جامعة عمار ثليجي _ الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علم علوم الإعلام والاتصال

الموضوع

# تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة على الطلبة الجامعيين الجزائريين

## دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والعلوم لإسلامية والحضارة بجامعة عمارثليجي الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبة:

- شاوي هاجر

تحت إشراف الأستاذ:

* أ.د/ طريف عطاءالله

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | الصفة |
|---|---|---|
| حجاج مداني | أستاذ التعليم العالي | رئيسا |
| عبد القادر بن جدو | أستاذ التعليم العالي | مناقشا |
| عطاءالله طريف | أستاذ التعليم العالي | مشرفا ومقررا |

السنة الجامعية 2023/2022

بسم الله الرحمن الرحيم

# كلمة شكر وعرفان

بداية، نتوجه بالشكر لله وحده لا شريك له القائل "وإن تعدوا نعمة الله لا تحصوها" شكر المعترف بفضله وآلائه و أنعمه.

ثم نثني بالتوجه بالشكر والتقدير لأستاذنا المشرف الفاضل

الأستاذ الدكتور "طريف عطاءالله"

أسأل الله أن يكرمه ويعلي مقامه ويبقيه فخرا لهذه الأمة

و نتقدم بالشكر والعرفان إلى أعضاء اللجنة لقبولهم مناقشة عملنا المتواضع.

ولا يفوتنا أن نشكر مكتب"*Hassane Info Service*" الذي خصص لنا من وقته ولم يبخل علينا أيضا من جهده في كتابة وتعديل وتنسيق المذكرة

إلى كل من سقط من قلمي سهوا

هاجر

rawpixel

# اهداء

لم تكن الرحلة قصيرولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا بالتسهيلات لكنني فعلتها.

أهدي تخرجي إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى "أبي الغالي"

بعد فضل لله، ما أنا فيه يعود إلى أبي الرجل الذي ينل ولو جزء بسيط مما حصلنا عليه

والرجل الذي سعى طوال حياته لكي نكون أفضل منه

إلى اليد الخفية التي أزالت عن طريقي الأشواك، ومن تحملت كل لحظة ألم مررت بها وساندتني عند ضعفي وهزلي "أمي الحبيبة"

إلى مصدرقوتي أختي الداعمة سندي في الحياة "منال"

لإخوتي ولكل من كان عونا وسندا في هذا الطريق ممتنة لكم جميعا ما كنت لأصل لولا فضلكم من بعد الله.

هاجر

**ملخص الدراسة:**

هدفت دراستنا الحالية لمعرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على مقروئية الصحافة المكتوبة لدى عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، كما أن الدراسة تهدف أيضا إلى دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعية على مقروئية الصحافة المكتوبة، كما تهدف الدراسة إلى تحليل إلى أي مدى يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي نافذة فعالة للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة.

تم تطبيق أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان على عينة متكونة من 40 طالبا وطالبة، وتم استخدام المنهج الوصفي. وبعد جمع بيانات الدراسة تم تحليل هذه النتائج التي نلخصها فيما يلي:

- هناك تأثير سلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة.
- مواقع التواصل الاجتماعي فعلاً تلعب دورًا مهمًا في تمكين التعبير وتحفيز التغيير الاجتماعي.
- هناك ارتباط قوي بين الانتشار السريع للأخبار وتقليل رغبة القراء في البحث عن مصادر متنوعة.

وتم تفسير النتائج وفق نتائج الدراسات السابقة، والتراث النظري المعتمد في فصول البحث الأولى.

**الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الصحافة المكتوبة، المقروئية.**

**Abstract:**

Our current study aimed to examine the influence of social media platforms on the readability of written journalism among a sample of university students at Amar Theligi University in El-Agawat, Algeria. The study also aimed to assess the extent to which social media platforms can be considered an effective platform for expressing people's opinions and driving social change, compared to written journalism.

The study utilized a questionnaire as the research tool and was conducted with a sample of 40 male and female students. The descriptive method was employed. After collecting the study data, the findings were analyzed and can be summarized as follows:

- There is a negative impact of using social media on the readability of written journalism.
- Social media platforms indeed play a significant role in enabling expression and promoting social change.
- There is a strong correlation between the rapid dissemination of news and a decrease in readers' inclination to seek diverse sources.

The results were interpreted based on prior research studies and the theoretical framework employed in the initial chapters of the research.

**Keywords: social media, written journalism, readability.**

# فهرس المحتويات


| الموضـــــــــــــــــوع | الصفحة |
|---|---|
| **كلمة شكر وعرفان** | |
| **إهداء** | |
| **ملخص** | |
| **قائمة الجداول** | |
| **قائمة الأشكال** | |
| **مقدمة** | **أ–ب** |
| **الفصل الأول: الإطار العام والمنهجي للدراسة** | |
| **1. الإشكالية** | **04** |
| **2. تساءلات الدراسة** | **04** |
| **3. الفرضيات** | **05** |
| **4. أهداف الدراسة** | **05** |
| **5. أهمية الدراسة** | **07** |
| **6. أسباب اختيار الموضوع** | **08** |
| **7. المفاهيم و المصطلحات** | **09** |
| **8. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات** | **11** |
| **9. مجتمع البحث وعينته** | **12** |
| **10. حدود الدراسة** | **13** |
| 11. **دراسات سابقة** | **13** |
| **الفصل الثاني: مدخل عام لمواقع التواصل الاجتماعي** | |
| **تمهيد** | **20** |
| **المبحث الاول: مواقع التواصل الاجتماعي** | **21** |
| المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي | **21** |
| المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي | **23** |

| | |
|---|---|
| **المبحث الثاني: أهم المواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها** | **24** |
| المطلب الاول: أهم المواقع التواصل الاجتماعي | **24** |
| المطلب الثاني: مميزات المواقع التواصل الاجتماعي | **29** |
| **المبحث الثالث: سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي** | **31** |
| المطلب الاول: ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي | **31** |
| المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي | **33** |
| **خلاصة الفصل** | **36** |
| **الفصل الثالث: مدخل عام للصحافة الورقية** | |
| **تمهيد** | **38** |
| **المبحث الاول: ماهية الصحافة الورقية** | **39** |
| المطلب الأول: مفهوم الصحافة الورقية | **39** |
| المطلب الثاني: نشأة الصحافة الورقية | **40** |
| **المبحث الثاني: وظائف وعوامل نجاح الصحافة الورقية** | **45** |
| المطلب الاول: وظائف صحافة ورقية وخصائها | **45** |
| المطلب الثاني: الصحافة الوراقية وعوامل نجاحها | **54** |
| **المبحث الثالث: المقروئية** | **55** |
| المطلب الاول: مفهوم المقروئية | **55** |
| المطلب الثاني: عوامل زيادة المقروئية الجديدة | **57** |
| **خلاصة الفصل** | **61** |
| **الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة** | |
| **تمهيد** | **63** |
| **المبحث الأول: عرض نتائج صحيفة الاستبيان** | **64** |
| المطلب الأول: عرض نتائج محور البيانات الشخصية | **64** |
| المطلب الثاني: عرض نتائج محور تأثير تصفح وسائل التواصل الإجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة | **67** |

| | |
|---|---|
| المطلب الثالث: عرض نتائج محور تأثير الإنتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة | **72** |
| المطلب الرابع: عرض نتائج دور وسائل التواصل الإجتماعي كمنصة للتعبير عن آراء الناس والتغيير الإجتماعي | **77** |
| **المبحث الثاني: تفسير ومناقشة نتائج الفرضيات** | **82** |
| المطلب الأول: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الأولى | **82** |
| المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الثانية | **83** |
| المطلب الثالث: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة | **84** |
| المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة | **85** |
| **خلاصة الفصل** | **87** |
| **خاتمة** | **89** |
| **قائمة المراجع** | **92** |
| **الملاحق** | |

