الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم والاعلام والاتصال

تخصص: اتصال

خصائص متابعي الصفحات الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة –

مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطلبة:

– دحماني أحمد سامي

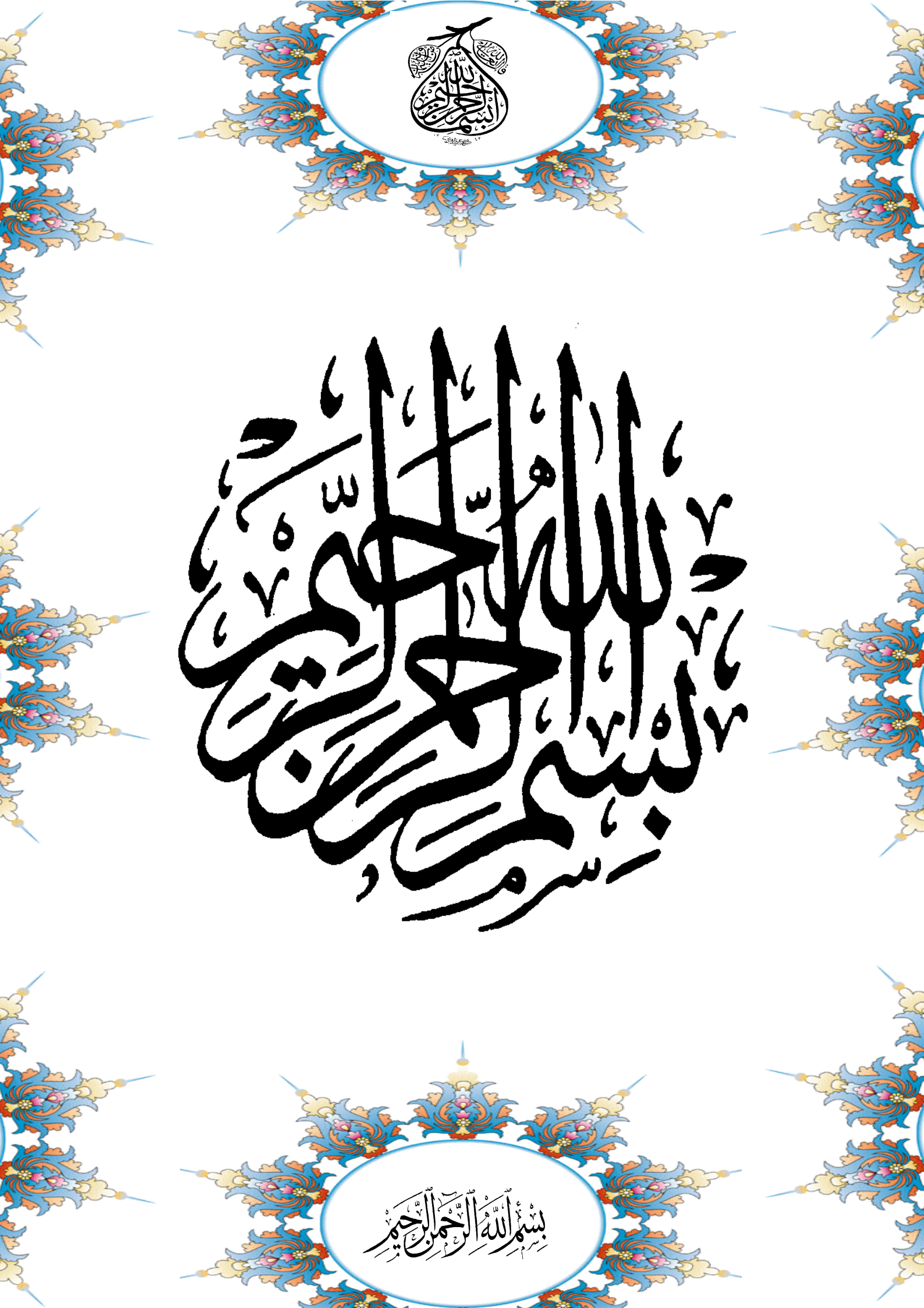
– طيب باي أمال

– شريف أبو بكر الصديق

* تحت إشراف الأستاذة:

– د/ ولد جاب الله سعاد

السنة الجامعية: 2020/2019


بسم الله الرحمن الرحيم
بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله من قبل و من بعد على إتمام هذا العمل ، بجلاله و عظيم فضله و إحسانه أنه هو أهل الثناء و الجهد , ثم الجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذة الدكتورة "ولد جاب الله سعاد " الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل .

كما نتوجه بشكرنا الجزيل إلى كل من قدم إلينا يد المساعدة في إتمام هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد .

مقدمـــــــــــة:

مقدمة:

أصبحت الأنترنت أداة ضرورية في القرن الواحد والعشرين ، تنافس وسائل الإعلام التقليدية في المعلومات والتثقيف والتسلية،كما أن بإمكاناتها المتقدمة في الاتصالات وتعدد أوساطها أن تجمع إمكانيات التلفزيون والراديو والهاتف في وسط واحد، وبالرغم من الفوائد العديدة والاستخدامات العملية لتكنولوجيات الإعلام الجديد ، لم تغطي الأنترنت كليا أدوار الإعلام التقليدية المرتبطة بها، بحيث تعد أفضل استخدامات الأنترنت خاضعة لمصالح المستخدمين ، وأن الأخبار والمحتويات المتضمنة للمعلومات هي مجالات أثبتت فيها الأنترنت وجودها و نجاحها التي اتخذها الناس بشكل كثيف ، بسبب الطفرة الهائلة في مجال المعلومات والتي تشمل النشاط الإنساني بحيث تحول إنتاج المعلومات إلى صناعة واسعة ، و دفع المستخدمين لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية و تم تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات وسائط متعددة التفاعلية عبر فضاءات واسعة للتعبير والاتصال والمشاركة في الحياة العامة ، وكل هذا نتج عنه تكوين اتجاهات فئات مختلفة من الشباب نحو هذه الوسائل فمنهم من يفضل وسائل الإعلام التقليدية ومنهم من يميل إلى وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للأخبار.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

الاشكالية

التساؤلات

اهداف البحث

اسباب اختيار الموضوع

المدخل النظري للدراسة

تحديد المفاهيم

منهج البحث

اداة جمع البيانات

التعريف بمجتمع البحث

الدراسات السابقة

الإشكالية:

ظهرت الشبكة العنكبوتية المعروفة باسم الأنترنت عام 1961م على يد العالم " ليونارد كلينورك " والتي احدثت ظهورها تحولا جوهريا في طبيعة الاتصال الإنساني الجماهيري ، للدرجة التي أصبحت معها بحوث الاتصال الجماهيري عامة وبحوث التأثيرات الاجتماعية خاصة في حاجة الى مراجعة شاملة لتنقي بمتطلبات هذه التحولات ، وفي هذا الصدد يرى " ليو دسو"-leodos- ان العلاقات بين الافراد اخذت شكلا اخر عما كانت عليه من قبل وذلك لظهور مستجدات تكنولوجيا هما الأنترنت و الهاتف المحمول.

وعليه فالأنترنت اليوم ليست مجرد شبكة عالمية او مصدر سريع للمعلومات بل غدت تؤدي دورا اخر غير الأدوار التي جاءت بها ، واصبح لها مفهوم اخر غير الذي عهدناه عليها ، انه ببساطة " مفهوم الاعلام الجديد " بالفعل ان هذه الشبكة " الانترنت وسيط اتصالي له طبعة مختلفة عن غيره من الوسائط الأخرى وتحمل مواقفها تفاصيل الحياة الإنسانية بسلباتها وايجابياتها وذلك من خلال ملايين المواقع على الشبكة.

شهدت الانترنت مع بداية العقد الأخير من القرن الماضي تطورات في الجيل الثاني للاتصالات والذي يعبر عن الموجة الثانية من الويب بمقتضى تلك التكنولوجيا الجديدة ، يتمكن الافراد من النشر ومشاركة وتبادل الخبرات والمعلومات ، هذه الأخيرة أصبحت منفذا جديدا يتضمن المحتوى الإعلامي مقدما تطورا هائلا مقارنة بالجيل السابق والذي يتميز بـ: شبكة كنظام تشغيل تمكن استخدام والوصول الى التطبيقات الويب وليس فقط الوصول لمصادر المعلومات وهذا يتيح للمستفدين إمكانية استخدام التطبيقات دون الحاجة لتثبت البرامج على حساباتهم الشخصية.

ونظرا لنجاح مواقع التواصل الاجتماعي ، زاد انتشار الصفحات الاخبارية وتزايدت نسب المشاركين بها بصفة مستمرة ، وذلك لسهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسرعة انتشارها أصبحت مصدرا للمعلومات والاخبار لدى متابعيها عامة والطلبة الجامعين خاصة.

ولعل اهم المواقع التي تشهد انتشارا واسعا على الصعيد العالمي :توتير و فيسبوك ، حيث اجتاحت كل اقطار العالم في فترة وجيزة وأصبحت ممارسة جديدة وجدت فيها شريحة الطلبة نافذة يطلون منها على مختلف الاخبار (السياسية ، الرياضية ، الثقافية ......)إضافة الى التعرف على المستويات التفاعلية في هذه الصفحات ، فهذه الأخيرة هي الدرجة التي تستطيع تكنولوجيا الاتصال بواسطتها خلق بيئة تمكن المشاركين من الطلبة الى التواصل من خلالها، وتأتي هذه الدراسة للتعرف على خصائص متابعي الصفحات الاخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية ومنه نطرح التساؤل الاتي :

***ما هي خصائص متابعي صفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية؟**

2- تساؤلات الدراسة :

1- ماهي الأنماط السلوكية الاتصالية التي يطورها المستخدمون لصفحات وسائل الاعلام؟

2- ماهي عادات وانماط استخدام صفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية؟

3- ماهي الحاجات التي تدفع المستخدم لصفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية؟

التساؤلات: (ملاحظة يرتبط عدد التساؤلات بقدرتها على تفكيك الإشكالية المطروحة)

أهداف البحث : (ملاحظة : توضيح الأهداف الرئيسية للبحث مع الاخذ بعين الاعتبار ضرورة ان تعكس مختلف الأهداف المعبر عنها في هذه النقطة مجتمعة الهدف المحوري للإشكالية من جهة ، وان تتماشى و النتائج المتوقع اليها في نهاية البحث من جهة ثانية)

- التعرف على عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعين لمواقع الشبكات الاجتماعية

- معرفة مدى مصداقية الاخبار على مواقع الشبكات الاجتماعية

أسباب اختيار الموضوع: ملاحظة : ويتم التركيز على الأسباب الموضوعية التي دفعت الطالب ببحث الموضوع

أ- أسباب موضوعية:

- الأهمية التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي في حياتنا
- محاولة تسليط الضوء على الصفحات الإخبارية ، واعتماد الطلبة على هذه الصفحات كمصدر للاخبار

ب- أسباب ذاتية:

- الاهتمامات الشخصية بهذا الموضوع والميول والرغبات في البحث وزيادة التعرف على هذا الجانب
- اختيارنا لفئة الطلبة ياعتبارنا جزء من هذه الفئة

المدخل النظري للدراسة:

بما ان موضوع بحثنا يتمحور حول خصائص متابعي صفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية، فإن مرجعيته المعرفية تعتمد على: المدخل السلوكي.

