكترونية والورقية، (دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية، المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر/ ديسمبر 2001 .
12. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان.
13. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد (المفهوم الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان -الأردن ، الطبعة الأولى 2008
14. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط 1 ؛ عمان :دار الشروق.
15. عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي (دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية)، ط 1، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية.
16. عبد الحكيم بوغرارة ، تكنولوجيات الاتصال الحديثة بين ترقية الصحافة و التعبير ، جريدة الشعب .
17. عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظريات الاتصال ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ، 2003 .
18. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية 2013، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2013.
19. محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة : (الاستخدام والتأثير)، ط 1 ؛ الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011 .
20. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1992.
21. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مصر، عالم الكتب، 2004.

22. محمد عبيدات و محمد أبو ناصر، عقلة مبيضين ، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و القواعد)، ط 2 ، دار وائل للنشر عمان ، الأردن ، 1999.

23. محمد لطف حميري، تقنيات الاتصال المعاصرة، المستحدثات والاستخدامات، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2002.

24. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط 1 ؛ مصر : دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.

25. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مصر ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، 2003 .

26. ملفين دفلير ، ساندر رابول ، رو كيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة : كمال عبد الرؤوف ، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 .

27. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن 2013.

✓ مراجع باللغة الأجنبية

JEAN- Pierre Meubier , introduction aux théories de la -
.communication , bueck université , 2 édition , 2004

✓ رسائل جامعية

1. - كريمة بوفلاقة : الجمهور المتفاعل في الصحافة الالكترونية (دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الالكترونية الجزائرية) مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2009/2010.

2. عبير شفيق جورج الرحباني، استخدامات الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام) جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، 2009.

3. منال قدوح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، دراسة ميدانية مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2007
4. الهام بوثلجي، الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراء الجزائريين (دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق اونلاين)، مذكرة نيل شهادة الماجستير علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010-2011.
5. جلال الدين خاوي. سمية بوعكاز، الصحف الالكترونية والمحتوى الصحفي الرقمي (دراسة تقييميه وصفية لمواقع الصحف الجزائرية (البناء- السمات - الخصائص)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ' تخصص اتصال/علاقات عامة)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، دفعة 2009-2010.
6. - بشاش أمينة، بوعلام سارة، المقروئية بين الصحف الورقية و الصحف الالكترونية (دراسة في معايير الاستخدام و المفاضلة)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، دفعة سنة 2009.
7. سلطان مسفر الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، المدية المنورة-المملكة العربية السعودية، 1432هـ.

٧ مراجع الكترونية

1. السيد بخيت: مدونة الإعلام الجديد، متاح على الموقع:
<http://www.jadeedmedia.com/2012-04-20-17-59-06/2012-04-22-16-10-40/148-2012-04-25-18-17-48.html?start=4>
2. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki/83>.
3. طارق الحربي: ما هو الفايسبوك مميزات عيوبه وأهميته التعليمية، مدونة محمد احمد مطهر آل المطهر، اكتوبر 2012، متاح على الرابط:
http://ju5emamc.blogspot.com/2012/10/blog-post_7858.html

4. مؤيد الذيب: الفايسبوك ابتكار لا يخلوا من مضار، موقع الجزيرة.نت، ماي 2005، متاح على الرابط:

<http://www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2010/5/27/>

5. من موقع ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط:

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B1>.

6. مصطفى فتحي: مراجعة عن تويتر(إيجابيات وسلبيات تويتر)، موقع تسعة، جانفي 2014، متاح على الرابط:

[/http://www.ts3a.com/%D9%85%D%D8%AA%D8%B1-twitter](http://www.ts3a.com/%D9%85%D%D8%AA%D8%B1-twitter)

7. من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، متاح على الرابط:

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%8A%D%D8%A8>

الملايق



استمارة الاستبيان



–المسيلة- محمد بوضياف جامعة

كلية علوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة

طور : ماستر -2-

استمارة استبيان

تحت عنوان:

أنماط القراءة في الصحافة الالكترونية

— دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال —

استمارة -صحافة مكتوبة - تدرج استمارة الاستبيان ضمن دراسة لتحضير شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص موجهة إلى طلبة (ليسانس /ماستر) قسم علوم الإعلام والاتصال ، ونرجو من حضرتكم الإجابة على الأسئلة الواردة في الاستمارة بكل نزاهة وموضوعية، ونحيطكم علما أن البيانات الواردة فيها سرية لا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة، راجين منكم العمل على قراءة استمارة الاستبيان بتمعن قبل الإجابة عليها وإحاطتها بالاهتمام و المصادقية بغرض الوصول إلى نتائج دقيقة ، وفي الأخير تقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير.