# قائمة الجداول


| العنوان | الصفحة |
|---|---|
| جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر | 64 |
| جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي. | 65 |
| الجدول رقم (03): توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص | 66 |
| الجدول رقم (04): تأثير تصفح وسائل التواصل الإجتماعي على توجهي نحو قراءة الصحف المكتوبة. | 67 |
| جدول رقم (05): أجد نفسي أكثر ميلا لقراءة الأخبار والمقالات على وسائل التواصل الإجتماعي بدلا من الصحف | 68 |
| الجدول رقم (06): أعتقد أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشتت إهتمامي ويقلل من وقتي المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة | 69 |
| الجدول رقم (07): أعتبر محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وتشويقا بالمقارنة مع محتوى الصحافة المكتوبة. | 70 |
| الجدول رقم (08): ألاحظ أنني أعتمد بشكل كبير على مصادر الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الأجتماعي وأتجاهل الصحافة المكتوبة. | 71 |
| الجدول رقم (09): أعتقد أن إنتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي يجعلني أقل رغبة في البحث عن مصادر أخبار متنوعة | 72 |
| الجدول رقم (10): أشعر أن وسائل التواصل الإجتماعي توفر لي ما يكفي من المعلومات والأخبار بحيث لا حاجة للبحث عن مصادر أخرى | 73 |
| جدول رقم (11): أعتقد ان السرعة الفورية في إنتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي تجعلني أعتمد أكثر عليها وأتجاهل البحث عن مصادر أخبار متنوعة. | 74 |
| الجدول رقم (12): أشعر بالكسل احيانا للبحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلني الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي. | 75 |
| الجدول رقم (13): أعتقد ان إنتشار الاخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الإجتماعي يؤثر عن رغبتي في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة. | 76 |
| الجدول رقم (14): أعتقد ان وسائل التواصل الإجتماعي توفر للطلبة الجامعيين منصة أفضل للتعبير عن أرائهم بالمقارنة مع الصحافة المكتوبة. | 77 |
| الجدول رقم (15): أشعر أن وسائل التواصل الإجتماعي توفر فرص أفضل للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلبة الأخرين بشان القضايا | 78 |

| | |
|---|---|
| الاجتماعية. | |
| الجدول رقم (16): أعتقد ان الصحافة المكتوبة غالبا لا تعكس بشكل كافي آراء الطلبة الجامعيين ولا توفر لهم منصة للتعبير عن إهتماماتهم وقضاياه. | 79 |
| الجدول رقم (17): أروج لوسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي بشكل أكبر من الصحافة المكتوبة من خلال تسيط الضوء على القضايا الإجتماعية وتعزيز الوعي بالتحديات التى تواجه الطلبة الجامعيين. | 80 |
| الجدول رقم (18): أعتقد أن وسائل التواصل الإجتماعي تمنح الطلبة للجامعيين فرصة أكبر للمشاركة في الحركات الإجتماعية والتأثير في التغيير بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة. | 81 |


## قائمة الأشكال


| العنوان | الصفحة |
|---|---|
| الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر | 64 |
| الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي. | 65 |
| الشكل رقم (03): توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص | 66 |

# مقدمة

تعيش وسائل التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي دورًا حيويًا في حياة الناس، حيث أصبحت جزءًا لا يتجزأ من روتينهم اليومي. وقد شهدت هذه الوسائل تطورًا هائلاً على مر السنوات، حيث أصبحت منصات تسمح للأفراد بالتواصل والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة الصور والأفكار والمعلومات. لكن مع تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ظهر تأثيرها على عدة جوانب من الحياة، بما في ذلك تأثيرها على مقروئية الصحافة المكتوبة.

يشهد العالم تحولًا كبيرًا في صناعة الإعلام ووسائل الاتصال، حيث يعتبر الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي مصادر رئيسية للحصول على الأخبار والمعلومات. وبينما كانت الصحافة المكتوبة تعتبر في السابق الوسيلة الأساسية لنقل الأخبار والمعلومات، فقد بدأت وسائل التواصل الاجتماعي في أخذ دورٍ متنامٍ في تلبية احتياجات الناس للمعلومات والتواصل.

نسعى من خلال دراستنا إلى استكشاف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة. ستركز على دراسة تأثير تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة، وكذلك تأثير الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. بالإضافة إلى ذلك، سنستكشف ما إذا كان بإمكاننا اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي نافذة للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة.

من خلال دراسة هذه الجوانب المختلفة، يهدف هذا البحث إلى توفير رؤية أعمق حول كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة، وفهم التحولات في سلوك القراء وتفضيلاتهم في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة. كما سيساهم هذا البحث في توجيه المناقشات حول مستقبل الصحافة المكتوبة وتحدياتها في ظل تطور وسائل التواصل الاجتماعي.

وعليه، يهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة وتوجيه الجمهور نحو قراءتها. ستقدم الدراسة نتائجها وتوصياتها التي قد تسهم في تطوير استراتيجيات الصحافة المكتوبة وتعزيز قراءتها في عصر التواصل الاجتماعي المتسارع.

# الفصل الأول

## الإطار العام والمنهجي للدراسة

## 1- الإشكالية:

في العصر الرقمي الحديث، تشهد صناعة الإعلام ووسائل الاتصال تحولات جذرية، حيث تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا للحصول على الأخبار والمعلومات. ومع تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يتبدل نمط القراءة والاهتمام بالصحافة المكتوبة.

تراوحت آراء الناس حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مقروؤية الصحافة المكتوبة بين من يرون أنها تمثل تهديدًا للصحافة التقليدية ومن يعتقدون أنها تعزز التنوع وتفتح المجال لمصادر أخبار جديدة. ومع ذلك، تظل هناك إشكالية رئيسية تحتاج إلى تسليط الضوء عليها، وهي **ما مدى تأثير تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة؟**

في هذا السياق، يتعين علينا استكشاف العوامل التي تحدد تفضيل القراء وتوجههم نحو الصحافة المكتوبة، ومدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على هذا التوجه. كما يتعين علينا دراسة تأثير الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة. علاوة على ذلك، ينبغي علينا التحقق مما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تعد نافذة فعالة للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة.

## 2- تساؤلات الدراسة:

إشكالية هذه الدراسة تعكس تلك التحديات والمسائل المعقدة التي يجب التعامل معها في ضوء التغيرات الحاصلة في العالم الرقمي. وفيما يلي سنعرض التساءلات الفرعية للدراسة:

1. ما مدى تأثير تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة؟

2. كيف يؤثر تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة؟

3. هل يؤدي الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة؟

4. هل يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي نافذة للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة؟

**3- الفرضيات:**

**3-1- الفرضية الرئيسية:**

تصفح وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تقليل توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة.

**3-2- الفرضيات الفرعية:**

1. انتشار الأخبار السريعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من رغبة الجمهور في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، حيث يعتمدون على المحتوى السريع والمتاح على الفور.

2. وسائل التواصل الاجتماعي تعد نافذة أفضل للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة، حيث توفر فرصًا للمشاركة الفعالة والتفاعل المباشر مع الآخرين.

3. الصحافة المكتوبة تحتوي على تنوع أفضل في المصادر والمحتوى مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تشجع الجمهور على البحث عن مصادر أخبار متنوعة للحصول على رؤى وآراء مختلفة.

**4- أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف تساهم في فهم وتحليل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروؤية الصحافة المكتوبة وتوجه الجمهور نحوها. وفيما يلي بعض الأهداف الرئيسية للدراسة:

- فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور: تهدف الدراسة إلى تحليل كيفية تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على اهتمام القراء وتوجههم نحو قراءة الصحافة المكتوبة. وذلك من خلال فهم العوامل المؤثرة في تفضيل القراء وتوجههم نحو الصحافة المكتوبة.

- تحديد تأثير الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تهدف الدراسة إلى تحليل مدى تأثير الانتشار السريع للأخبار والمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة. وهل يعتبر الجمهور وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا كافيًا للحصول على المعلومات أم أنهم لا يزالون يشعرون بالحاجة إلى الصحافة المكتوبة.

- تقييم دور وسائل التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء والتغيير الاجتماعي: تهدف الدراسة إلى تحليل إلى أي مدى يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي نافذة فعالة للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة. وهل يشعر الناس بالتواصل الأكثر فعالية والتأثير الأكبر عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم والمشاركة في الحوارات العامة.

- تحديد التحديات والفرص: تهدف الدراسة إلى تحديد التحديات التي تواجه الصحافة المكتوبة في ظل وجود وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك فرص التعاون والتكامل بين الصحافة المكتوبة ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الجودة والتنوع الإعلامي.

فمن خلال دراستنا نهدف إلى تحقيق أهداف تعزز فهمنا لدور وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في مقروؤية الصحافة المكتوبة وتساهم في تحديد التحولات اللازمة للتكيف مع التغيرات الحاصلة في المشهد الإعلامي.

**5- أهمية الدراسة:**

تأتي أهمية هذه الدراسة من تفاعل العوامل المتعددة التي تؤثر على مقروؤية الصحافة المكتوبة في ظل تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وفيما يلي بعض الأسباب التي تبرز أهمية هذه الدراسة:

- فهم التحولات الإعلامية: تساهم الدراسة في فهم التحولات الكبيرة التي تشهدها صناعة الإعلام والصحافة، وتحديداً فيما يتعلق بالأثر الذي يمارسه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مقروؤية الصحافة المكتوبة.
- توجيه استراتيجيات الصحافة المكتوبة: يمكن للدراسة أن تقدم نتائجها وتوصياتها للصحف والمؤسسات الإعلامية لتحسين استراتيجياتها في ظل تطور وسائل التواصل الاجتماعي وتغير سلوك القراء.
- تحقيق التنوع الإعلامي: يساعد فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو الصحافة المكتوبة في تعزيز التنوع الإعلامي. فقد يساهم توجه القراء في اختيار مصادر أخبار متنوعة وتعدد المصادر في ضمان حصولهم على معلومات شاملة ومتوازنة.
- التأثير على الرأي العام: يعد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام أمرًا حاسمًا. ففهم كيف يتم التعبير عن آراء الناس وتبادل الأفكار والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالصحافة المكتوبة قد يساعدنا في فهم وتحليل الديناميكيات الاجتماعية والسياسية والثقافية.