ويهتم هذا المدخل بالاجابة على الأسئلة الخاصة بالخصائص و السمات النفسية لجمهور المتلقين و التي تتمثل بصفة خاصة في التعرف على الدوافع و الحاجات الخاصة بفئات هذا الجمهور وافراده ، وكذلك الأسئلة الخاصة بأنماط السلوك الاتصالي مع وسائل الاعلام وبصفة خاصة خصائص التعرض ومستويات الاهتمام و التفضيل ثم بناء العلاقة بين الخصائص والسمات النفسية وانماط السلوك مع وسائل الاعلام ، والتي يمكن تلخيصها في الأسئلة التالية :

- لماذا يتعرض الافراد الى وسائل الاعلام؟ ولماذا تختلف خصائص التعرض من فرد الى اخر او من فئة الى أخرى من جمهور المتلقين؟
- لماذا يهتم جمهور المتلقين بوسيلة او وسائل معينة ، من وسائل الاعلام؟ وكذلك لماذا يهتم بمحتوى معين من محتوى الاعلام؟ ولماذا تتباين مستويات الاهتمام والتفضيل من فرد الى اخر؟[1]

وبصفة عامة يمكن تلخيص هذا المدخل في النظر الى العملية الإعلامية وأهدافها باعتبارها نموذجا لبناء الاتجاهات بين عناصر العملية ، والاهتمام بعناصر المعرفة والميل السلوكي بينها التي تؤثر على بناء الاتجاهات ونجاح العملية الإعلامية وبالتالي في تحقيق أهدافها [2]

تحديد المفاهيم :

صفحات وسائل الاعلام : هي مجموعة النوافذ على شبكة الانترنت تعرض الاخبار المستحدثة وتعتمد بالاغلب على وكالات الانباء إضافة الى نشر المقالات .

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :هي مجموعة من التطبيقات التكنولوجية الالكترونية التي جاءت لغايات تحقيق التواصل والتفاعل بين مستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم ، ومن أكثر الأمثلة شيوعا عن هذه الشبكات نجد : الفيسبوكFacebook

منهج البحث :(ملاحظة : تحديد المنهج المعتمد في الدراسة من خلال تعريفه اعتمادا على المراجع الماتحة في منهجية البحث في علوم الاعلام والاتصال ، ثم تبرير اختيار المنهج دون سواه ، وهو ما يأتي بربطه بموضوع البحث وطبيعته و الأهداف المسطرة له) المنهج الوصفي

ان اهم ما يميز الدراسة العلمية من غيرها استخدامها للمنهج العلمي والذي يعرف على انه عبارة عن مجموعة من العمليات و الخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق اهداف بحثه ، وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا

[1] محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة، ط2 ،2004) ص42
[2] محمد عبد الحميد ، نفس المرجع، ص45

لطبيعة الموضوع المدروس وبما ان الإشكالية تود دراسة خصائص متابعي الصفحات الإخبارية في مواقع الشبكات الاجتماعية فإن دراستنا هي دراسة وصفية تعتمد على المنهج المسعي .

ويمكن تعريف المنهج الوصفي على انه محاولة الوصول الى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة او ظاهرة قائمة للوصول الى فهم افضل وادق او وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها وعادة ما يلجأ الباحث الى هذا المنهج عند معرفته المسبقة بجوانب وابعاد الظاهرة موضوع الدراسة فمن خلال الدراسات السابقة حولها ينتاب الباحث فضول في معرفة تفاصيل اكثر حول الظاهرة ويهدف هذا المنهج الى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالتها وهذا ما يميز هذا المنهج عن المنهج التاريخي الذي يكتفي بسرد الاحداث و الوقائع التاريخية وتطورها عبر الزمن .

-الدراسة المسحية :

هي الدراسات التي تقوم او تحاول تحليل وتفسير وعرض واقع ظاهرة ما او تحاول تحليل محتوى الوثائق للوصول الى استنتاجات او تعميمات تتعلق بالواقع او وصف المهام و المسؤوليات المرتبطة بعمل او وظيفة.

أدوات جمع البيانات :

الاستبيان :

" تعتبر الاستمارة من أدوات البحث اكثر استعمالا في علوم الاعلام والاتصال بين الباحث والمبحوث ، حيث تستعمل على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفس مجال المبحوث وتعرف الاستمارة في الأوساط البحثية العلمية على انها الاستقصاء ، الاستفتاء ، الاستبيان .

ويعرف الاستبيان في البحث العلمي ، على انها تلك القائمة الأسئلة المنتقاة التي يعدها الباحث بعناية فائقة في تغييرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية تهدف للحصول على المعلومات الضرورية لتحقيق فرضيات البحث ويستخدم كذلك لجمع المعلومات بين المبحوثين مباشرة وذلك بالإجابة عن الأسئلة الواردة فيها ، الاستمارة لها دور كبير في توسيع نطاق البحث والبرهنة احصائي .ويمكن تعريف أيضا الاستبيان بأنه أداة جمع بيانات المتعلقة بموضوع البحث المحدد عن طريق استمارة تجرى تعبئتها من قبل المستجيب ويستخدم الاستبيان لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجوبيين والحقائق التي هم على علم بها ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في

مجال الدراسات لاستكشاف الحقائق عن الممارسات الحالية والاستطلاعية وميول الأفراد كذلك فإن الاستبيان يعتبر وسيلة ناجحة لدراسة الحياة الشخصية للأفراد [1].

1-مجتمع البحث :

لمجتمع البحث مجموعة من العناصر ذات الخاصية والتي تعرف حسب " مادلين قرافيت" بأنه المجتمع الذي يتميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث او التقصي .

وتعتبر مفردات دراسة العينة مجموع الوحدات التي يجري عليها البحث والتقصي وانها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها البحاث لأساليب مختلفة وتضم عددا من الافراد من المجتمع الأصلي [1] ، حيث ان دراستها تمحورت حول " خصائص متابعي الصفحات الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية ، فإن مفردات درستنا تتمحور حول طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة ، ونظرا لاستحالة الدراسة على كل الطلبة فقد اخترنا العينة العنقودية متكونة من 90 مفردة من كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة المسيلة والعينة العنقودية هي : اخذ عينة من مجتمع البحث بواسطة السحب بالصدفة لوحدات تشمل كل واحدة منها على عدد معين من عناصر مجتمع البحث

2-عينة البحث :

ان لكل موضوع بحث نوع معين من العينة تتماشى مع طبيعة المجتمع الأصلي الذي يجري عليه البحث ولمجتمع البحث مجموعة من العناصر ذات الخاصية والتي تعرف حسب " مادلين قرافيت" بأنه المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى

فالعينة العنقودية او المعاينة العشوائية العنقودية أسلوب يهدف الى سحب عينة من مجتمع احصائي يكون مقسما بشكل طبيعي الى مجموعات او أفواج

جزئية تسمى عناقيد ، ويحتوي كل عنقود بدوره على وحدات اختيار بحث تنتمي كل وحدة من المجتمع الى عنقود واحد بعد تحديد كل العناقيد في المجتمع ، نسحب من بينها عينة من العناقيد باستعمال أسلوب المعاينة العشوائية البسيطة ، بحيث يصبح العنقود وحدة معاينة يطلق عليها اسم وحدة الدراسة الأولية.

[1] عامر مصباح ، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ،ط2 ، دون سنة نشر ، ص137
[1] موريس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الجزائر ،ط2 ، ص20

الدراسات السابقة :

1-رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال للباحث " إسماعيل شرقي " بعنوان " جمهور المواقع الالكترونية للفضائيات الإخبارية –دراسة في العادات و الأنماط

-" وتهدف الدراسة الى الاطلاع على كيفية استخدام الجمهور للمواقع الالكترونية، وعادات وانماط هذا الاستخدام بالإضافة الى معرفة الاثار التي تحققها والتي يصعب على الفضائيات الإخبارية الوصول اليها. وبما ان هذه الدراسة تندرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة ، او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الاحداث ، فإن المنهج المعتمد فيها هو المنهج الوصفي . والأدوات التي اعتمدها الباحث في جمع بياناته هي :

أولا : استمارة الاستبيان : مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لها للاستفادة منها ، ثم صياغة أسئلة الاستمارة صياغة علمية ، وثم توزيعها على محاور كبرى .

* أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية حول الجنس والمستوى التعليمي .

* اعداد الاستمارة بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية .

-ثانيا: الملاحظة :

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي وهي مشاهدة الواقع على ماهو عليه بهدف انشاء الواقع العلمي ، وتعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث او الحقل المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها لاستخلاص المؤشرات منها ، وتتم هذه الملاحظات بواسطة الالدراك الحسي .

وانتهت الدراسة الى ان :

هناك تقارب كبير بين عدد الذكور و للإناث للعينة المدروسة حيث بلغ عدد الذكور 118 مفردة مانسبتها 53.655%وبلغ عدد الاناث 102 مفردة ما نسبتها 46.35%.

توصلت الدراسة الى ان المرتبة الأولى جاءت للمواقع الاجتماعية فيها يخص الثانويين ، اما أصحاب المستوى الجامعي و الدراسات العليا فقد احتلت المواقع الإخبارية المرتبة الأولى عندهم ، اما المرتبة الأخيرة فقد كانت من نصيب المواقع الفنية وفي كل المستويات .