شكرا على تعاونكم معنا

تحت إشراف الأستاذ:

— ولد جاب الله سعاد

إعداد الطالب:

مهداوي نصر الدين

ملاحظة : الرجاء وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية: 2014-2015

1. المحور الأول : البيانات الشخصية

1/ الجنس : ذكر 5 أنثى 5

2/ السن :

أقل من 20 سنة 5 من 20 - 25 5 من 25 - 35 5

3/ المستوى الجامعي : ليسانس 5 ماستر 5

4/ التخصص :

صحافة مكتوبة 5 اتصال وعلاقات عامة 5

5/ الحالة العائلية : أعزب 5 متزوج 5

6/ مكان الإقامة :

داخل المدينة، 5 في الضواحي 5 خارج الوطن 5

7/ نظام الإقامة الجامعية :

داخلي 5 خارجي 5

II. المحور الثاني : الاهتمام و المفاضلة

1- هل تهتم بمطالعة الصحف الالكترونية ؟

نعم 5 لا 5

2- رتب حسب اهتمامك طبيعة الصحف الالكترونية ؟

متخصصة 5 مواقع صحفية الكترونية 5 نسخ الكترونية لصحف 5

ورقية مدونات صحفية الكترونية 5

3- ماهي اللغة المفضلة لديك في الاطلاع على الصحف الالكترونية ؟

عربية باللغة العربية 5

عربية باللغة الفرنسية 5

عربية باللغة الانجليزية 5

أخرى أذكرها :

5- هل تطالع الصحف الالكترونية الجزائرية ؟

نعم 5 لا 5

-إذا كانت إجابتك "نعم" أ أي صحيفة من الصحف الالكترونية تفضل الاطلاع عليها سواء التي لديها نسخة ورقية أو التي ليست لديها ؟ يمكنك اختيار أكثر من اقتراح.

الخبر الأسبوعي 5 الخبر 5 الوطن 5
الشروق اونلاين 5 النهار اونلاين 5 liberté 5
الجزائر نيوز 5 البلاد أون لاين 5 Le temps 5

- صحف أخرى، اذكرها ؟

6- ما طبيعة محتوى الصحف الالكترونية الجزائرية المفضلة لديك في الاطلاع ؟

5 - أخبار صحفية
5 - مقالات صحفية
5 - تحقيقات واستطلاعات والرأي
5 - ربورتاجات صحفية
5 - تقارير صحفية
5 - أعمدة صحفية

7- ما طبيعة المضامين التي تفضل الاطلاع عليها ؟

سياسية 5 علمية 5 اقتصادية 5 رياضية 5 دينية 5
إخبارية 5 ترفيهية 5 تخصصية 5 ثقافية 5 فنية 5

* أخرى أذكرها :

III. المحور الثالث: عادات وأنماط القراءة في الصحافة الالكترونية

1- منذ متى وأنت تطلع على الصحف الالكترونية ؟

5 - سنة واحدة

5 - سنتان

5 - ثلاث سنوات

5 - أربع سنوات

5 - خمس سنوات فأكثر

2- ما عدد مرات اطلاعك على الصحف الالكترونية ؟

5 - يوميا

5 - مرة واحدة في الأسبوع

5 - مرتان في الأسبوع

5 - أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع

3- ما عدد الفترات التي تقضيها في الاطلاع على الصحافة الالكترونية ؟

5 - أقل من ساعة

5 - ساعة واحدة

5 - أكثر من ساعتان

4- ما هي أنسب الفترات لديك في الاطلاع على الصحف الالكترونية ؟

5 - صباحا

5 - زوالا

5 - ليلا

5 - لا يوجد وقت محدد

5- ما هو المكان الذي تتعرض فيه للصحف الالكترونية ؟

5 - المنزل

5 - العمل

5 - نادي الجامعة

5 - مقاهي الانترنت

6- ما هي الوسيلة التي تتعرض بها للصحف الالكترونية ؟

5 - الحاسب الآلي

5 - الحاسب الشخصي

5 - الهاتف النقال

7- هل تطالع صحيفتك الالكترونية :