– تحديات المصداقية والمعلومات الكاذبة: في ظل تفشي الأخبار الكاذبة وتضليل الرأي العام عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تكمن أهمية هذه الدراسة في تحديد التأثير الذي قد يكون لهذه الظاهرة على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة.

فإن فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مقروؤية الصحافة المكتوبة يعد أمرًا حاسمًا لتطوير وتعزيز صناعة الإعلام، وتعزيز الديمقراطية والمشاركة العامة في المجتمعات الحديثة.

## 6- اسباب اختيار الموضوع :

### 6-1- أسباب موضوعية:

– أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، فلقد شهدت وسائل التواصل الاجتماعي انتشارًا هائلاً في العقد الأخير، وأصبحت جزءًا حيويًا من حياة الناس. فهي تؤثر بشكل كبير على سلوكهم واهتماماتهم، ومن ضمنها قراءة الصحافة المكتوبة.

– التحولات في صناعة الصحافة، فقد شهدت صناعة الصحافة تحولات هائلة في العصر الرقمي، حيث يعاني العديد من المطبوعات الورقية من تحديات في البقاء والتنافس مع وسائل الإعلام الرقمية. لذلك، يصبح من الضروري فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قراءة الصحافة المكتوبة.

أثر التكنولوجيا على سلوك القراءة، مع تطور التكنولوجيا ووجود العديد من الخيارات المتاحة للأفراد للحصول على المعلومات، يشكل تحديًا للصحافة المكتوبة جذب اهتمام الجمهور وتوجيهه نحو قراءة المصادر التقليدية.

### 6-2- أسباب ذاتية:

– الإهتمام الشخصي بوسائل الإعلام والاتصالات، يشدنا عالم الإعلام والاتصالات وأثرها على المجتمع، ولذلك وجدنا الموضوع مثيرًا للاهتمام والتحليل.

– أهمية التواصل الاجتماعي، ندرك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة أساسية للتواصل والتأثير في الجمهور، ونود فهم كيف يتأثر توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة بسبب هذه الوسائل.

– الأثر المحتمل على المجتمع، يعتبر الإعلام والصحافة المكتوبة أحد أركان الديمقراطية ونقل المعلومات الموثوقة. لذا، فإن فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قراءة الصحافة المكتوبة يساهم في فهم النظام الإعلامي وتأثيره على المجتمع والديمقراطية بشكل عام.

## 7- المفاهيم و المصطلحات :

### 7-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

**7-1-1- التعريف الاصطلاحي:** "هي تلك المجموعة من المواقع المتاحة على شبكة الأنترنت في شكل روابط تشعبية يتم إستخدامها من طرف أفراد أو جماعات، وتتيح عملية التواصل والتفاعل بصفة آنية بين مستخدميها".[1]

**7-1-2- التعريف الإجرائي:** " مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات عبر الإنترنت تسمح للأفراد بإنشاء ومشاركة المحتوى، والتواصل مع الآخرين، وبناء شبكات اجتماعية. تتضمن مثل هذه المواقع منصات مثل فيسبوك، تويتر، إنستجرام، لينكد إن وغيرها، حيث يمكن للمستخدمين المشاركة في المنشورات، والتعليقات، والإعجابات، والمشاركة في المحادثات".

[1] سهام بوقلوف، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018/2017، ص 34.

**7-2- الصحافة المكتوبة:**

**7-2-1- التعريف الإصطلاحي:** "يقصد بها الصحف اليومية وكل الجرائد التي تصدر يوميا سواء كانت خاصة او عمومية متخصصة أم عام. يتابع صدورها كل الأحداث اليومية فتقدم الخبر طازجا لقرائها، ويتوجب في تقديم الخبر طازجا إلى القراء أو بفصول متتابعة من يوم لآخر، ولا يتطلب فهمها مجهود فكري كبير".[1]

**7-2-2- التعريف الإجرائي:** " الصحافة المكتوبة تشير إلى وسائل الإعلام التي تعتمد بشكل رئيسي على النص المكتوب لنقل الأخبار والمعلومات. وتشمل ذلك الصحف والمجلات والمقالات والتقارير المكتوبة التي يتم نشرها في ورقة مطبوعة أو عبر الإنترنت. وتتميز الصحافة المكتوبة بأنها تعتمد على الكتابة المتقنة والتحليل الصحفي لتقديم الأخبار والمعلومات بشكل شامل ومنسق".

**7-3- المقروؤية:**

**7-3-1- التعريف الإصطلاحي:** "هو تلك العملية التي تحصل خلال الإطلاع مضامين الصحف الإلكتروني والورقية على حد سواء وفهم ما يدور في ثناياها صفحاتها وبين سطورها أو هي درجة الصعوب أو السهولة في فهم واستيعاب المادة المعروضة".[2]

**7-3-2- التعريف الإجرائي:** "المقروؤية في دراستنا هي قياس لقدرة القراءة وفهم المحتوى المكتوب. وتعتبر المقروؤية مؤشرًا على سهولة قراءة النص ووضوحه وفهمه من قبل القراء. ويتأثر مستوى المقروؤية بعوامل عدة مثل هيكل النص، واستخدام اللغة، وتنظيم المعلومات،

[1] سلام كهينة، جمهور الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديد، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015/2014، ص 48-49.

[2] البشير زايد، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مقروؤية الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماستر في علوم الغعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2019/2018، ص 08.

وصعوبة المفردات المستخدمة. كما تعتبر المقروؤية عاملاً هامًا في تقييم فعالية الصحافة المكتوبة وقدرتها على نقل المعلومات والأخبار بوضوح وفهم".

## 8-منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

### 8-1- منهج الدراسة:

تعتمد الدراسات العلمية في علوم الإعلام والاتصال على مجموعة متكاملة من المناهج العلمية المستوحاة من العلوم التجريبية لتحاكي نتائجها العلمية القابلة للتعميم، فالمنهج هو وسيلة للغاية من حيث استعمالنا له من أجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة[1].

إن نوع الدراسة التي اعتمدت عليها في هذا البحث هي الدراسة الوصفية المسحية التي تستخدم لأغراض المسح الشامل والوصف المجرد الظاهرة، وعادة يرتبط المنهج الوصفي غالبا بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي تستخدم فيها منذ نشأته وظهوره، حيث يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره، وأما الأسلوب المستخدم فهو المسح، فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ بفضله يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تعبي وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بهما أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها[2].

[1] عبد الناصر الجندي، تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 14.

[2] صلاح شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عناية، الجزائر، 2003، ص 150.

**8-2- أدوات الدراسة:**

ويقصد بأدوات الدراسة، تلك الطرق والأساليب والوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع واستقاء المعلومات الخاصة بموضوع البحث.

تم الاستعانة بالاستبيان في جمع البيانات الميدانية من خلال الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني على عينة قدرها "40" مفردة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي _ الأغواط.

ويعد الاستبيان وسيلة من وسائل البحث التي توفر الجهد والوقت على الباحث والمبحوث على حد سواء، وهي تحظى بأهمية بالغة في الأبحاث العلمية، وتعرف الاستمارة بأنها تلك الأداة أو الوسيلة التي من خلالها يمكن التعرف على معلومات وآراء وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة". لذلك فقد قسمت إلى ثلاث محاور، فضلا عن البيانات الشخصية أو الديمغرافية، كما مرت بمراحل مختلفة، وهي المراحل المتعارف عليها من الناحية المنهجية، قبل أن تصبح جاهزة للتوزيع بعد الإعداد أو الصياغة النهائية للأسئلة. وبعد ذلك تم عرضها على الأستاذ المشرف ومجموعة الأساتذة المحكمين ليتم صياغتها بالشكل النهائي.

**9- مجتمع البحث وعينته:**

**9-1- مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بجامعة الأغواط والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

**9-2- عينة الدراسة:**

العينة كلمة مشتقة من الفعل عاين الذي يفيد في اللغة العربية معنى إختار، ويمكن تعريفها بأنها إختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث ليشكل المادة الأساسية للدراسة. أو يمكن القول أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها

منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع .

وبالنسبة لعينة الدراسة فهي تنتمي إلى العينات غير الاحتمالية وهي العينة المتاحة، فقد تم اختيارها بشكل قصدي متاح على الطلبة بالكلية المذكورة، وقد تم اعتماد (40) مفردة من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

10- **حدود الدراسة:**

**10-1- الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية بكلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط.