اثبت الدراسة ان اعلى نسبة تصفح للمواقع من حيث الانتماء الجغرافي جاءت للمواقع الدولية وهذا ما اثبتته نسبة 48.53%.اما من يتصفحون المواقع العربية فكانت نسبتهم 35.08% وكانت نسبة المواقع المحلية المتصفحة 16.37%.

كشفت الدراسة أيضا ان 52%من المبحوثين يتصفحون المواقع باللغة العربية، تليها في المرتبة الثانية وبنسبة 30.64%باللغة الفرنسية ، وكان عدد المتصفحين للمواقع باللغة الإنجليزية قليلا حيث بلغت نسبتهم 16.36%.

نقد الدراسات السابقة :

كانت موضوعات الدراسات ذات أهمية كبيرة خاصة وانها ركزت على جانب معين في موضوع المواقع الالكترونية الخاصة بالفضائيات الإخبارية ، وهذا ما افادنا كثيرا في بحثنا ووسع نظرتنا الى الموضوع وساعدنا خاصة في الجانب النظري وطريقة صياغتنا للإشكالية ، وكذا تصميم أسئلة الاستبيان

دراسة محلية :

هي دراسة بعنوان (اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار وهي دراسة استطلاعية لطلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة للطالب علي يوخاتم لنيل شهادة الماستر تخصص وسائل الاعلام و المجتمع للسنة الجامعية 2017/2018 تحت اشراف الأستاذة اسمهان شارف.

وتدور إشكالية هاته الدراسة حول مدى اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار ، وعلى ضوء ما سبق صاغ الباحث تساؤلاته كالتالي :

- ما هي عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- ما هي دوافع اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار؟
- ما هي اهم الاخبار التي يعتمد عليها الطالب في هذا الموقع ؟
- ما مدى اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار؟
- ما مدى مصداقية الاخبار التي يطلع عليها طلبة جامعة خميس مليانة من خلال موقع الفيسبوك؟

وقد استعان الباحث بمنهج............. لمعرفة مدى تأثير موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار.

وقد درات الدراسة في فترة تم اختيارها سنة

حيث تمحورت اهداف هذه الدراسة حول :

- معرفة مدى مصداقية الاخبار
- اهم الاخبار التي يعتمد عليها
- عادات وانماط استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك

وقد استعان الباحث بمنهج الوصفي لمعرفة مدى اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار ، وقد دارت الدراسة في فترة تم اختيارها في سنتي 2018/2017 ومن اجل جمع البيانات استعان الطالب باستمارة استبيان من اجل جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات لمعرفة التأثرات التي لوجدها موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار ، حيث جرى اختيار عينة الدراسة –وتوصلت الدراسة بشقيها النظري و التطبيقي الى النتائج التالية :

- ان اعلى نسبة من العينة كانت اناث بسنبة 67.1%
- اعلى نسبة من العينة كانت من المستوى التعليمي ليسانس بنسبة54.3%
- اعلى نسبة من العينة يستخدمون موقع الفيسبوك دائما بنسبة73%
- اكبر نسبة من العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في فترات مختلفة غير محددة بنسبة 65.2%
- اكدت اغلب نسب من العينة يستخدمون الهاتف الذكي للدخول الى موقع الفيسبوك بنسبة 100%

- أكثر نسبة من العينة يستخدمون موقع الفيسبوك للحصول على الاخبار المختلفة والمتنوعة وغير محددة بنسبة 44.7%
- اجمع بنسبة من العينة ان الأهداف التي يساعد الفيسبوك على إنجازها هي النسبة والترفيه بنسبة 47.8%
- أكبر نسبة من العينة تعرضوا للاخبار الكاذبة عبر موقع الفيسبوك بنسبة 69.6%

علاقة هذه الدراسة بموضوع الدراسة :

- تلتقي دراستنا مع بعض الدراسات في تعرضها لموضوع شبكات التواصل الاجتماعي

- الاستفادة من منهجية البحث وتحديد الإشكالية وبناء الاستمارة
- الاستفادة من مضمون ومحتوى هذه الدراسة .

الدراسة الثالثة :

هي دراسة بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " وهي دراسة وصفية ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك للطالبة مريم .... ناريمان .... لنيل شهادة الماجستير تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة للسنة الجامعية 2012/2011 وتدور إشكالية هاته الدراسة حول الكشف عن اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر وعلى ضوء ما سبق صاغ الباحث تساؤلاته كالتالي :

- ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟
- ما هي عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فايسبوك" لدى الجزائريين؟
- ما هو الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟
- وجاءت هذه الدراسة مبينة للأهداف التالية:
- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص
- التعرف على اهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية
- معرفة مدى تأثر العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية

وقد استعان الباحث بمنهج المسح الوصفي لمعرفة مدى تأثير الشبكات التواصل في العلاقات الاجتماعية وقد درات اطوار الدراسة في فترة تم اختيارها في سنتي 2011و 2012 ومن اجل جمع البيانات استعانت الطالبة باستمارة استبيان من اجل جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات لمعرفة التأثيرات التي اوجدتها هاته الشبكات على العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري .

وتتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا ، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية وقد استخدمنا للوصول الى النتائج استمارة استبيان بالإضافة الى الوسائل الأخرى المساعدة وبغض النظر عن الاختلافات فقد افادتنا هاته الدراسة في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية وغيرها .

الفصل الثاني:

نظرية الاستخدامات والاشباعات

تمهيد

المبحث الأول : نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والاشباعات

المطلب الأول : التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات والاشباعات

المطلب الثاني : أصول نشأة النظرية

المطلب الثالث : فروض النظرية

المطلب الرابع: تصنيف الدوافع والاشباعات

المبحث الثاني : تقييم النظرية واسقاطها على الدراسة موضوع البحث

المطلب الأول : عناصر النظرية الاستخدامات والاشباعات

المطلب الثاني: الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها

المطلب الثالث: النقد الموجه للنظرية

المطلب الرابع : الرد على النقد

المطلب الخامس: اسقاط النظرية على الدراسة

تمهيد :

تعتبر الاستخدامات و الاشباعات من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الاعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من الاقرنالماضي ، وتركز هاته النظرية على دراسة أسباب استخدام وسائل الاعلام والاتصال والتعرض لها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب و الاستخدام ومذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن اقبال الناس على وسائل الاعلام والاتصال يمكن نعتبره على ضوء استخدامهم Uses وكذلك حول العائد و الاشباع Gratification الذي يتحقق منه .

وهذا ما سنحاول التطرق اليه من خلال هذا الفصل من خلال معرفة اهم ما جاءت به هاته النظرية وبدايات ظهورها ، كذلك اهم فروضها وعناصرها ، الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات لتحقيقها فمحاولة اسقاط هاته النظرية على بحث : موضوع الدراسة

تمهيد:

كانت النظريات المبكرة التي ظهرت قبل عقد الاربعينات من القرن العشرين مثل نظرية ..... السحرية اوالاثارالموحدة ، تنظر الى الجماهير بشكل سلبي وليس بينها وبين وسائل الاعلام علاقة سوى انها تنتظر في سلبية لكي تنقل لهذه الجماهير معلومات سواء كانت بحاجة لها ام لا .

لكن هذا التباين بين الجماهير ووسائل الاعلام أدى بكثير من الباحثين الى ادراك مواقف الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام وصار ينظر الى العلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام بنظرة أخرى تمثلت في التحول من رؤية الجماهير على انها عنصر سلبي غير فعال ،الى رؤيتها على انها فعالة وقادرة على اختيار المضمون و الرسائل التي تتناسب معها من وسائل الاعلام .

كانت الأبحاث في مجال الاستخدامات و الاشباعات من الأبحاث المبكرة في مجال العلوم الاجتماعية المرتبطة بالدراسات الإعلامية على الرغم من انها في ذلك الوقت كانت تسمى بالنظرية الوظيفية ، وقد بدأت هذه الأبحاث خلال عام 1940م ، عندما ركزت معظم الأبحاث الخاصة بالاتصال على عملية التأثيرات الخاصة بمضامين وسائل الاعلام اكثر من التركيز على الجوانب المتعلقة باستخدامات واشباعات الجمهور [1]وحتى في مثل هذه السنوات الاولى حاول بعض الباحثين ان يضيفوا دوافع الافراد للاندماج او القيام ببعض السلوكيات بينها وبين غيرها ، كالاستماع الى برامج المسابقات بالراديو و المسلسلات النهارية وقراءات الكتب الكوميدية بالإضافة الى قراءة الصحف وهناك سببين رئيسين وراء ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات هما :

الأول : هو المعارضة لفروض تأثير وسائل الاعلام على الجمهور وهو ما بعد اكتشافا للجمهور خاصة في المجتمع الأمريكي

الثاني : قدم هذا المدخل البديل في العلاقة بين المضمون الإعلامي و الجمهور كما قدم البديل في تقسيم المضمون الإعلامي الى فئات حسب الوظيفة التي يقوم بها وليس حول مستوى التذوق المترتب على التعرض لوسائل الاعلام[1].

[1] بوزيان عبد الغني :استخدمات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية الاشباعات المحققة منه ، دراسة ميدانية ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، ص35

[1] بوزيان عبد الغني ، المرجع السابق ، ص35

المبحث الأول: نشاة وتطور نظرية استخدامات والاشباعات

ترتبط نظرية الاستخدامات و الاشباعات بمفهوم –الوظيفية الفردية– ويهتم هذا المفهوم بالنظر لوظائف وسائل الاعلام الجماهيرية من وجهة نظر الجماهير بالتركيز على احتياجاتهم ودوافعهم من تعرضهم لتلك الوسائل ، ويعود استخدام نظرية الاستخدامات و الاشباعات " للياهوكاتن" عندما تناولها في ورقة بحثية عام 1959م .