5 - على الموقع الرسمي للصحيفة أون لاين

5 - تحميل النسخة الورقية للصحيفة وقراءتها على شكل PDF

8- هل تتيح لك الصحيفة الالكترونية إمكانية البحث الداخلي و الخارجي في ومحتويات موقع

الصحيفة (محرك بحث داخلي / محرك بحث خارجي) ؟

5 نعم 5 لا 5

IV. المحور الرابع : دوافع و مبررات مطالعة الصحف الالكترونية

الرقم	الدوافع	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	لأن الصحافة الالكترونية تمتاز بالتفاعلية وتتيح للمستخدم مجال حرية التعبير و المشاركة في استطلاع الرأي مع الوصول إلى أكبر عدد من الصحف (التعليق /النقد إبداء الرأي...).					
2	لأن الصحافة الالكترونية تمتاز بالسرعة الفورية في نشر المضامين فور وقوعها والتحديث المستمر لها أي تجدد بين الحين و الآخر مع التأكد من صحتها وصدقها مع المقارنة.					
3	لأن الصحافة الالكترونية توفر استخدام الوسائط المتعددة وتقنية النص الفائق (الصوت / الصورة / النص).					
4	لأن الصحافة الالكترونية تمتاز بالمرونة والسهولة في الاستخدام أو التعامل مع المادة الإخبارية.					
5	لأنها تمتاز بالشمولية و العمق المعرفي مع الكم الهائل والوفير للمعلومات نظرا لاتساع المساحة.					
6	لأن محتواها متنوع و مضمونها متشعب وتفتح مجالات كبيرة للمعرفة.					
7	لأن الصحافة الالكترونية تعمل على توفير الوقت والجهد والراحة مع قلة تكاليفها.					
8	لأن الصحافة الالكترونية تمتاز بخاصية الأرشيف الالكتروني في إمكانية الرجوع إلى الأعداد السابقة للمواضيع في أي وقت ومتابعة تطوراتها وتخزينها.					
9	لأن الصحافة الالكترونية تتميز بخصيبي اللاجماهيرية و اللاتزامنية.					

٧. المحور الخامس : تغير أنماط القراءة الالكترونية لدى جمهور الطلبة القراء

1- هل بإمكانك الحصول على المعلومات بشكل فوري واني مع إمكانية التوزيع ؟ .

نعم 5 لا 5

2- هل تشارك وتبدي رأيك في نشر الأخبار و المعلومات انطلاقا من تسجيلك على المنتديات ؟

نعم 5 لا 5

3 - هل تشترك في القوائم البريدية الالكترونية على مواقع الصحيفة الالكترونية ؟.

نعم 5 لا 5

4- هل تسجل نفسك في المنتديات الالكترونية ؟

نعم 5 لا 5

* إذا كانت إجابتك " نعم" هل تشترك في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية من خلال ساحات الموقع ؟

نعم 5 لا 5

5- هل تتصل ببقية القراء داخل منتديات وغرف الدردشة من المواقع الصحفية ؟.

نعم 5 لا 5

6- هل تقوم بمراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة ؟.

نعم 5 لا 5

7- هل تدخل في نقاشات و حوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة ؟

نعم 5 لا 5

8- ما هي طبيعة المحتويات التي تطالعها على صحيفتك ؟

صور و كاريكاتير 5 فيديو 5 نصوص 5

9 - هل تطالع أرشيف صحيفتك الالكترونية ؟

نعم 5 لا 5

10- هل تهتم بما هو متوفر من الروابط النصية الشعبية على المواضيع المقروءة ؟.

نعم 5 لا 5

11- هل تتوسع في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من خلال إحالتك إلى الروابط النصية التشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL.

نعم 5 لا 5

12 - هل تطالع على صحيفتك التي تعودت على مطالعتها من :

• الموقع الرسمي للصحيفة 5

• تتصفح الجريدة على شبكات التواصل الاجتماعي 5

* اذا كنت تطالع صحيفتك على مواقع التواصل الاجتماعي رتب حسب اهتمامك من بين هذه المواقع التي تتابع جريدتك من خلالها :

• الفيسبوك 5

• تويتر 5

• يوتوب 5

•ياهو 5

أخرى أذكرها :

13- هل تقوم بمشاركة أرائك حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي؟.

دائما 5 أحيانا 5 نادرا 5 لا تشارك 5 حسب المواضيع 5

14 - هل تدرج تعليقك على مضمون الجريدة في مواقع التواصل الاجتماعي؟.