**10-2- الحدود الزمانية:** تم إجراء الدراسة المسحية من 2023/06/05 إلى غاية 2023/06/12.

**10-3- الحدود البشرية:** تم إجراء الدراسة المسحية على عينة قدرها (40) طالب جامعي بكلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط.

11- **الدراسات السابقة :**

**11-1- دراسة فاطمة لعتر (2022)** الموسومة بعنوان "مقروؤية الصحف الإللكترونية في الجزائر" دراسة ميدانية لعينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "مدى مقروؤية الصحف الإلكترونية بين الطلبة الجامعيين الجزائر"، اعتمت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الاجتماعي، أما أداة الدراسة فكانت عبارة عن استمارة الاستبيان.

هدفت الدراسة إلى جملة من الاهداف نذكرها كالآتي:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحف الالكتروني.
- معرفة دوافع تعرض الطلبة الجامعيين للصحف الالكترونية.
- معرفة مدى مقرونية الصحف الالكترونية لدى أفراد العينة المدروسة.

وخلصت الباحثة من خلال دراستها لجملة من النتائج نوضحها كالآتي:

- بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من الطلبة الجامعيين صرحوا أن السبب وراء تفضيلهم ذلك الوقت حيث بلغت 52% هو أن الوقت يناسبهم مما يعطيهم الأريحية في الإطلاع والتفاعل والمشاركة في مضامين الصحافة الإلكترونية. . بينت الدراسة أن النسبة الأكبر من الطلبة الجامعيين يطالعون الصحافة الإلكترونية مند سنتين حيث بلغت 36% وذلك راجع لمدة ولوجهم لعام الإعلام والإتصال من خلال
- دراستهم وتخصصهم.
- بينت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين يطلعون على الصحافة الإلكترونية دون غيرها كونها تعد بديلا عن الصحافة الورقية حيث بلغت 76%.
- بينت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين ساعدتهم قراءة ومطالعة الصحافة الإلكترونية أحيانا في زيادة المستوى المعرفي لديهم حيث بلغت 62.%
- بينت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين يفضلون الإطلاع وقراءة الصحافة الإلكترونية حيث بلغت 60% لأنها تمتاز بالسرعة والتجديد المستمر للمعلومات.

**11-2- دراسة شرقي فاطنة (2019)** الموسومة بعنوان "أثر التكنولوجيا في إنتاج المعلومة في مضمون الصحافة المكتوبة الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في علو الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "تأثير التكنولوجيا الحديثة في إنتاج المعلومة واستطاعتها تغيير طبيعتها وخصائصها من خلال مضمون الصحافة المكتوبة الجزائرية التابعة للقطاعين العام والخاص". اعتمدت الدراسة على المنهج التحليل المقارن، كما اعتمدت الباحثة على أداة المقابلة بالإضافة إلى الاستمارة.

هدفت الدراسة لجملة من الأهداف نذكرها كالآتي:

- كشف أهم التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام الجزائرية خاصة الصحافة المكتوبة.
- معرفة مصادر المعلومة في الصحف المكتوبة الجزائرية ومعاييرها.
- وضوح الصورة إزاء المستجدات وكذلك القيم الجديدة التي أضافتها التكنولوجيا للصحف المكتوبة سواء من الناحية الشكلية أو من ناحية المحتوى.
- كشف أهم المشاكل والعوائق التي تواجه الصحافة المكتوبة الجزائرية.

وخلصت الباحثة من خلال دراستها إلى ما يلي:

- يستعمل كل المبحوثين للجريدتين وسائل تكنولوجيا المعلومات في جميع مراحل العمل الصحفي.
- يتعرض الصحفيين أثناء تأدية أعمالهم إلى مجموعة من العراقيل من بينها مشكل سرعة وفاعلية البحث وانتشار المصادر المجهولة للأخبار المتداولة على شبكة الأنترنيت.
- تؤثر طبيعة القطاع الذي ينتمي إليها الصحافي على طبيعة العمل الصحافي والأداء الإعلامي والمادة الإعلامية المستقاة وطبيعة الرسالة الإعلامية.

**11-3- دراسة العوفي حمزة (2016)** الموسومة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعدالله، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي"، اعتمد الباحث في دراسته على المنهجين الوصفي والإحصائي، أما بالنسبة لأدوات البحث قد اعتمد على الملاحظة والاستمارة، وعينة الدراسة قد شملت 170 طالب وطالبة من جامعة الجزائر 2.

هدف الباحث من خلال دراستها لتحقيق الأهداف التالية:

– التعرف على مدى استخدام الطالب الجامعي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعية والحصول على المعارف السياسية التي تشكل ثقافته السياسية من خلال عملية الاستخدام و التفاعل.

– محاولة التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية للطالب الجامعي الجزائري.

– التعرف على مدى استفادة الطالب الجامعي الجزائري من الأنشطة المتعلقة بالمجال السياسي المطروحة في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي.

– محاولة توعية الطلبة بأهمية الثقافة السياسية داخل المجتمع من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة السياسية لأنها تعكس ثقافة المجتمع عموما وعلى وجه الخصوص هذه الفئة المهمة و التي تعتبر جيل المستقبل.

وخلصت الدراسة إلى أن الطالب الجزائري يستخدم الانترنت بصفة يومية، وذلك لاشتراكه بالانترنت، ونجد أن كل الطلبة لديهم صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث معظمهم لديهم موقع الفيسبوك كأفضل مواقع التواصل الاجتماعي، ويستخدمونه بصفة دائمة، وتعدد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة، فمنهم من يستخدمها للأغراض الدراسية، ومنهم للتسلية و الترفيه، ومنهم من ستخدمها للدردشة والتعرف على أصدقاء جدد، ويفضلون الطلبة الفترة المسائية في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وعي عادة فترة راحة لمعظم الطلبة، ومن أسباب استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كذلك

هو سهولة إنشاءها وبساطة استخدامها، كما تتميز بأنها مواقع خصوصية و عالمية الانتشار، لان باستطاعة الطالب استخدام العديد من الصفحات الشخصية في عدة مواقع اجتماعية وهو ما يبين أن الطالب الجزائري يساير التكنولوجيا.

**11-4- دراسة نورة حفناوي (2015)** الموسومة بعنوان "المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي"، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "طبيعة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال صفحات شبكة الفايسبوك"، أما فيما يخص منهج الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وبالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد اعتمدت على الملاحظة، تحليل المضمون.

هدفت الدراسة إلى ما يلي:

- معرفة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال صفحات الفايسبوك. كشف شكل المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفايسبوك.
- اكتشاف الألوان التي استعملت في المضامين الخاصة بالمرأة على صفحات الفايسبوك.
- معرفة مصادر المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفايسبوك.
- إبراز أساليب معالجة المضامين الخاصة بالمرأة من خلال شبكة الفايسبوك.
- التعرف على الجمهور المستهدف من هذه المضامين من خلال الشبكة. تبيان القيم المعبر عنها من خلال المضامين المطروحة على صفحات الفايسبوك.

وخلصت الدراسة في الأخير إلى:

- أن الثقافة العامة هي أكثر المصادر التي تم الاعتماد عليها بنسبة 82.07%، يليها الأدعية، لأن المواضيع المطروحة على الصفحات مواضيع عامة واجتهادات وتجارب خاصة لا تستدعي الإثباتات.

– أن الألوان الفاتحة هي الأكثر الألوان استخداما بنسبة 50%، تليها الألوان الغامقة، لأن الصفحات خاصة بالمرأة والألوان الفاتحة نسويه تبعث في النفس الراحة والسكينة.

– أن المواضيع الاجتماعية هي الأكثر اهتماما بنسبة 35.90، تليها المواضيع الجمالية، هذا ما لاحظته الباحثة وهو أن الصفحات تعالج المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى، تليها المواضيع الجمالية، ما يدل على أن المرأة تهتم بالأسرة والعائلة والمجتمع أولا وتهتم لجمالها وأناقتها ثانيا، وباقي المواضيع لا توليها اهتمام كبيرا.

## 12- المقاربة المنهجية:

تبيانت الدراسات السابقة في عينة الدراسة، وحجمها، والفئة المستهدفة، كذل تنوعت متغيرات الدراسة، ويمكن القول أن الدراسات السابقة لها دور مهم في تعزيز الدراسة الحالية وتحقيق أهدافها، رغم وجود بعض الاختلافات في الأهداف، وإن تنوع الدراسات السابقة ولتناولها جوانب كثيرة في موضوع الدراسة، قد أكسبت الباحث سعة الإطلاع على كل من جوانب مواقع التواصل الاجتماعي وكذا مقروؤية الصحافة المكتوبة، فوقد اتفقت هذه الدراسات مع دراستنا في بعض النقاط حيث ساعدتنا في بناء الإشكالية وصياغة التساؤلات كما أن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات ساعدتنا في دراستنا الحالية من خلال اختيار المنهج المناسب للدراسة وكذا أدوات جمع البيانات.