ويشير " ويرنروتانكرد" الى ان البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الاعلام قد بدأ مذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على : قراءة الكتب ، و مسلسلات الراديو ، والصحف اليومية، و الموسيقى الشعبية ، وافلام السينما ، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الاعلام ، والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام ، ومن خلال سنوات الحرب العالمية الثانية اصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الاعلاموالاشباعات التي تحققها ، واستمر الاهتمام بهذه الدراسة في الأربعينات في اعمال " لزار سفيلد" " وستاتون" و" بيرلسون" ، وفي الخمسينيات في اعمال " ويلز و فريدسون" و" ماك كوب" ، و الستينات في اعمال " شرام" و " ليل " [1]

تعريف نظرية الاستخدامات و الاشباعات

المطلب الأول: ماهية الاستخدامات و الاشباعات

يعرف مدخل الاستخدامات و الاشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر الى –حد كبير– الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية ، وذلك من خلال النظرة اليه على انه جمهور نشط ، ويتمثل نشاطه قبل وبعد واثناء التعرض ، حيث يختار الجمهور –قبل التعرض–المحتوى الذي يقي بحاجاته ، ويحقق له اشباعات معينة ، واثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها ، ويتميز بين ما هو مهم وما هو اقل أهمية ، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له ، وبمعنى اخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الاعلام ، ويسعى الى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته [2].

[1] جيطانيمديحة : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية ، دراسة ميدانية محمد لخضر ، باتنة ، ص35

[2] ممدوح السيد وحنان كامل : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية ، 2014

تعريف الاستخدام و الاشباعلغة :

الاستخدام: من استخدم استخداما ، واستخدمه أي اتخذه خادما و الرجل استوهبه خادما .

الاشباع : هي مأخوذة من الشبع و الشبع ، وتدل على امتلاء في اكل وغيره وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمته ، وثوب شبع الغزل أي كثير ، وشبيع العقل أي وافر ، والتشبع من يرى انه ثعبان ، ويعني أيضا : التو فيه وبلوغ حد الكمال [3].

تعريف نظرية الاستخدامات و الاشباعات: بأنها :" دراسة جمهور وسائل الاعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"

وبحكم هذا التعريف يتضح ان الجمهور يتعرض لوسائل الاعلام ليس بحكم انها متاحة فقط وانما لأنه يهدف الاشباع حاجات معينة ، يشعر بأنه في حاجة اليها ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل .

ويذهب " ادلستانوزملاءه"الى ان تأسيس نموذج الاستخدامات و الاشباعات جاء كرد فعل لمفهوم : " قوة وسائل العلم الطاغية" ويضفي هذا النموذج صفة إيجابية على جمهور وسائل الإعلام ، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلي سلبين لرسائل الاتصال الجماهيري وانما يختار الافراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض اليها ، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلل قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة[1]

المطلب الثاني: فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات

وضع الباحثون الأسس العلمية و الفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد ان اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين ، وشكلت هذه الأسس و العناصر المداخل العلمية للنظرية ، ولأن نظرية الاستخدامات و الاشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة ، التي قالت بقوة تأثير وسائل الاعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة ، فقد اضفت هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور ، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا ، بل اصبح ينظر اليه على انه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل و المضامين التي تلبي حاجاته النفسية و الاجتماعية ، لذا وضع

[3] دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري ، ص6.

[1] دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري ، ص36.

" اليهوكاتر" EL hu katz وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الافراد لوسائل الاتصال و الاشباعات التي يسعون الى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام [1].

-ان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال و استخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

-الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة ، واختيار وسيلة اعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية .

-التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد

-افراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات

-المعايير الثقافية والاجتماعية تؤثر على الاستخدام و التعرض لوسائل الاتصال

المطلب الثالث :تصنيف دوافع الاستخدامات و الاشباعات

لقد صنف الكثير من الباحثين دوافع المشاهدة الى دوافع متعددة ، فقد حدد " جرير" هذه الدوافع في " العادة " ، الاسترخاء ، قضاء وقت الفراغ ، التعلم ، الهروب ، البحث عن رفيق وصنفها " Palmagreen" الى تعلم الأشياء ، الاسترخاء ، تحقيق المنفعة الاتصالية ، النسيان ، المتعة او الاستمتاع .

وحددها " روبن " في: ملء وقت الفراغ ، البحث عن المعلومات و المعرفة ، الرغبة في تحقيق المنفعة ، البحث عن رفيق ، ثم عاد " روبن" وصنفها الى : دوافع نفعية ودوافع طقوسية ، فالمشاهدة النفعية هي التي تتم بهدف معين ، اما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة او لأسباب تحويلية هروبية[1].

لقد صنف الكثيرون أيضا الاشباعات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي: قدم " لوارنس" و " وينز" 1985 نموذجا للاشباعات يضم اشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة.

[1] منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ،2012 ، ص181

[1] فطوم لطرش : استخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة و الاشباعات المحققة منه ، دراسة مسحية ، جامعة بسكرة ، ص82

كما قام " ماكويل" وزملاؤه بتقسيمها الى : معلومات ، تحديد الهوية الشخصية و التي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص واكتساب الشخص لحسن البصيرة ، ثم التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الاخرين ، وأخيرا التسلية و الترفيه.

المبحث الثاني: تقييم النظرية واسقاطها على الدراسة موضوع البحث

المطلب الأول :عناصر نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

1- افتراض الجمهور النشط : اصبح ينظر للجمهور على انه نشيط ينتقي ويختار من رسائل وسائل الاتصال ، ليشبع احتاجاته في النهاية ، ويتوقف ذلك على عنصر المنفعة التي تعود عليه من استخدامه لوسائل الاعلام ، لذلك يتم انتقاء المضامين التي تعكس اهتماماتهم وتفضيلاتهم لخدمة دوافع مختفلة .

2- الأصول النفسية و الاجتماعية : وتعني ان الاحتياجات لدى الافراد و المرتبطة بوسائل الاعلام تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى ، كما تلعب العوامل النفسية و الفروق الفردية الى وجود حوافز ومثيرات لدى افراد الجمهور من مستخدمي وسائل الاعلام[1]

3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الاعلام: ويقوم مدخل الاستخدامات و الاشباعات على افتراض ان افراد الجمهور يقومون باختيارات واعية وقائمة على أساس دوافع محددة بين الوسائل و المضامين الإعلامية المتاحة لهم ، تساهم تلك الدوافع في تشكيل توقعات الفرد من الوسيلة الإعلامية ، كما تساهم في تحديد أنماط التعرض ، ودرجة نشاط الفرد خلال العملية الاتصالية .

4- التعرض لوسائل الاعلام : يعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي حاجاته ، وتفترض هذه النظرية ان دوافع الافراد تؤدي بهم الى التعرض لوسائل الاعلام حتى يتحقق الاشباع[2]

5- توقعات الجمهور من وسائل الاعلام: وتشير بحوث الاستخدامات و الاشباعاتالى ان وسائل الاعلام تحقق مكافآت يمكن توقعها او التنبؤ بها من قبل أعضاء الجمهور ، وعلى أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل ، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الافراد بتقييمها [3]

[1] علي محمد القاضي : دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني ، رسالة ماجستير 2013 ، (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام)، ص104

[2] ماجد سالم تربان : استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الدولية ، رسالة ماجستير 2002 (جامعة الدول العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، قسم الدراسات الاعلامية)، ص35، 36

6- اشباعات وسائل الاعلام: ونذكر العديد من الدارسات التي استخدمت هذا المدخل العديد من الاشباعات التي تحققها وسائل الاعلام ، منها اشباعات المحتوى واشباعات العملية الاتصالية كالحصول على المعلومات و التسلية وقضاء وقت الفراغ و الهروب ، واشباعات حاجات التفاعل الاجتماعي ، والاثارة ، ومعرفة ما يفعل الناس في المواقف المختلفة .

المطلب الثاني: الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات لتحقيقها

تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعاتالى ترسيخ وشرح مفهوم " الجمهور النشط " الذي تقوم عليه في الأساس ، إضافة الىاهداف أخرى نذكر منها :

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري [1]
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين " دوافع الاستخدام" و " أنماط التعرض لوسائل الاتصال و الاشباعات الناتجة عن ذلك"
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدام الوسائل واشباعاتها[2]

المطلب الثالث: النقد الموجه لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

ادعاء المدخل ان الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناءا على الاحتياج فقط ، وهو امر ربما يكون مبالغ فيه ، حيث ان هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحلو دون تحقيقه ، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة .كما ان عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي اوالنشط ، الذي يسعى لتحقيق اهداف محددة واشباع حاجيات بعينها كما انه يلغي مبدأ حرية الاختيار ، فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور

---

[3] سهام نصار : استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية و الاشباعات المحققة منها (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 3، العدد1، يناير /مارس) ص240

[1] حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط2 ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2001 ، ص37

[2] نظريات الاتصال ، منال المزاهرة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2012 ، عمان ، ص169

هو سلوك عادي ، يحدده وجود وسيلة اتصالية واحدة ، ولا يوجد امامهااي مجال للرفض او الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض .

ان هناك جدلا وتساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية و الكيفية التي يتم فيها القياس ، وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض ام بعده ، وكثافة ومحدودية المشاركة .

ان المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة ، علما ان هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور و المضامين الإعلامية التي يتعرض لها .

لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور او مفهوم الجمهور النشط بوضوح ، حيث انه يمكن ان يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة اواثنائهااو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ول يتم التطرق اليه بدقة .

عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية ، ومن ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للاشباع.

دخول وسائل جديدة الى الواقع مثل الانترنت وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها [1]

المطلب الرابع :الرد على اهم الانتقادات الموجهة الى مدخل الاستخدامات و الاشباعات :

على الرغم من الانتقادات التي يتعرض لها مدخل الاستخدامات و الاشباعاتالا انه يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل و الجمهور ، في اطار اجتماعي ، بالإضافة الاسهامات المدخل في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور ، وتحديد الباحثين لقائمة كبيرة من دوافع مشاهدة الجمهور المادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصة كل مجتمع و ظروفه المختلفة.