نعم 5 لا 5

15 - هل تناقش تعليقاتك المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين؟.

نعم 5 لا 5

16 - هل تقوم بإدراج الموضوع الذي ألم اهتمامك وإعجابك في حائط صفحة موقعك الالكتروني ؟ .

نعم 5 لا 5



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

كلمة شكر

إهداء

ملخص الدراسة

خطة الدراسة

مقدمة

ب

الإطار المنهجي للدراسة

الصفحة

الموضوع

- | | |
|----|-------------------------|
| 8 | 1- إشكالية الدراسة |
| 10 | 2- تحديد مفاهيم الدراسة |
| 11 | 3- أسباب اختيار الموضوع |
| 12 | 4- أهمية الدراسة |
| 12 | 5- أهداف الدراسة |
| 13 | 6- مجال الدراسة |
| 14 | 7- عينة الدراسة |
| 25 | 8- المنهج المستخدم |
| 27 | 9- أدوات جمع البيانات |

الإطار النظري للدراسة

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 33 | تمهيد |
| 34 | 1 - المدخل النظري للدراسة |
| 34 | 1-1 مدخل الاستخدامات و الإشاعات |
| 37 | 2-1 تطور المدخل |
| 39 | 3-1 فروض المدخل |
| 39 | 4-1 العناصر الرئيسية التي تشكل المدخل |
| 39 | 1-4-1 افتراض الجمهور النشط |

فهرس المحتويات

41	2-4-1 الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الإعلام
44	3-4-1 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام
45	4-4-1 التوقعات من وسائل الإعلام
46	5-4-1 التعرض لوسائل الإعلام
46	6-4-1 إشباعات وسائل الإعلام
48	5-1 الانتقادات الموجهة للنظرية
50	2 - مدخل إلى الصحافة الالكترونية
50	1-2- مفهوم الصحافة الالكترونية
54	2-2- نشأة وتطور الصحافة الالكترونية
61	2-3- أنواع الصحافة الالكترونية
64	2-4- أهمية الصحافة الالكترونية
65	2-5- عيوب الصحافة الالكترونية
67	3 - التطبيقات الصحفية الجديدة في الصحافة الالكترونية
67	1-3- الخصائص التكنولوجية للصحافة الالكترونية
67	1-1-3- مميزات الصحافة الإلكترونية
79	2-3- منافذ نشر الصحافة الالكترونية (مواقع التواصل الاجتماعي)
79	1-2-3- الفيسبوك
83	2-2-3- تويتر
86	3-2-3- يوتوب
88	3-3- خصائص قراء الصحافة الالكترونية
92	3-4- الخدمات التي تقدمها الصحافة الالكترونية

فهرس المحتويات

100	تمهيد
101	التحليل الكمي والكيفي لمحاو الدراسة
101	1- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بمطالعة الصحف الالكترونية
101	1-1- اقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال على مطالعة الصحف الالكترونية
102	2-1- أنواع الصحف الالكترونية التي يطالها طلبة علوم الاعلام والاتصال.
107	3-1- اللغة المفضلة في الاطلاع على الصحف الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال
110	4-1- إقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال على الصحف الالكترونية الجزائرية
112	5-1- اهتمامات طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحف الالكترونية الجزائرية
114	6-1- الأنواع الصحفية المفضلة للتصفح لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال
116	7-1- طبيعة المضامين المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال
119	2- عادات وأنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال
119	2-1- المدة السنوية التي يقضيها طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف الالكترونية
124	2-2- كثافة تفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع الصحف الالكترونية
128	2-3- الحجم الزمني لتفاعل طلبة علوم الاعلام والاتصال مع المضامين الالكترونية
132	2-4- أوقات تصفح طلبة علوم الاعلام والاتصال للمضامين الالكترونية
135	2-5- أماكن تعرض طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحف الالكترونية
140	2-6- الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال في التصفح على الصحف الالكترونية
143	2-7- أنماط وكيفية قراءة الصحيفة الالكترونية
148	2-8- آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال من البحث في المحتويات الالكترونية.
149	3- دوافع ومبررات مطالعة الصحف الالكترونية
156	4- تغير أنماط القراءة لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال
156	4-1- آراء المبحوثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات
158	4-2- آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية
159	4-3- آراء المبحوثين التحليل الكيفي لآراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية.