# الفصل الثاني

## مو اقع التواصل الاجتماعي

**تمهيد:**

يعيش العالم في عصر التكنولوجيا والتواصل، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر التي طالما أثرت على حياتنا اليومية وشكلت ثقافتنا الرقمية. تعد مواقع التواصل الاجتماعي منصات إلكترونية تتيح للأفراد التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض بطرق مختلفة. تتميز هذه المنصات بسهولة استخدامها وتوفير فرصة للتعبير الشخصي، وتمكن الأفراد من مشاركة المحتوى والتفاعل معه بشكل فوري.

حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل لثلاث مباحث كالآتي:

**المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي**

**المبحث الثاني: أهم المواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها**

**المبحث الثالث: مميزات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي**

## المبحث الاول: مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فهي منصات تمكننا من الاتصال والتفاعل مع الأشخاص حول العالم بكل سهولة وسرعة. ولكن قبل أن نناقش أثرها على مقروئية الصحافة المكتوبة، يتعين علينا فهم ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها.

### المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تحظى مواقع التواصل الاجتماعي بشعبية كبيرة وانتشار واسع، حيث يعتمد عليها الملايين من الأفراد للتواصل مع أصدقائهم وعائلاتهم، والتعبير عن آرائهم واهتماماتهم، حيث يتم تبادل الأفكار والمعلومات والمشاركة في الحوارات والحملات الناشئة.

ومع تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح لها أثر كبير على مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك المجال الإعلامي. فعلى الرغم من وجود الصحافة المكتوبة كوسيلة تقليدية لنقل الأخبار والمعلومات، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي تمتلك القدرة على التأثير في مقروئية الصحافة المكتوبة وتوزيعها. ومن هنا ينبغي دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة وفهم كيفية تغير الديناميكيات بينهما.

وفيما يلي سنعرض أهم التعاريف التي طرق لها الباحثون لمواقع التواصل الاجتماعي:

تعرفها خليدة مهرية **(2022)** بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"، وعرفت بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت.[1]

[1] خليدة مهرية، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي تمنراست، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 06، عدد 01، 2022، ص25.

ويضيف الباحث ماجد نبيل (2018) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " تلك المجتمعات الافتراضية التي تتيح لمستخدميها بناء ملف شخصي، حيث تمكنهم من مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك تمكنهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، بحيث تلبي احتياجات مستخدميها ذوي الاهتمامات المتماثلة ليجتمعوا في مجموعات للتواصل وتبادل الأفكار ومناقشتها، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الأساسية لتبادل المعلومات ومتابعة تطورات الأحداث، وتصدرت مواقع التواصل الاجتماعية ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيسبوك واليوتيوب والوتس أب"[1].

وعرف الباحثان عبد الرحمان زكريا وبن لباد الغالي (2021) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس وتسمح بنقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية[2].

ويضيف الباحثان مريم قديد وسليمة مداني (2021) في نفس السياق بأنها "تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذا العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية في بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه

[1] ماجد نبيل محمد حسين، أثر خصائص موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تحسين مهارات الأكاديميين في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني بغزة، الجامعة الاسلامية بغزة، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، رسالة ماجيستير إدارة أعمال، 2018، ص12.

[2] سلطانة عبد الرحمان زكريا، بن لباد الغالي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الحديث، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 9 / العدد 02 (2021)، ص 564.

العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص"[1].

**المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي**

لقد صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في سنة 1954 من قبل جون بارنر الذي كان باحثا في جامعة لندن، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، ولقد اعتبرت كل من قوائم البريد الالكتروني وهي من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة المدى مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة.[2]

وكان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع (Classmates.com) سنة 1995، ثم تلاه موقع six degrees .com سنة 1997 وركزت هذه المواقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة، كما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها فتم إغلاقها .[3]

وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع (Friendeste) عام 2003 ثم تلاه موقع (My space) وموقع بيبو (Bebo) عام 2005، حيث كان موقع ماي سبايس الأكثر شعبية من بينا هذه المواقع، كما برز موقع

[1] مريم قديد وسليمة مداني، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصال الأسري – الفيسبوك أنموذجا – مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ( 08 ) العدد ( 02 ) السنة ( 2021)، ص467.

[2] العوفي حمزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري، مذكرة الماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر2– ابو القاسم سعد الله–، الجزائر، 2016/2015 ص112.

[3] المرجع نفسه، ص113

الفيسبوك (Facebook) الذي أنشأه مارك زوكربيرج (M.Zuckerberg) عام 2004 ليجمع زملاءه في الجامعة وأصبح بسرعة أهم المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة .

وبهذا الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للانترنت، حيث كان موقع ياهو أول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في إستراتيجيته التجارية بإطلاق موقع (Yahoo 360) في ماي 2005 كما تم شراء موقع ماي سبايس (My space) من قبل مجموعة روبرت مردوخ (R. murdoch) في 2005، ثم تلاها موقع (Friendester) وبعدها عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع لالاجتماعية قدر بعضها عام 2009 بـ 200 موقع.[1]

**المبحث الثاني: أهم المواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها**

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الظواهر الرقمية في عصرنا الحالي. فهي تجذب ملايين المستخدمين حول العالم وتلعب دورًا حيويًا في تشكيل التفاعلات الاجتماعية وتبادل المعلومات. في هذا المبحث، سنستعرض بعضًا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها البارزة.

**المطلب الاول: أهم المواقع التواصل الاجتماعي**

إن أنواع مواقع التواصل الاجتماعي كثيرة جدا، إلا أن هذا لا يمنع من ذكر أهمها وهي كالتالي:

**أولا- الفيس بوك:** كانت البدايات الأولى لنشأته عام 2004م، ظهر في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية، وظهر في صورته الأولى لا يتجاوز حدود مدونة شخصية يتم من خلالها التواصل بين طلبة الجامعة، ويعتبر الطالب (مارك زوكربيج) هو مبدع هذه

[1] العوفي حمزة، المرجع نفسه، ص114.

الفكرة. حتى عام 2007م، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة العالم، وتجاوز عدد المستخدمين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010م) النصف مليار شخص.[1]

- **إيجابيات وسلبيات الفيس بوك:** يذكر علي خليل شقرة (2014) أهم إيجابيات

الفيس بوك وهي كالتالي:

- إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال.
- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات. إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو.

وأما سلبيات الفيس بوك فيضيف خليل (2014) ما يلي:

- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية.
- انتهاك خصوصية المشتركين.
- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية.

**ثانيا- اليوتوب:** هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (قوقل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين

[1] بن ابراهيم عبد الرحمان، الشبكات الاجتماعية والقيم، الدار المنهجية، عمان، 2015، ص 63.

من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتوب عام (2005) في ولاية كاليفورنيا .[1]

**- مزايا اليوتيوب:**

من أهم مزايا اليوتوب ما يلي:

- تزويد مستخدميه بآخر الأخبار والأحداث وبأدق التفاصيل عن طريق الصوت والصورة، وهذا ما جعل كثيرا من رواده يزودون القنوات الفضائية بفيديوهات ترصد أهم الأحداث، فصار أفراد المجتمع يعملون كمراسلين غير رسميين لدى مختلف القنوات الفضائية في عالم أصبح يعرف الآن بالقرية الصغيرة .
- سهولة الإستخدام، فاليوتوب لا يحتاج إلى مختصين أو باحث أو ذو تعليم عالي لاستخدامه، فهو في متناول الجميع مهما كان مستواهم الثقافي والعلمي.
- امكانية ترجمة محتويات اليوتيوب إلى اية لغة .
- ميزة البث المباشر.
- أداة رائعة للترويج، فأفلام يوتوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع أفراد كانوا أم شركات[2]

**ثالثا- المدونات BLOGS:** تعتبر المدونات وسيلة فعالة للتعبير عما يريده المدون من يوميات وخواطر أو إنتاج أدبي أو نشر للأخبار، إضافة إلى الموضوعات المتخصصة في فروع العلم المختلفة، كالمدونات الطبية والهندسة والجغرافيا... وبالتالي فالمدونة وسيلة للنشر أدت إلى زيادة دور الشبكة العالمية كوسيلة للتعبير والتواصل، إضافة إلى كونها وسيلة

[1] بن ابراهيم عبد الرحمان، المرجع نفسه، ص 65.

[2] المقدادي خالد، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الاردن، 2013، ص45.

للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة [1]وقد كان أول ظهور لها سنة 1995.

- **أنواع المدونات:** يمكن تقسيم أنواع المدونات إلى أربع أقسام وهي:

- **مدونات الفيديو:** من خلال مدونات الفيديو يمكن متابعة الأفلام والمسلسلات والبرامج المصورة، وكذلك تمنح هذه المدونات فرصة الدردشة مع مدوني الفيديو.