كما ان استخدام مدخل الاستخدامات و الاشباعات له أهمية واضحة في دراسة جمهور الفضائيات و الانترنت ، حيث تتيح هذه الأنظمة فرص مشاهدة أوسع ، وبالتالي تحفز على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة .وبعتبر هذا المدخل جزءا من السعي المستمر لتطوير بحوث الاعلام بعيدا عن نماذج الاتصال البسيطة ، ذات التأثير المباشر (تثير استجابة) نحو محاولات اكثر تقدما لفهم العلاقة بين القائم بالاتصال و الجمهور ووصفها في اطار اجتماعي أوسع [1].

[1] منال هلال المزاهرة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ،ط1، عمان ،2012 ، ص 316

[1] عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ،2011 ، ص 317، 318

-ان مدخل الاستخدامات و الاشباعات ليس مدخلا وظيفيا تطبيقيا ، وان تقدمها وسيلة ذاتها ، فالتناقض بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور و الاشباعات التي تتحقق بالفعل من التعرض لوسيلة ما يمكن ان يؤدي الى تغيير في اختيارات الجمهور لوسائله المفضلة.

-كما توجد ضرورة ان تتجه الاستخدامات و الاشباعات بمنهج فردي ، حيث ان العبارات الخاصة بوظائف الوسائل مع المستوى الفردي يمكن ان توجد عبارات موازية لها على المستوى الجمعي او المجتمع ككل

-وتتمثل أهمية مدخل الاستخدامات والاشباعات فيما يتعلق بدراسة تكنولوجيا الاتصال الحديثة كالقنوات الفضائية و الانترنت ، كما يؤكد (fische1992)حيث يفترض ان المستخدمين لديهم أهدافا معينة يريدون ان يحققونها من استخدامهم للتكنولوجيا قد تكون معقدة ومرتفعة التكلفة ، وبالتالي تكون الاستخدامات و الاشباعات المترتبة عليها مرهونة بالظروف الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية لافراد الجمهور.

كما ان طرق القياس التي تعتمد على وضع قوائم الاستخدامات والاشباعات ويختار منها الجمهور ما يناسبه ، يعد حلا مناسبا يمكن به تلاقي مشكلة عدم قدرة الافراد على التعبير عن دوافعهم واشباعاتهم

ولذلك من الطبيعي ان تختلف نتائج الدراسات في هذا المجال باختلاف المجتمعات نظرا لخصوصية كل مجتمع ، واختلاف ظروف افراده النفسية و الاجتماعية و المادية و الثقافية ، ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على نفس المجتمع وليس على مجتمعات مغايرة [1].

المطلب الخامس :علاقة مدخل الاستخدامات و الاشباعات بالدراسة

ان مدخل الاستخدامات و الاشباعات يعد ركيزة طلبة للعديد من الدراسات المشابهة او التي لها علاقة مباشرة او خصية مع موضوع دراستنا وذلك لقدرته على إيصال الباحث لفهم الجمهور و التعرف على اتجاهاته وتفضيلاته ، إضافة الى ذلك فإن الكثير من الباحثين اجمعوا على الدور الفعال الذي تلعبه نظرية الاستخدامات و الاشباعات في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فيفعل هذا المدخل يمكن الكشف عن أنماط استخدام هذه التكنولوجيا ومدى استخدامها و التعرف حتى على خصائص جمهوريا ومعرفة مدى تمكنه من التحكم فيها ، وهي من الأهداف المسطرة في دراستنا ، كما تعتبر وسائل الاعلام التي تعد المكون الأساسي في الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة امام الجمهور و لاشباع حاجاته بناءا على التوقعات التي يرسمها باختياراته ونظرا لسهولة الولوج الى هاته المواقع وبتطبيق الفروض الخاصة بالنظرية للاستخدامات و الاشباعات في البحوث و الدرسات وبما ان

[1] عاطف عدلي العبد : نفس المرجع السابق ، ص319

دراستنا تندرج ضمن التي تضع وسائل الاعلام تحت المجهر فيستحسن تطبيق مدخل الاستخدامات والاشباعات خاصة وان هناك تطابق بين بعض فروض المدخل وفروض دراسة على اعتبار ان :

*خصائص متابعي الصفحات الإخبارية الذي تستهدفه دراستي و المضامين الذي يتعرض لها الجمهور عند اختياره للمادة الإعلامية

كما تبحث دراستي عن معرفة خصائص متابعي الصفحات وانماط استخدام الجمهور لوسائل الاعلامو المحتوىاو المضامين التي يتحكم فيها بالتعرف او عدم التعرض للمادة الإعلامية و ما اسماه باحثوا مدخل الاستخدامات و الاشباعات بـــ " الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدام الجمهور لوسائل الاعلام"

الفصل الثالث:

التفاعلية في المواقع الإخبارية

المبحث الأول : الصفحات الإخبارية ، سماتها وخصائصها

المطلب الأول : نشأة الصفحات الإخبارية

المطلب الثاني: سمات المواقع الالكترونية الإخبارية

المبحث الثاني: التفاعلية في المواقع الإخبارية

المطلب الأول : مفهوم التفاعلية

المطلب الثاني: التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية

المطلب الثالث : ابعاد التفاعلية

المبحث الأول : الصفحات الإخبارية ، سماتها وخصائصها :

المطلب الأول : نشأة الصفحات الإخبارية :

خلال نهايات القرن الماضي تأثر الشرق الأوسط بالعولمة التي افرزت متغيرات واضحة في مجال صناعة الاعلام و الاتصالات ، وبدأت الحكومات التخفيف من رقابتها على المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي ، ووصف " هنري وسبرنغبورغ " ذلك بالقول " ان احد معايير القدرة السياسية لنظام ما في القرن الحادي و العشرين هو شفافيته و انفتاحه على المصادر الجديدة للمعلومات "[1] ويضيف :" في العديد من دول الشرق الأوسط فإن التطورات السياسية لعبت دورا مهما في السماح بحرية التعبير و الحصول على الاخبار من مصادر مرنة وتم اصلاح أجهزة رقابة وزارات الاعلام للسماح لوسائل الاعلام بممارسة سلطتها الذاتية ودورها الكامل في المجتمع "[2]

ومن الظواهر التي صاحبت هذه المتغيرات التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط و الدول العربية على وجه الخصوص نمو القطاع الخاص مما هيأ الأجواء لاستقلال العديد من الهيئات الإعلامية عن مؤسسات الدولة فشهدت المنطقة تدفق الصحف و الإذاعات و الفضائيات المستقلة ذات المصالح التجارية و السياسة حتى بلغت في عام 1997 اكثر من 100 قناة فضائية كان اغلبها ذو طابع ترفيهي ، اما من ناحية مزودي الاخبار فقد ظهرت عدد من الفضائيات المتخصصة بالأخبار ، ولعل القناة الرائدة في هذا المجال و الأكثر تأثيرا في الشارع العربي فيما تقدمه من مناظرات سياسية مفتوحة وحرية التعبير ونقل الاحداث دون تلوين هي قناة " الجزيرة" القطرية التي تقدم اخبارها على مدار 24 ساعة [3].

والجزيرة قناة فضائية كانت بدايتها في شهر ابريل عام 1996 حيث كانت فرع عربي لقناة BBC الإخبارية البريطانية في قطر ثم تم استملاكها بكامل معداتها وأجهزتها بدعم من الحكومة القطرية وبميزانية قاربت 50 مليون دولار [1] .

اما موقع " العربية " فقد افتتح في يونيو 2004 كوسيلة إخبارية عربية على الشبكة العالمية WWW تدعيما لما تقدمه قناة العربية ، وتعود ملكية القناة و الموقع الى شركة المجموعة الدولية القابضة العربية السعودية ARA والتي تمتلك أيضا "MBC " وكما هو حال الجزيرة فإن العربية موقعا وفضائية يعملان من مدينة الاعلام

[1] فاروق انيس جرار ، الرسالة و الصورة ، قضايا معاصرة في الاعلام (عمان 2001)، ص131

[2] المرجع نفسه ، ص345

[3] دانيا إسماعيل ، دراسة لتطورات وحدود الاخبار المباشرة على الانترنت في العالم العربي (كلية جولد سميث ، جامعة لندن ، 2004) ، ص 29

[1] المرجع نفسه ، ص31

في امارة دبي في دولة الامارات العربية المتحدة .موقع " العربية نت" يصدر صفحاته باللغة العربية وتدرس إدارة الموقع حاليا إمكانية توسيع عملياتها ليكون الموقع باللغة الإنجليزية أيضا .

ومن الواضح خلال تجربة الجزيرة و العربية كمواقع الكترونية مولودة من رحم قنوات فضائية إخبارية سوف تشهد مزيدا من التطور حيث تشير مراحل نمو وبناء هذه المواقع وتحميل الصوت و الصورة و البرامج في صفحاتها الى حسن استخدام لتقنيات الانترنت قياسا بمواقع الكترونية عربية أخرى سواء كانت امتداد للتلفزيون ام لوسائل اعلام أخرى [2]

المطلب الثاني : سمات المواقع الالكترونية الإخبارية :

يوضح الدكتور " عباس مصطفى " ميزات المواقع الالكترونية العربية في شبكة الانترنت بأنها حتى عام 2000 كانت قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات وميزات النشر الالكتروني ولم يتبلور ادارك كامل لطبيعة المواقع الالكترونية وانها في الحقيقة تمثل بداية مشروع في اطواره الأولى "To go online" ، وتفتقر معظم المواقع الالكترونية العربية الى خدمة البحث عن المعلومات و لا يوجد في الكثير منها أرشيف للمواد التي سبق نشرها [1]

ويمكن ايجاز سمات المواقع الالكترونية الإخبارية فيمايلي :

*النقل الفوري للاخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت [2].

*قدرة المواقع الالكترونية على اختراق الحدود والقارات و الدول دون رقابة او موانع او رسوم ، بل بشكل فوري ، ورخيص التكاليف وذلك عبر الانترنت ، و " لان الارسال عبر الانترنت سيعني بالضرورة منح المواقع الالكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن امكانياتها و لأن المضامين هنا يجب ان تكون متوافقة مع هذه الصبغة العالمية [3]

[2] حسن عماد مكاوي : الفضائيات العربية ومتغيرات العصر –المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام – (الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005)، ص 439

[1] عباس مصطفى صادق ، التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت – ورقة مقدمة الى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع و التحديات –جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005

[2] أسامة محمود شريف ، مستقبل الصحيفة المطبوعة و الصحيفة الالكترونية –من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب ، (عمان ،2000)، ص 69

[3] المرجع نفسه ، ص72

*لجوء معظم المواقع الالكترونية الى التمويل من خلال الإعلانات ، وقد اصبح الإعلان المتكرر على كل صفحة في الموقع الالكتروني المسمى بإعلان اليافطة "Banner" [4]هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه المواقع.