فهرس المحتويات

- 4-4- آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية 161
- 4-5- آراء الباحثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الالكترونية. 162
- 4-6- آراء طلبة علوم الاعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة . 164
- 4-7- دخول طلبة علوم الاعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة 165
- 4-8- طبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الاعلام والاتصال على صحفهم . 167
- 4-9- استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني 168
- 4-10- اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة 169
- 4-11- توسع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية التشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي URL . 171
- 4-12- توزيع طلبة علوم الاعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعودين على مطالعتها 172
- 4-13- ترتيب اهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين المواقع التي يتابعون جرائدهم من خلالها 174
- 4-14- مشاركة طلبة علوم الاعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي 176
- 4-15- إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي . 178
- 4-16- مناقشة طلبة علوم الاعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين 180
- 4-17- إدراج طلبة علوم الاعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي . 181

فهرس المحتويات

183	II- عرض النتائج العامة للدراسة
183	الاستنتاجات خاصة بمحاور الدراسة
	خاتمة
	اقتراحات وتوصيات
	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول الإحصائية و الأشكال البيانية



فهرس الجءاءو 1 و الأشكال الءبءاءفة

فهرس الجداول الإحصائية

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
16	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
18	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
19	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	03
20	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	04
21	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	05
22	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	06
24	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نظام الإقامة الجامعية	07
101	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب اهتمامات القراء بالصحف الالكترونية	08
102	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب أنواع الصحف الالكترونية	09
103	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال حسب أنواع الصحف الالكترونية مع متغير الجنس.	10
107	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال حسب اللغة المفضلة للاطلاع	11
108	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب اللغة المفضلة في الاطلاع مع متغير مكان الإقامة	12
110	يوضح توزيع أفراد العينة في إقبالها على الصحف الالكترونية الجزائرية.	13
112	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال للصحف الالكترونية الجزائرية	14
114	يوضح توزيع أفراد العينة للأنواع الصحفية المفضلة لديها للتصفح	15
116	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال لطبيعة المضامين المفضلة	16
119	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال للمدة السنوية في اطلاعها على الصحف الالكترونية	17
120	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال للمدة السنوية التي يقضيها في التصفح مع متغير مكان الإقامة	18

124	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كثافة التفاعل مع الصحف الالكترونية	19
125	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال لكثافة تفاعلهم بالصحف الالكترونية مع متغير الحالة العائلية	20
128	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال لحجم التفاعل الزمني مع المضامين الالكترونية	21
129	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال حجم التفاعل بالمضامين الالكترونية مع متغير الجنس	22
129	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال للحجم الساعي في التفاعل بالمضامين الالكترونية مع متغير الحالة الاجتماعية	23
132	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الالكترونية	24
133	يوضح توزيع أوقات تعرض طلبة علوم المضامين الالكترونية مع متغير الحالة الاجتماعية	25
135	يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحف الالكترونية	26
136	يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحف الالكترونية مع متغير مكان الإقامة	27
137	يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحف الالكترونية مع متغير المستوى الجامعي	28
140	يوضح توزيع الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في التصفح	29
141	يوضح توزيع الوسيلة المستخدمة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال مع متغير نظام الإقامة الجامعية	30
143	يوضح توزيع كفيي قراءة طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية	31
144	يوضح توزيع كفيي قراءة طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية مع متغير المستوى الجامعي	32
147	يوضح آراء طلبة علوم الإعلام والاتصال من البحث في المحتويات الصحفية	33
148	يوضح آراء طلبة علوم الإعلام والاتصال من خدمة البحث في محتويات الصحافة الالكترونية مع متغير التخصص.	34

149	يوضح توزيع أفراد العينة لدوافع ومبررات مطالعة طلبة علوم الإعلام والاتصال لصحف الالكترونية	35
156	يوضح آراء الباحثين من خاصيتي الفورية والآنية في الحصول على المعلومات	36
158	يوضح آراء الباحثين حول الاشتراك في القوائم البريدية	37
159	يوضح آراء الباحثين حول التسجيل في المنتديات الالكترونية	38
161	يوضح آراء الباحثين حول الاشتراك في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية	39
162	يوضح آراء الباحثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الالكترونية.	40
164	يوضح آراء طلبة علوم الإعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقاً من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .	41
165	دخول طلبة علوم الإعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة .	42
167	يوضح طبيعة المحتويات التي يطالعها طلبة علوم الإعلام والاتصال على صحفهم .	43
168	يوضح استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني	44
169	يوضح اهتمام طلبة علوم الإعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبية على المواضيع المقروءة.	45
171	يوضح توسع طلبة علوم الإعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة ، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية التشعبية لمعرفة التفاصيل URL. والتعمق المعرفي	46
172	يوضح توزيع طرق القراءة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعددة عليها	47
174	يوضح ترتيب اهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الاطلاع عليها المضامين الالكترونية	48