- **مدونات الصور:** وهي التي تسمح بنشر الصور وفتح المجال للمشتركين أو المشاركين التعليق عليها وتبادل الأفكار والآراء حول مختلف المسائل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية.

- **مدونات المعلومات:** تتميز هذه المدونات بطابعها العلمي فهي تهتم بمختلف العلوم والاكتشافات والإبتكارات العلمية الحديثة وتتطرق إلى العلوم الطبية والفلكية والتكنولوجية والعلوم الاجتماعية والإنسانية.

- **مميزاتها:**

- تفتح المدونات مجالا واسعا لحرية التعبير، فهي لا سقف لها، ويمكن لمستخدميها أن يعبروا عن أفكارهم السياسية والاجتماعية والثقافية بلا قيد ولا رقيب كما هو موجود في كثير من القنوات التلفزيونية إلا أنها تكلف المدونين في بعض الدول ثمنا باهضا حيث قد يتم اعتقالهم واستجوابهم إلى جانب ذلك فإن هذه الحرية في التعبير قد يكون لها ضررا للمتتبعين لها في حالة ما كان هذا المدون متواضع المستوى ولا يمتلك أساليب التحليل العلمي، فقد يؤدي ذلك إلى تضليل كثير من الناس. [2]

- يستطيع كاتب المدونة إخفاء هويته.

- سهولة إنشاء المدونة والتحكم فيها.

[1] خليل علي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص103.

[2] المرجع نفسه، ص 106.

– التحديث المستمر للمعلومات، بحيث يتم تحديث الأرقام والإحصائيات التي تحويها هذه المدونة، حتى تستطيع تلبية احتياجات الباحثين المنظورة وخاصة المعلومات التي قد لا يستطيع الباحث العثور عليها ضمن المصادر المعروفة، كالكتب، والأفلام، ووسائل الإعلام التقليدية المتوفر له بسبب منع نشرها أو منع وصولها في بلد ما.[1]

**رابعا– تويتر Twitter:** هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح المستخدميه بارسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة، 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 Twit Bird.[2]

وقد كان أول ظهور به سنة 2006 في سان فرانسيسكو بالولايا المتحدة الأمريكية.

**– مميزاته:**

– سريع وسهل الاستخدام.

– مجاني الاستعمال.

– يفتح المجال لترويج المنتجات.

– وسيلة ناجعة لتوصيل الأفراد عبر العالم ككل.

– ماي سبيس My space موقع إلكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو، وفي مقدور مستخدمي شبكة ماي سبيس تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأشير النص الفائق، مما يمثل

خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى. [3]

[1] خليل علي، المرجع نفسه، ص 106.

[2] المقدادي خالد، المرجع السابق، ص 42.

[3] عودة عزت يوسف، الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي، عمان، 2015، ص 212.

**خامسا- لينكد ان:** من مواقع التواصل الإجتماعي ذات التخصص بالاعمال وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للإتصال المحترف بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها.[1] أنشئ عام 2003 من قبل ريدهو فمان في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو الآن يعتبر أكبر موقع تعارف في العالم يجمع بين رجال الأعمال والمهتمين بمجال التوظيف إنتقل عدد المشتركين به منذ نشأته سنة 2003م من 4500 شخص إلى 120 مليون مشترك من بين 200 دولة حول العالم.

**- مميزاته:**

يعتبر موقع لينكدان من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي احترافية بالإستخدام، وذلك لكونه موجها إلى المحترفين في قطاعات الأعمال، وهو يوفر المزايا المتعددة سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم أو أغانيهم أو منتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.

**المطلب الثاني: مميزات المواقع التواصل الاجتماعي**

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص تميزها عن غيرها من الشبكات الالكترونية، منها ما يلي:

- **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.

- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل ،وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ. التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعلمي الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

[1] المقدادي خالد، المرجع السابق، ص 45.

- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل. [1]

- **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى.

كما تتمتع بالخصائص المتفردة بها وهي:

✓ **المشاركة Partication** : المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

✓ **الانفتاح Openness:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

✓ **المحادثة Conversation:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

✓ **المجتمع Community** : المواقع الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

[1] وائل مبارك خضر فضل الله: المضامين الخاصة بالمراة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر في علوم والاتصال، تخصص صحافة واعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2015/2014، ص46

✓ **الترابط Connectedness:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك Facebook، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات. [1]

**المبحث الثالث: سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي**

مواقع التواصل الاجتماعي لها جوانب إيجابية وسلبية تؤثر على الفرد والمجتمع على حد سواء. في هذا المبحث، سنستكشف السلبيات والإيجابيات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي.

**المطلب الاول: ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي**

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي بجميع مواقعها العالمية الفرصة للمستفيدين للغموض والخوض فيها عن طريق حصولهم على المعلومات والخبرات التي يرغب فيها من يحتاجها ومن فوائدها:

- قلة تكلفتها قياسا بأي مشروع اخر خارج الشبكة العنكبوتية.
- من السهل الحصول على نتائج عن طريق الحصول على الخبرات المطلوبة ومن أصغر موقع من شبكة التواصل الاجتماعي تتساوى مع المواقع والشركات العالمية الكبرى.
- اصبحت عملية التسوق عبر الانترنت أكثر فعالية من التسوق العادي.
- الطالب الجامعي لا يعاني من الحصول على مصادر المعلومات بجهد اقل بكثير عن طريق شبكات الانترنت قياسا بالمصادر العادية باهضة الثمن.

[1] وائل مبارك خضر فضل الله، المرجع نفسه، ص47.

- فرص للكسب المادي يكون أكثر عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.[1]

مما سبق يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أحدثت تحولًا جذريًا في طريقة تفاعلنا وتواصلنا مع العالم المحيط بنا. فهي توفر العديد من الإيجابيات التي تستحق الاعتراف بها. أحد أبرز هذه الإيجابيات هو أنها تمكننا من التواصل مع العائلة والأصدقاء المبعدين جغرافيًا، وتقريب المسافات الزمنية والمكانية بيننا. كما تمنحنا مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للتعرف على ثقافات وآراء مختلفة من جميع أنحاء العالم، وتعزز فهمنا للتنوع الثقافي وتوسع آفاقنا.

علاوة على ذلك، تعد مواقع التواصل الاجتماعي منصة هامة للتوعية ونشر المعلومات، حيث يمكن للأفراد والمنظمات نشر أخبار هامة ومعلومات مفيدة بسرعة وفعالية. تسهم أيضًا في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية والبيئية، وتحفّز المشاركة الجماعية والعمل النشط في المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصة للتعبير الفردي والإبداع، حيث يمكن للأفراد مشاركة أعمالهم الفنية أو الأدبية أو الموسيقية والحصول على ردود فعل وتشجيع من المجتمع. كما توفر أيضًا فرصًا للتعلم والتنمية الشخصية، حيث يمكن للأفراد اكتساب المعرفة والمهارات من خلال المحتوى التعليمي المتاح على تلك المنصات.

بشكل عام، يمكننا اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتواصل والتفاعل الاجتماعي، وتوفر فرصًا للتعلم والتواصل العالمي. إلا أنه من الضروري استخدامها بحذر ووعي لتجنب السلبيات المحتملة والحفاظ على تجربة إيجابية ومفيدة.

[1] سعاد سعيد، بلقيس كاظم، شذى، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الايجابية والسلبية واستخدام الالعاب الالكترونية العنيفة واثرهما على السلوك العدواني لدى طلبة الجامعة، المجلة العربية للتربية النوعية، المجلد 04، العدد 13، 2022، ص 266.

**المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي**

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة ظاهرة حضارية حديثة تسيطر على حياتنا اليومية، إذ أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الثقافة والتواصل البشري. تتيح هذه المنصات التواصل الفوري والمشاركة في المحتوى وتوفر فرصًا هائلة للتواصل مع الآخرين والتعبير عن الآراء والتفاعل مع الأحداث الجارية. ومع ذلك، ينبغي أن نعترف بأن هناك جوانب سلبية قد ترتبط بتلك المواقع والتي يجب ألا نغفلها. إذاً، يتطلب النظر إلى هذه السلبيات والتعامل معها بوعي وحذر. وفيما أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي: [1]

- الادمان الالكتروني مع تدني الاحساس بالوقت، حيث يقضي المستخدم لساعات طويلة في التواصل.
- ظهور الجرائم الالكترونية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الاعلام الالكترونية وتعددها وانتشارها الواسع، ومنها الجرائم الثقافية، السياسية، الاقتصادية، المالية والجنسية مثل الاحتيال والنصب والابتزاز المالي وتقمص شخصيات وهمية والتحرش الجنسي.
- التزوير الذي يعتبر من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشارا، ويكون في عدة أشكال وأنواع كإدخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة، ومنه تزوير البيانات الخاصة للشخص مثلا الجنس أو العمر أو وضع صورة غير متطابقة مع الواقع.
- الشعور بالفردانية والابتعاد عن المجتمع والأسرة والعائلة، ويسجل بعض علماء الاجتماع أن الاستعمال المفرط للوسائل الالكترونية يشكل نوعا من العزلة الاجتماعية للمستخدم المدمن، حيث يحدث ضعف الروابط الأسرية والتفكك الاجتماعي.
- المساهمة في تغيير منظومة القيم الاجتماعية، بتعزيز الذاتية وتنامي الشعور بالوحدة بدل القيم الجماعية.