*فرضت المواقع الالكترونية واقعا مهنيا جديدا فيما يتعلق بالإعلاميين وامكانياتهم وشروط عملهم ، فقد اصبح المطلوب من الإعلامي ان يكون ملما بالإمكانيات التقنية ، وان يضع في اعتباره أيضا عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني الى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

ويعتبر " محمود سامي عطاالله " ان المواقع الالكترونية وسيلة من وسائل الاعلام فهي الأخرى وسيلة نشر أيضا ، والعلاقة بينهما هي علاقة تكامل وليست صراع ، فتاريخ ظهور الوسائل الإعلامية لا يشهد ظهور وسيلة تلغي الأخرى او تقض ي عليها ولكن توجد منافسة في أحيان او تكامل في أحيان أخرى وتحاول كل وسيلة تطوير نفسها [1]

المبحث الثاني : التفاعلية في المواقع الإخبارية

لقد أصبحت التفاعلية سمة أساسية مميزة لوسائل الاعلام بفضل التطور الهائل في تقنيات الاتصال التي ساهمت في كسر حواجز المكان و الزمان وجعلت الجمهور المستخدم لوسائل الاعلام جزءا أساسيا ومؤثرا في وسائل الاعلام.

ويرتبط مفهوم التفاعلية بالعالم وبنر حينما أضاف رجع الصدى الى نموذج شاتون وبقي عام 1948 ، حيث بدا اول اهتمام بدراسة الاتصال كعملية ديناميكية بين المرسل و المستقبل ، ومع ظهور التكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل : الكمبيوتر ، والفيديونكس ، والهاتف النقال ازداد الاهتمام بدراسة تفاعلية.

المطلب الأول :مفهوم التفاعلية

أ/ **التعريف اللغوي** : الأصل اللغوي للتفاعلية هو " فعل " الذي مشتاقه " فاعل" و " فعال" ، والتفاعلية مصدر صناعي ، اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة ، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط و الاتقان و الفاعلية مقدرة الشيء على التأثير .

[4] كارول ليشش :كتابة الاخبار و التقارير الصحفية ، عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة –منهج تطبيقي – (ترجمة : د.عبد الستار جواد– السنة 2001)، ص45

[1] محمود سامي عطاالله : ورقة عمل مقدمة الى معرض القاهرة الدولي ، 2005

ب/ التعريف الاصطلاحي : بالطبع تعدد تعريفات التفاعل كتعريف اصطلاحي بتعدد الباحثين واختلافا اتجاهاتهم ، وكغيره من مصطلحات العلوم الإنسانية لا يوجد تعريف جامع مانع والسبب هو حداثة الموضوع وقلة المصادر العلمية في هذا المجال فضلا عن طبعة العلوم الإنسانية الخاضعة لتعدد الرؤي والاتجاهات ، وبقول حسين شفيق يمكننا ان نعطي تعريف موجزا للإعلام التفاعلي ، فنقول " هو عملية الدمج الاني او المتأتي ، في أسلوب الاتصال و التواصل ، بين المرسل و المرسل اليه تكون المادة او الرسالة هي محور هذا الدمج ، بغرض توصيل الفكرة او الاقناع بها ، او الاستدراك حولها ، ويشمل الخدمة الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة او مرئية او الكترونية تتيح للجمهور ان يشارك برأيه ، وهو بهذا يشمل صفحة القراء في كل مطبوعة وتعقباتهم على موادها في مواقعها الالكترونية كما يشمل مشاركات الجمهور في البرامج المرئية و الاذاعية ، ومداخلها في قاعات المحاضرات و الندوات

وتم تعريف مفهوم التفاعلية من قبل الباحثين على انه " احد إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاعلام الجديدة ، ويذكر " نيوهاجين" ان التفاعلية هي اكثر الخواص التي يشار اليها غالبا و المستخدمة لتميز الانترنت عن وسائل الاعلام الأخرى ، لذا فإن التفاعلية تعتبر الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة للإنترنت ، والتفاعلية ليست مفهوما متناغما وبعبارة أخرى فقد تكون الفاعلية بين المرسلين و المستقبلين بين الانسان و الالة ، او بين الرسالة وقراءها "[1]

ويعرف نصر العياضي التفاعلية :" بأنها مفهوم ابتكر للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون و المشاهد ، وتهدف التفاعلية الى تحويل المشاهد السلبي الى مشاهد فعال ونشيط وبشكل يؤثر في البرنامج ، غير انه اصبح يدل بعد الممارسة المتكررة على أنواع المشاركة المتلقي في الرسالة الالعلامية"[2]

اما عائشة العاجل فتقول :" يقصد بالتفاعلية Intearactirity الأنماط الاتصالية عبر شبكة الانترنت كالتخاطب الفوري والبريد الالكتروني او التعقيب المباشر على مادة الاتصال " النص" حيث يتمكن القارئ المتصفح من التعليق على ما يتصفحه ويحاور القارئ او المحرر المادة كما بمقدوره مراسلة الكاتب أيضا [3] .

وانتهت دراسة " ماكلان و دانز " التي حاول فيها رصد التعريفات المختلفة للتفاعلية الى ان الهدف من الاتصال هو التبادل و الاعلام وضرورة تحقيق المرونة الزمنية في الاتصال ، والتي تتراوح بين التزاميه و اللاتزامنية حتى يصبح الاتصال اتصالا تفاعليا ، وان الاتصال التفاعلي هو الاتصال الذي يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل و

[1] حسين شفيق : الاعلام التفاعلي ، دار الفن للطباعة والنشر و التوزيع ،2000 ، ص30

[2] صادق العياضي : الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام و الثقافة و التربية ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2004

[3] عاشة العاجل : التفاعلية في الصحافة الامارتية ، منشورات دار الثقافة و الاعلام ، يناير 2003

المستقبل وان الرسائل في وسائل الاعلام التفاعلية قد تكون شخصية او جماهيرية وان الاتصال التفاعلي يجب ان يكون في اتجاهين[1]

" وقد تناولت دراسة نيوهاجن واخرون 1995 ، التفاعلية من زاوية ادراك المتلقي للتفاعلية من خلال دراسة ادارك الجمهور لتفاعلية البريد الالكتروني المرسل من المحطة كان بعكس احساس المراسل بعمق العلاقة بينه وبين القائم بالاتصال مما جعل الاتصال اكثر تفاعلية وجدوى "[2]

" وأشار رفائيلي سويدكس 1997 ، الى ان التفاعل في الاتصال يسمح للجمهور باستخدام الوسيلة الإعلامية كإحدى وسائل المشاركة الاجتماعية خاصة عندما تنحج هذه الوسيلة الإعلامية في تدعيم ميلهم او نزعتهم للتفاعل مع الاخرين ، و لاتعد التفاعلية سمة الوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال تقسم وفي الصحف الفورية بمثابة نقطة الالتقاء بين الاتصال المباشر الشخصي و الاتصال الوسيطي و الاتصال الجماهيري [3]

" وتنطبق ملاحظة مارشال ماكلوهان و التي عبر عنها في جملة الشهيرة " الوسيلة هي الرسالة The medirun is the messeagé على الوسائل الإعلامية التفاعلية الحديثة حيث ترتبط كفاءتها في نقل المحتوى بمدى كونه تفاعليا ، مع ملاحظة ان التوظيف الجيد للتفاعلية ينشأ عن العلاقة بين الوسيلة الإعلامية و المحتوى الذي تقدمه في الوقت نفسه [4]

" وعرف jensenles التفاعلية بأنها المقياس لمدى ما تنميه الوسيلة الاتصالية للمستخدم من إمكانية ممارسة التأثير في الرسالة الإعلامية سواء من حيث الشكل او المضمون

" وبجمل د حسين شفيق النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين ووردت في اغلب التعريفات على النحو التالي :

- التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة في وسائل الاعلام الحديثة لأن المستقبل ليس مجرد متلق ولكنه مرسل أيضا

[1] حسين شفيق : المرجع نفسه ، ص31

[2] نبيل علي ونادية حجازي ، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجمع المعرفة ، سلسلة عالم المعرفة ، عدد 318، الكويت ، المجلس الوطني للفنون و الآداب 2005،

[3] حسين شفيق : الاعلام التفاعلي ، دار الفن للطباعة و النشر و التوزيع ،2010، ص33

[4] المرجع السابق ، ص35

- التفاعلية قد تكون تزامنية او غير تزامنية ، فالدردشة مثلا تفاعلية تزامنية لوجود طرق الاتصال في وقت واحد اما البريد الالكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية .
- التفاعلية أيضا اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل الى المستقبل و العكس
- سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية ، فالمستقبل يستطيع تغيير شكل او مضمون الرسالة الموجهة اليه بل و اختيار الموضوع المناسب له
- ضرورة ادراك المشاركين للتفاعلية بأن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الاقناع
- التفاعلية خاصية الوسيلة ، فالتفاعلية هي التي تنتج للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد [1]

ويرى " الدكتور حسين او شنب في محاضرة له عن الاعلام التفاعلي منشورة على الانترنت [2]

- الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار والاتصالية
- الاتصال التفاعلي يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال و التماثل في القوى الاتصالية ، أي انه يؤدي الى الاتصال و الاتفاق الجماعي من خلال التبادل للآراء دون التدخل او تأثير من مصادر وقوى خارجية اخرى
- الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المقترحة مثل حلقات النقاش الحالية (online) المباشرة و الحية في حجرات المحادثة (chat hoom) ومواقع تبادل الرسائل البريد الالكترونية الحالية " online "email sites

ج/ التعريف الاجرائي :

ما اتضح لنا من الدراسات السابقة ، تعدد تعريفات التفاعلية وابعادها لدى فقد حاول العديد من العلماء إعطاء تعريف لهذا المفهوم المعقد ومحاولة الالمام بأبعاده ، فظلت التفاعلية لفترات طويلة بمثابة مفهوم أساسي ولم يتم الاتفاق على تعريف محدد وواضح التفاعلية يمكن تطبيقه في المجالات و التخصصات المختلفة التي يتوافر فيها نوع من التفاعلية ، ويظل مفهومها متعدد الاستخدامات و الابعاد و يختلف في معناه حسب التخصص .