176	يوضح مشاركة طلبة علوم الإعلام والاتصال بآرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي	49
178	يوضح إدراج طلبة علوم الإعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي ..	50
180	يوضح مناقشة طلبة علوم الإعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين	51
181	يوضح إدراج طلبة علوم الإعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي .	52

فهرس الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم
17	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
18	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
19	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	03
20	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	04
21	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	05
22	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة	06
24	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نظام الإقامة الجامعية	07
101	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب اهتمامات القراء بالصحف الالكترونية	08
103	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب أنواع الصحف الالكترونية المفضلة للتصفح	09
107	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال حسب اللغة المفضلة للتصفح	11
111	وضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال في اقبالها على الصحف الالكترونية	13

	الجزائرية	
114	يوضح توزيع أفراد العينة للأنواع الصحفية المفضلة لديها للتصفح	15
120	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام و الاتصال لطبيعة المضامين المفضلة.	16
125	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال للمدة السنوية في اطلاعها على الصحف الالكترونية	17
128	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كثافة التفاعل مع الصحف الالكترونية.	19
133	يوضح توزيع طلبة علوم الإعلام والاتصال لحجم التفاعل الزمني مع المضامين الالكترونية.	21
136	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الالكترونية	24
140	يوضح توزيع أماكن تعرض طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحف الالكترونية	26
144	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أوقات التصفح للمضامين الالكترونية	29
147	يوضح توزيع كيفية قراءة طلبة علوم الإعلام والاتصال للصحيفة الالكترونية	31
157	يوضح آراء طلبة علوم الإعلام والاتصال من البحث في المحتويات الصحفية	33
158	الفورية والآنية في الحصول على المعلومات يوضح آراء المبحوثين من خاصيتي	36
159	يوضح آراء المبحوثين حول الاشتراك في القوائم البريدية	37
161	يوضح آراء المبحوثين حول التسجيل في المنتديات الالكترونية	38
163	يوضح آراء المبحوثين حول الاشتراك في المنتديات الالكترونية للمواقع الصحفية	39
164	يوضح آراء المبحوثين حول التواصل والتفاعل مع القراء في المنتديات وغرف الدردشة الالكترونية	40
166	يوضح آراء طلبة علوم الإعلام والاتصال حول مراسلة الصحفيين والمسؤولين انطلاقا من مواقع الصحيفة داخل منتديات وغرف الدردشة .	41
168	دخول طلبة علوم الإعلام والاتصال في نقاشات وحوارات مع باقي المستخدمين القراء على القضايا و الموضوعات المهمة	42
170	يوضح استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال خدمة الأرشيف الالكتروني	44
171	يوضح اهتمام طلبة علوم الإعلام والاتصال بما هو متوفر من روابط نصية تشعبه على المواضيع المقروءة	45

171	يوضح توسع طلبة علوم الإعلام والاتصال في مطالعة الموضوعات والأخبار المنشودة، من خلال الإحالة إلى الروابط النصية الشعبية لمعرفة التفاصيل والتعمق المعرفي	46
173	يوضح توزيع طرق القراءة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في مطالعة الصحف المتعددة عليها	47
175	يوضح ترتيب اهتمامات طلبة علوم الإعلام والاتصال من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الاطلاع عليها المضامين الالكترونية	48
177	يوضح مشاركة طلبة علوم الإعلام والاتصال بأرائهم حول المواضيع المعالجة في مواقع التواصل الاجتماعي	49
179	يوضح إدراج طلبة علوم الإعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي ..	50
180	يوضح مناقشة طلبة علوم الإعلام والاتصال تعليقاتهم المدرجة على الصفحة مع بقية المستخدمين.	51
182	يوضح إدراج طلبة علوم الإعلام والاتصال المواضيع التي تلم اهتمامهم وإعجابهم في حائط صفحة الموقع الالكتروني الشخصي	52