[1] عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاحتماعي الايجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد اهم الملامح في الدول العربية، مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 9، العدد 2، الجزائر، جوان 2016، ص 128.

– استخدام المتطرفين والارهابيين لمواقع التواصل الاجتماعي في تجنيد وتعبئة الفئات الشبانية.

– ظهور بعض الأعراض النفسية على المدمنين الذين يستغرقون ساعات طويلة في المواقع مثل الاكتئاب والملل وغيرها.

– خرق خصوصية الأفراد واقتحام حياتهم، خاصة المشاهير، وقد زادت في التنامي ظاهرة "البابارتزي".

– انتهاك حقوق التأليف المحفوظة، حيث تسهل عمليات السرقة الأدبية للملفات العلمية والأدبية.[1]

– هناك قلق من استخدام اللهجات العامية واللغة المختزلة في مواقع التواصل في الدول العربية والتي أصبحت طاغية، ويتجه الخوف في أن تلقى العربية مصير اللاتينية، التي هي لغة مكتوبة وغير مستعملة.

ويرصد شريف اللبان بعض المظاهر السلبية لمواقع التواصل في مصر حيث يرى أنه على الرغم من دور الشبكات الاجتماعية الإيجابي في مسيرة التغيير والإصلاح خلال المرحلة الانتقالية (ثورة 2011) فإنها كشفت عن دور سلبي أصبح يتزايد مع ضعف المواجهة وقلة الوعي. وبالنسبة له فإن هذا يرجع إلى التدني الأخلاقي الذي شهدته مختلف الشبكات بعد اندلاع ما يُطلق عليه ثورات الربيع العربي سواء عبر فايسبوك أو تويتر، كانعكاس للوضع السياسي والاجتماعي بعد الثورة. حيث يشير الواقع المصري إلى استخدام الشبكات الاجتماعية في جرائم الابتزاز وانتحال الشخصية وتشويه السمعة والسب والقذف، ناهيك عن الأعمال المنافية للآداب ونشر أفكار هدامة داخل المجتمع.

كما أن البيئة الالكترونية المفتوحة والعابرة للحدود أتاحت الفرصة أمام أطراف خارجية في التدخل في الشئون الداخلية. واستخدمت الجماعات الإرهابية الشبكات الاجتماعية كمنصة إعلامية جديدة لما توفره من سهولة في تدشين حسابات وصعوبة الحجب من قبل الدولة

[1] عبد الكريم تفرقنيت، المرجع نفسه، ص 129.

والعمل على اختراق القاعدة الشبابية، ويتم استخدام الشبكات الاجتماعية في شن الحملات الإلكترونية المغرضة، ويتم استخدام الصور والفيديوهات المتحيزة لوجهة نظر معينة لشحن الرأي العام والتي قد يتم تركيبها أو اختلاقها أو إعادة استخدامها بشكل يؤثر في تحريك الأحداث. وفي شن الحروب النفسية ونشر الشائعات التي قد تضرب المصالح القومية. [1]

[1] عبد الكريم تفرقنيت، المرجع نفسه، ص 129.

**خلاصة الفصل:**

إن فهم مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة طبيعتها ومميزاتها وسلبياتها يعتبر أساسيًا لفهم تأثيرها على قراءة الصحافة المكتوبة. فبفضل تطور هذه المواقع وانتشارها الواسع، أصبح لها دور كبير في توجيه اهتمامات الجمهور وسلوك القراءة. إن الإيجابيات والسلبيات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة، وبالتالي فهم هذه العناصر سيساعدنا في فهم تحديات وفرص الصحافة المكتوبة في عصر الوسائط الاجتماعية.

# الفصل الثالث

## الصحافة الورقية والمقروؤية

**تمهيد:**

تعد الصحافة الورقية أحد أقدم وسائل الإعلام التي استخدمها البشر لنقل الأخبار والمعلومات والتواصل مع الجمهور. تعتمد الصحافة الورقية على الطباعة والتوزيع الورقي للصحف والمجلات والمطبوعات الأخرى. تاريخ الصحافة الورقية يمتد لقرون عديدة، حيث كانت تعد المصدر الأساسي للمعلومات للجمهور قبل ظهور وسائل الإعلام الرقمية والتكنولوجيا الحديثة.

حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل لثلاث مباحث كالآتي:

- **المبحث الأول: ماهية الصحافة الورقية**
- **المبحث الثاني: وظائف وعوامل نجاح الصحافة الوراقية**
- **المبحث الثالث: المقروئية**

## المبحث الاول: ماهية الصحافة الورقية

تعد الصحافة المكتوبة أحد أقدم وسائل الإعلام التي استخدمت لنقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور. وتعتبر الصحافة الورقية جزءًا هامًا من هذه الصناعة التقليدية. في هذا المبحث، سنستكشف مفهوم الصحافة الورقية ونتعرف على تطورها ونشأتها.

### المطلب الأول: مفهوم الصحافة الورقية

في عالم يسوده التقدم التكنولوجي والرقمي، تعتبر الصحافة الورقية من الوسائل التقليدية لنقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور. تعد الصحف والمجلات التي تنشر على الورق وسيلة تواصل قديمة تحمل معها روح التراث والتاريخ. ومع أن الصحافة الورقية قد تواجه تحديات في عصر الإعلام الرقمي، إلا أنها لا تزال تحتفظ بأهميتها وقوتها في نقل الأخبار بشكل متعمق وتحليلي وتوفير رؤية مختلفة للعالم من حولنا. وفي هذا المطلب سنتطرق لتعريف الصحافة الورقية كالآتي:

**أولا- لغة:** الصحيفة هي مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة وتتضمن أخبار سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ورياضية، وما يتصل بها، فسميت صحيفة وعليها سميت الصحافة والمزاول لها يسمى صحفيا بكسر الصاد أو صحفيا بضم أو فتح الصاد، والتسمية في أساسها من صفحة أو صحيفة أي إحدى وجهي الورقة المكتوبة، وهي التسمية الأكثر ملائمة إلى عالم الصحافة حيث أنها لم تخرج من نطاق الصفحة والصحيفة.[1]

**ثانيا- اصطلاحا:** يركز المفهوم الاصطلاحي للصحافة على الجوانب والأبعاد المختلفة للصحافة كعمل صحفي فني وكعملية تكنولوجية إنتاجية للصحيفة، وكعمل اقتصادي تجاري.

[1] محمود حلم الدين، اساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الثانية، المكتبة المصرية، القاهرة، 2006، ص12.

كذلك الصحيفة هي مهنة البحث عن الحقائق ونشرها بطرق رشيدة تجعلها تنفع المجتمع وتنميه، وهي سابقة لمعظم وسائل الإعلام والتكنولوجيا علما أنها أخذت وأعطت وأثرت وتأثرت بدرجات متفاوتة مع معظم الوسائل الإعلامية الأخرى.

وعرفت الباحثة نوارة فار (2016) الصحافة الورقية بأنها "مطبوعات تصدر بشكل منتظم ودوري، تنشر الاخبار والمعلمات التي تهم المجتمع وفي مختلف المجالات، هدفها خدمة المجتمع عن طريق الوظائف العديدة التي تتميزة بها".[1]

ويضيف عمر الفاروق محجوبي (2018) في نفس السياق بأن الصحافة الورقية هي "تلك الجرائد والصحف الورقية التي يتم إصدارها ونشرها عن طريق مؤسسات إعلامية رسمية".[2]

من خلال ما تم عرضه من التعاريف السابقة للصحافة الورقية يمكن أن نعرفها بأنها "مهنة تهدف إلى البحث عن الحقائق ونشرها بطرق رشيدة ومنتظمة في شكل صحف ومجلات ومطبوعات أخرى. بحيث تعمل على تقديم الأخبار والمعلومات التي تهم المجتمع في مختلف المجالات، وتسعى لخدمة المجتمع من خلال الوظائف العديدة التي تتميز بها. ويتم إصدارها ونشرها عن طريق مؤسسات إعلامية رسمية وتمتلك تأثيرًا كبيرًا على المجتمع وتتفاعل مع تطور وسائل الإعلام والتكنولوجيا".

**المطلب الثاني: نشأة الصحافة الورقية**

تحتل الصحافة المكتوبة مكانة بالغة الأهمية لدى القراء، فهي تنقل الأخبار والأحداث والمعارف المختلفة من مكان إلى آخر.