[1] حسين شفيق : الاعلام التفاعلي ، دار فن للطباعة و النشر و التوزيع ، 2010، ص34، 35

[2] http: //emag.mons,edu,ce/me diaupload/27/loge 790101129doc

ولذا وضعت هذه الدراسة تعريفا يقترب بدرجة كبيرة من تعريف HEETER ويشمل تعريفا للتفاعلية على ستة ابعاد تتناسب مع الوضع في المواقع الاخباري الجزائرية وإمكانية التفاعلية وقد تم تحديدها على دراسة استطلاعية قمت بها على عينة مصغرة من المواقع الالكترونية الجزائرية على الانترنت

المطلب الثاني : التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ ان اكد Wiener اهمية رجع الصدى عام 1948 ، ورغم شهرة هذا المصطلح ابان الخمسينات و الستينات من القرن الماضي ، الا ان استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة ، بسبب بنية وسائل الاتصال الجماهيري " قطيعة الاعلام الأحادي الاتجاه الذي فرضته كل من الجرائد و الإذاعة و التلفزيون يستثني إمكانية عودة المعلومات بين منتجي الرسائل ومتلقيها ، اذ تنعدم فرصة تبادل الأدوار بين المرسلين و المتلقين [1]

وهذا يتجسد من خلال ما يسمى التفاعلية التقليدية التي نجدها في الجرائد على شكل رسائل منثورة من ركن رسائل الى المحور و التي كانت ترسل عن طريق البريد ، ومثل ما يحدث في الإذاعة و التلفزيون من مكالمات هاتفية اثناء بث برامج او وصول الرسائل البريدية او الحضور في الاستديو ، فنجد ان احدى الخصائص الرئيسية في الاتصال الحديث تتجلى في إرساء اسلوب اتصالي لا ..... الاعلام التقليدي الا وهو الاتصال التفاعلي ، وتجسد البناء التقني للاتصال الحديث في تجاوزه احدى خواص الاتصال القديم احادي الاتجاه [2]

كما ان مفهوم التفاعلية تطور وتماشى مع الوتيرة المتسارعة لانتشار تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة ، و الدافع وراء هذا النوع من الدراسات يكمن في الممارسة و سلوكيات المستخدمين لهذه التكنولوجيا الحديثة والتي بفضلها اصبحنا نتحدث عن سيولة اتصالية حققت ما يسمى الاعلام التفاعلي ذا الاتجاهين ، والذي يحدث بين المستقبل و المرسل .على سبيل المثال " يحصل هذا النوع من التفاعل في حال تدخل المشاهد اثناء الحصص التلفزيونية بواسطة الهاتف مثلما كان الحال بخصوص القنوات الفرنسية ، فرد فعله يؤثر بدرجة قليلة او كبيرة في سير البرامج " كذلك يحصل هذا النوع من التفاعل في الصحافة الالكترونية من خلال تدخل المتلقي بالرد و التعليق على القصص الإخبارية و التفاعل مع أفلام الفيديو تيكس مما يؤثر على المرسل في إعادة صياغة المضمون الرسائل التي قام ببثها[3].

---

[1] اللبان شريف درويش : الصحافة الالكترونية ، دراسات في التفاعلية و تصميم الموقع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005 ، ص 65

[2] مها فريال : علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية ، دار الفكر المعاصر ، 2002، ص417

[3] العياشي رابح ، نصر الدين ، الصادق ، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الاعلام و الثقافة و التربية ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ،2004 ، ص110

المطلب الثالث : ابعاد التفاعلية

قدمت الانترنت البيئة اللازمة لظهور الاعلام الرقمي بشكل لم يكن متاحا و التفاعلية في وسائل الاعلام التقليدي ، واستطاع نموذج الاعلام الرقمي على شبكة الانترنت ان " يتبنى نظاما اكثر قدرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة اعلى من التفاعلية و التحكم في الاتصال [1]

وتعد التفاعلية Interactivity من اهم الخدمات التي يقدمها الانترنت في مجال افادة الصحافة الالكترونية ، فالانترنت بعد بمثابة وسيط الاتصال التفاعلي الذي يوسع فرض مشاركة القراء عن طريق البريد الالكتروني وكذلك عن طريق الروابط و المنتديات الالكترونية ومواقع الدراسة و الألعاب الاختبارية المتاحة وغيرها من سبيل الاتصال التفاعلي بين الصحف و المجلات الالكترونية وراءها .

وقد تعددت المفاهيم التي قدمت تعريف التفاعلية وفقا لمجالات التخصص المتنوعة التي يتوافر فيها نوع من التفاعلية ، فهي " مفهوم متعدد الابعاد ، والاستخدامات ، فالتفاعلية تعد مفهوما تكامليا تهتم به العديد من التخصصات البحثية المختلفة لذا فإن ما يعينه متخصص المكتبات بالتفاعلية يختلف الى حد كبير عما يعنيه باحث الاعلام او مبرمج الكمبيوتر [2].

يشير بعض الباحثين في مجال الاعلام و الاتصال الى عدم القدرة وسائل الاعلام التقليدية على التعامل مع جمهورها ، ويحدد احد الباحثين العوامل التي تؤدي الى ذلك في خمسة عوامل من بينها عدم توفر القدرة التكنولوجية التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل و المضامين الإعلامية من خلال وسائل الاعلام ، فهي لا تستطيع اشباع الدوافع الاتصالية لكل فئات الجمهور المختلفة التي لا تمتلك فرصا للمشاركة في انتاج مضامين وسائل الاعلام التقليدية .

وظل مفهوم التفاعلية متعدد الاستخدامات و الابعاد لكي نفهم اشكال التفاعلية ستعتمد على التصنيف الذي قدمه " سعيد النجار" في تناوله للتفاعلية بخصوص الدراسات و الأبحاث التي تناولت هذه الظاهرة وتمت وفق ابعاد سنتناولها بشيء من التفاصيل كمايلي :[3]

[1] حجاب منير ، الموسوعة الإعلامية للكتاب ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ،2004 ، ص747

[2] العياضي رابح ، نصر الدين صادق ، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام و الثقافة و التربية ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ، 2004، ص113

[3] شفيق حسين ، نفس المرجع السابق ، ص29

1- تعدد الاختيارات المتاحة امام المستخدمين :

يدرك مصممو الصحف على شبكة الانترنت بأنه كلما زادت الواصلات الشعبية على موقع زادت الاختيارات المستخدمين للإيجار خلال موقع الصحيفة وهذه الاختيارات مهمة للأحداث التفاعلية ،كما ان مصممي المواقع الالكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفصلون الاختيار ما بين تصفح النصوص و الصور الثابتة والمتحركة او استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها ، هذا الى إضافة الى اختبارات التي تتعلق بقنوات الاتصال مثل : النص و الفيديو و الحركة وغيرها

2- إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحف ومحرريها:

وساعد على ذلك توافر العناوين البريد الالكتروني التي يمكن ان تسهل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة و المسؤولين الصحف على الانترنت من جهة أخرى وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين بمروى القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الانترنت

3- إمكانية الاتصال الشخصي :

ويقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال ..... المستخدمين للوسيلة الاتصالية ببعضهم البعض ويساعد على ذلك توافر منتديات او غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء الى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة الى وجود استطلاعات رأي القراء تجاه اهم القضايا و الاحداث الجارية .

4- المراقبة المستمرة للموقع :

ويعني توافر أداة او اكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع ان يسجل كل من زار الموقع واي جزء من الموقع قام بزيارته ، و اكثر الموضوعات قراءة وتحميلا وتعليقا من قبل المستخدمين ، وبعد ما اتاحه المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع اكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين كما انها وسيلة فعالة لتقويم الجميع [1]

[1] انجار السعيد ، محمد الغريب : التفاعلية في الصحافة الحركية على الانترنت ، البحرين ، 209، ص14

5- إمكانية البحث عن المعلومات :

ويساعد على ذلك توافر وسائل او محركات البحث امام المستخدمين ، سواء البحث عن موقع الصحيفة او البحث الانترنت ، إضافة الى وجود أرشيف للصحيفة ، بما يسمح بالاطلاع و البحث في الاعداد الصحيفة على الانترنت .

6- إمكانية إضافة المعلومات :

في هذا المجال يصبح المستخدم بمثابة مراسل المحرر لموقع اذ يجب على مواقع الصحف على الانترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين و بعض الصحف على الانترنت تسمح بإضافة الأنواع التالي للمعلومات : صفحات الويب ، وصفحات الهوايا و الاهتمامات الخاصة ، و الإعلانات عن المواليد و الافراح وعرض الأفلام و المسرحيات و الاحداث الثقافية و الترفيهية الأخرى .

من خلال هذه الابعاد التي اتضح ان هذا التعريف للتفاعلية من كلا الجانبين او اكثر من اتجاه ان نجد أربعة منالابعاد التي تؤكد على دور المستخدم بشكل واضح وتعظم دوره في العملية الاتصالية ، والبعد الخاص بالاتصال الشخصي يعالج كل اطراف العملية الاتصالية على حد سواء في حين يعظم البعض الخاص باستعمال نظام مراقبة الموقع من دور مراسل الرسائل في الصحف على الانترنت [1] ولكي نصل ظاهرة علاقات اتصالية تفاعلية الى مستوى اتصال حقيقي يجب ان تلبي الخصائص التالية :

- ان تمتلك شكلا مفتوحا للتبادل ثنائي الاتجاه او تعددي الاتجاه
- ان تتمتع بإمكانية قلب الأدوار من المرسل و المتلقي
- ان تثمن النشاط التشاركي للمتلقي حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط
- الانتباه الى تأثيرات العمل الاتصالي
- الميل الى الاستعدادت لاعتبار العلاقة الاتصالية نشاط تبادليا متساويا و بالتالي شكلا من المحادثة التي يمكن ان تتحقق

[1] سعيد النجار ، محمد الغريب ، مرجع سابق ، 2009، ص 14

تقود هذه الخصائص الى مشكلة النشاط التفاعلي لوسائل الاتصال الحديثة ففي هذه الحالة يمكن للنشاط التفاعلي ان يفهم كقدرة النظام الجديد على ان يستغل طلبات المشترك وان يلبيها وهو جانب يتعارض كليا مع طرق عمل وسائل الاعلام التقليدية[2]

[2] المرجع نفسه ، ص12

الفصل الرابع:
الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الاول: التحليل الكمي والكيفي

اولا: التحليل الكمي للانماط السلوكية التي يطورها المستخدمون لصفحات وسائل الاعلام

ثانيا: التحليل الكيفي للانماط السلوكية التي يطورها المستخدمون لصفحات وسائل الاعلام

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي

اولا: التحليل الكمي لعادات استخدام صفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية

ثانيا: التحليل الكيفي لعادات استخدام صفحات وسائل الاعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي

اولا: التحليل الكمي لحاجات ودوافع استخدام صفحات وسائل الاعلام

ثانيا: التحليل الكيفي لحاجات ودوافع استخدام صفحات وسائل الاعلام

جامعة محمد بوضياف –المسيلة–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

خصائص متابعي الصفحات الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة –

نضع بين أيديكم استمارة استبيان وهذا في إطار إنجاز بحث علمي ميداني لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال ،راجين منكم الإجابة عليها بكل اهتمام وصدق، مع التأكيد أن هذه المعلومات لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

_ملاحظة: ضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة

إعداد الطلبة:

_ دحماني أحمد سامي

_ طيب باي أمال

_ شريف أبو بكر الصديق

تحت إشراف الأستاذة:

د/ ولد جاب الله سعاد

السنة الجامعية: 2020/2019

البيانات الشخصية:

1_الجنس:

ذكر ☐

أنثى ☐

2_السن:

23-19 ☐

28-24 ☐

29 فما فوق ☐

3_ المستوى الجامعي:

ليسانس ☐

ماستر ☐

دكتوراه ☐

4_التخصص: ....

المحور الأول: الأنماط السلوكية الاتصالية التي يطورها المستخدمون لصفحات وسائل الإعلام.

5_ هل تستخدم مواقع صفحات وسائل الإعلام؟.

نادرا ☐

أحيانا ☐

باستمرار ☐

6_منذ متى تستخدم المواقع الإلكترونية لصفحات وسائل الإعلام؟.

أقل من سنة ☐

من سنة إلى سنتين ☐

أكثر من سنتين ☐

7_كم من الوقت تستغرق في استخدام مواقع الصفحات الإخبارية ؟.

ساعة ☐

ساعتين ☐

ساعتين فما فوق ☐

- 8_ هل تستخدم مواقع الصفحات الإخبارية بشكل:

يومي ☐

أسبوعي ☐

حسب الحاجة ☐

المحور الثاني: عادات استخدام صفحات وسائل الإعلام على مواقع الشبكات الاجتماعية.

9_ ماهي لغة المواقع الإخبارية التي تتصفحها ؟.

عربية ☐

فرنسية ☐

إنجليزية ☐

10_ ماهي مواقع الفضائيات التي تتصفحها عادة ؟.

الجزيرة ☐

العربية ☐

CNN ☐

BBC ☐

أخرى : ....

11_ماهي الأوقات التي تتصفح فيها هذه المواقع ؟.

أوقات الدراسة ☐

أوقات العمل ☐

أوقات الفراغ ☐

12_ أين تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية ؟.

في البيت ☐

في مقاهي الانترنت ☐

في أماكن العمل ☐

المحور الثالث: حاجات ودوافع استخدام الصفحات الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية.

13_ ماهي طبيعة الأخبار التي تتابعها على المواقع الإخبارية ؟.

سياسية ☐

اجتماعية ☐

رياضية ☐

ثقافية ☐

أخرى: .....

14_ في حالة اشتراكك في أحد المواقع الإخبارية، هل توافيك بالأخبار الحصرية ؟.

نعم ☐

لا ☐

أحيانا ☐

15_ هل تثق بما تقدمه هذه المواقع؟.

نعم ☐

لا ☐

حسب مصداقية الموقع

16_ هل تعتقد أن المواقع الإلكترونية الخاصة بالفضائيات الإخبارية تفيدك أكثر من الفضائيات نفسها ؟.

دائما ☐

أحيانا ☐

أبدا ☐

خاتمـــــــــة :

خاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء على خصائص متابعي الصفحات الإخبارية على مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال التركيز على عينة من هذه المواقع، ومن منطلق هذه الدراسة تطرقنا إلى إبراز مفاهيم حول الصفحات الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي وكذلك التفاعلية ، ظهورها وتطورها إضافة إلى مختلف أبعادها ، حيث استهدفت دراستنا عينة من طلبة جامعة المسيلة لمعرفة مدى متابعتهم للأخبار عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ، ومنه الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات.

قائمة المراجع:

قائمة المراجع والمصادر:

1. أسامة محمود شريف : مستقبل الصحيفة المطبوعة و الصحيفة الالكترونية من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب ، عمان ، 2000
2. بوزيان عبد الغني : استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفريونية للقناة الأرضية الاشباعات المحققة منه ، دراسة ميدانية ، جامعة باجي مختار ، عنابة
3. جيطانيمديحة : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية ، دراسة ميدانية محمد لخضر ، باتنة
4. حجاب منير : الموسوعة الإعلامية للكتاب ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2004
5. حسن عماد مكاوي : الفضائيات العربية ومتغيرات العصر –المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام (الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005)
6. حسن عماد مكاوي ، ليلى حسن السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط2 ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2001
7. حسين شفيق :الاعلام التفاعلي ، دار الفن للطباعة و النشر و التوزيع ، 2010
8. دانيا إسماعيل : دراسة لتطورات وحدود الاخبار المباشرة على الانترنت في العالم العربي ،(كلية جولد سميث ، جامعة لندن ،2004)
9. دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري
10. ذوقان عبيدات البحث العلمي مفهومه ادواتهواساليبه ، عمان ، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ،2001
11. سهام نصار : استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية و الاشباعات المحققة منها ،(المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 3، العدد1 ، يناير / مارس)
12. صادق العياضي : الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام و الثقافة و التربية ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات 2004
13. عاطف عدلي العبد : نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2011.
14. عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2 ، دون سنة النشر
15. عائشة العاجل : التفاعلية في الصحافة الإماراتية ، منشورات دائرة الثقافة و الاعلام ، يناير 2003

16.

17. عباس مصطفى صادق : التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، ورقة مقدمة الى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي ، الواقع و التحديات ، جامعة الشارقة 22-24 نوفمبر 2005

18. علي محمد القاضي : دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني ، رسالة ماجستير 2013 (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام)

19. العياضيرابح ، نصر الدين صادق : الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام و الثقافة و التربية ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات ،2004

20. فاروق انيسجرار : الرسالة و الصورة –قضايا معاصرة في الاعلام -(عمان 2001)

21. فطوم لطرش : استخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة و الاشباعات المحققة منه ، (دراسة مسحية ، جامعة بسكرة)

22. كارول ليشش : كتابة الاخبار و التقارير الصحفية : عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة –منهج تطبيقي -(ترجمة : د.عبد الستار جواد ، 2001)

23. اللبان شريف درويش : الصحافة الالكترونية : دراسات في التفاعلية و تصميم الموقع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005

24. ماجد سالم تربان : استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الدولية ، رسالة ماجستير 2002 (جامعة الدول العربية ، معهد البحوث و الدراسات العربية ، قسم الدراسات الإعلامية)

25. محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (عالم الكتب للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط2، 2004)

26. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، ط1، 2003

27. محمود سامي عطاالله : ورقة عمل مقدمة الى معرض القاهرة الدولي ، 2005

28. ممدوح سيد وحنان كامل : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية ،2014

29. منال المزاهرة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ،ط1 ، عمان ، 2012

30.

31.منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال ، (دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، 2012)

32.مها فريال : علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية ، دار الفكر المعاصر ، 2002

33.موريس انجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الجزائر ، ط2 ، 2005

34.نبيل علي ونادية حجازي الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجمع المعرفة ، سلسلة عالم المعرفة عدد 318 ، الكويت المجلس الوطني للفنون والآداب ،2005

35.النجار السعيد ، محمد الغريب : التفاعلية في الصحافة الحركية على الانترنت ، البحرين ،2009

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

مقدمة.....-أ-

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الإشكالية.....03

التساؤلات.....04

أهداف البحث.....04

أسباب اختيار الموضوع.....04

المدخل النظري للدراسة.....04

تحديد المفاهيم.....05

منهج البحث.....05

أداة جمع البيانات.....06

التعريف بمجتمع البحث.....07

الدراسات السابقة.....08

الفصل الثاني :نظرية الاستخدامات و الاشباعات

تمهيد.....14

المبحث الأول : نشأة وتطور نظرية الاستخدامات و الاشباعات.....15

المطلب الأول : التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات و الاشباعات.....15

المطلب الثاني: فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات.....16

المطلب الثالث :تصنيف دوافع الاستخدامات و الاشباعات.....17

المبحث الثاني : تقييم النظرية وإسقاطها على الدراسة موضوع البحث.....18

المطلب الأول : عناصر النظرية الاستخدامات والاشباعات.....19

المطلب الثاني: الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها.....19

المطلب الثالث: النقد الموجه للنظرية.....19

المطلب الرابع : الرد على النقد.....20

المطلب الخامس :علاقة مدخل الاستخدامات و الاشباعات بالدراسة.....21

الفصل الثالث: التفاعلية في المواقع الإخبارية

المبحث الأول : الصفحات الإخبارية ، سماتها وخصائصها 24

المطلب الأول : نشأة الصفحات الإخبارية.....24

المطلب الثاني: سمات المواقع الالكترونية الإخبارية.....25

المبحث الثاني: التفاعلية في المواقع الإخبارية.....26

المطلب الأول : مفهوم التفاعلية.....26

المطلب الثاني : التطور التاريخي لمفهوم التفاعلية.....30

المطلب الثالث :أبعاد التفاعلية.....31

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي.....36

خاتمة.....43

قائمة المصادر والمراجع.....45

فهرس المحتويات