[1] نوارة فار، تأثير مقرؤوئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2016/2015، ص 15.

[2] عمر الفاروق محجوبي، مقروؤية الصحافية الإلكترونية لدى النخبة الجامعية وانعكاساتها على الصحافة الورقية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2018/2017، ص09.

**أولاً: في العالم**

لقد ظهرت الصحافة في غرب أوربا في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر، وكان لإختراع جوتنبرغ لماكينة الطباعة عام 1450، أثر كبير في تطوير الصحافة وتقدمها واتساع حجمها، وإزدياد أعدادها ومعدلات توزيعها، وقد كانت الصحافة في بدايتها خبرية تعتمد على نشر الأخبار دون تعليق عليها ولم تكن تلك الصحف أداة فعالة لنقل الأخبار لتأثير على الرأي العام بل كانت أخبارها ترتكز على نشاط التجاري، ويرجع ذلك إلى أن ظهور الصحافة قد عاصر تحول المجتمعات من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأسمالي، وظهور الطبقة البورجوازية وقد لبت الصحف في تلك الفترة حاجات هذه الطبقة من أخبار المال والتجارة والأسواق وغيرها.[1]

وقد ظهرت أول صحيفة منتظمة في العالم في بريطانيا عام 1662م باسم الأخبار الأسبوعية، كما ظهرت في فرنسا أول صحيفة عام 1932م هي "الجازيت"، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تأسست أول صحيفة عام 1833م وهي صحيفة نيويورك صن ولم تكن الصحف تحمل أي شيء من الأهمية أو الخطورة بالنسبة للرأي العام، لتدخل السلطة الحاكمة آنذاك في تحديد محتويات تلك الصحف وتحديد ما ينشر ومالا ينشر في الجريدة، ومع نهاية القرن الثامن عشر والنصف الأول من القرن التاسع عشر، تطورت الصحافة مع تطور الصراع الإجتماعي والسياسي في المجتمعات الأوربية التي شهدت سيطرة الطبقة البورجوازية على مختلف النواحي الحياة الإجتماعية والسياسية والإقتصادية، وظهور الفكر الليبرالي الذي بذر بذور الديموقراطية السياسية الحديثة التي تعتمد على النظام النيابي، وتعد الأحزاب وحرية النشاط الإقتصادي، وقد استخدمت الفلسفة الليبيرالية الصحافة في تلك الفترة كأداة تمكنها من تغير المجتمعات الأوربية، ولتحطيم بقايا الفكر الإقطاعي، وبذلك أصبح

[1] جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية اسكندرية، 2010، ص 87.

للصحافة وظيفة ثانية غير وظيفة نشر الأخبار، وهي وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير في تشكيل الرأي العام .

**ثانيا: في الوطن العربي**

عرف الوطن العربي الصحافة المكتوبة لأول مرة خلال الحملة الفرنسية على مصر وبذلك تكون النشأة الأولى لصحافة، خاصة الأجنبية كان هدفها خدمة أغراض سياسية والدعائية للحملة الفرنسية.

أما الصحيفة الأولى الصادرة باللغة العربية في الوطن العربي فقد كانت موضع جدل بين مؤرخي الصحافة العربية خاصة وأن وثائق الحملة الفرنسية على مصر تضمنت مرسوما أصدره الجينرال "مينو" وهو أحد قادة الحملة الذي أعلن إسلامه وتسمى بعبد الله بإصدار صحيفة عربية للحملة تسمى "التنبيه" ولكن صدور هذا المرسوم لا يعني صدور الصحيفة بالفعل.[1]

وتعد أول صحيفة عربية نشأت في عاصمة السلطنة كانت تنشر وقائع الحرب وأحوال بلاد سوريا ولاسيما لبنان وقد تضمنت فصولاً لا تخلو من تقبيح الأتراك والتنديد بأعمال الحكومة العثمانية وتوالت بعد ذلك الصحافة في شكل جرائد ومجلات وتعددت الإصدارات ولعبت دورا كبيرا في تحقيق الإستقلال وبناء الأمة وتماسكها، وتعد مصر أول بلد عربي يعرف الصحافة والتي تتمثل في صحفتي لاديكاد ايجيسيان وكوربيه دولايجبت" بعدها عام 1819م يصدر محمد علي حاكم مصر جريدة الوقائع المصرية وكانت صحيفة رسمية تسجل نشاطات الدولة ومشاريعها وسياستها وتقوم بدعاية لحاكمها، ثم تليها صحيفة "وادي النيل".

أما في السودان فقد شهدت تأخر دخول الطباعة إلى القرن السابع عشر، وكانت البداية تحت الرعاية الحكومة الإستعمارية، وفي عام 1899م أنشأت حكومة السودان جريدة

[1] تيسيير ابو عرجة، دراسات في الصحيفة والاعلام، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2000م، ص30.

الغازيتية العسكرية كانت مواجهة للجيش المصري تطبع في خرطوم من كان بها من جيش ويرى البعض أن الصحافة اللبنانية تدين بمولدها الخليل الخوري الذي أصدر عام 1858م جريدة "حديقة الأخبار" في بيروت، وفي عام 1860م يصدر المعلم بطرس البستاني ثاني جريدة لبنانية تغير سوريا" وكانت تدعو إلى الوحدة الوطنية على أثر المذابح التي حدثت عام 1860م، ويعود ظهور الصحافة في تونس إلى عام 1890م التي أصدرها الرائد التونسي صادق باشا ومازالت هذه الصحيفة تصدر منذ مدة طويلة حتى يومنا هذا، وفي عام 1896م صدرت جريدة لسان الحق لمحمد أبورقيبة، وكانت أول صحيفة صدرت في ليبيا هي جريدة طرابلس الغرب الرسمية" في 1866م وكانت تنشر باللغة العربية والتركية، ونجد أيضا في المغرب نشأة أول صحيفة عربية في مراكش على يد الأنباء اللبنانيين وهي جريدة "المغرب" التي أصدرها عيسى فرح وسليم كسباني وذلك في عام 1889م.

**ثالثا: في الجزائر**

تؤكد الدراسات التاريخية أن الصحافة الورقية لم تكن موجودة في الجزائر قبل سنة 1830م، وكان صدور جريدة "بريد الجزائر" في 1830 من طرف السلطات الفرنسية من أجل رفع معنويات الجيش الغازي، ثم ظهور جريدة "الأخبار" التي بدأت تصدر في مدينة الجزائر سنة 1839، وعرفت رواجا كبيرا حتى 1898م، وهكذا تتكون شيئا فشيئا فوق تراب الجزائري، فصحافة الإستعمارية كانت تكتب باللغة الفرنسية يشرف عليها الفرنسيون من الجالية الإستعمارية ومواجهة لهذه الجالية، رسالتها في خدمة الإستعمار وقوامها الوجود الفرنسي، ومحارية كل مقاومة لهذا الوجود.[1]

ومن أهم الصحف التي ظهرت قبل الإستقلال وهي :

- الصحافة الحكومية 1847.

[1] زهير بوسيالة، الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر دراسة مسحية على عينة من قراء الصحف في الجزائر العاصمة، رسالة لماجيستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص 26.

- الصحافة الأحباب الأهالي 1882.
- الصحافة الأهلية 1893 .
- الصحافة الإستقلالية.1930

وكان النشاط الإعلامي المكثف للمستوطينين مع نهاية التاسع عشر، حوالي 150 صحيفة بالإضافة إلى إسترداد وتوزيع الصحف الصادرة بفرنسا.

أما النشاط الإعلامي المستقيل للجزائريين هو صدور أول صحيفة جزائرية كانت كوكب إيفريقيا" عام 1907م، بينما تؤكد مصادر أخرى أسبقية صحف أخرى مثل : الحق النصيح، المنتخب في مصالح العرب، الأخبار، ذو الفقار والصديق ..... الخ.

وقد عرفت الصحافة الجزائرية بعد الإستقلال عدة تطورات ومن أهم المراحل التي شهدتها تتمثل في:

**المرحلة الأولى (1962-1965):** ظهور عدة جرائد ومجالات منها : (Le Peuple) ومجلة الجيش (Revolution Africaine)، كما تم تأميم اليوميات الفرنسية وتعويضها بيوميات جزائرية تصدر باللغة الفرنسية.

**المرحلة الثانية (1965-1978):** تميزت بتحويل يومية (Le Peuple) إلى ( El Moudjahid) التي أعطي لها دفع كبير لتصبح المسيطرة على ساحة الإعلام المكتوب 230 ألف نسخة.

**المرحلة الثالثة (1979-1989):** ظهور مجلة دينية رسمية (العصر) وبعض المجالات الإسلامية الخاصة (التذكير الإرشاد وبعض الأسبوعيات المنتخب، أضواء المسار المغربي ) الصادرة باللغتين.

**المرحلة الرابعة (1989-1991):** نشأت الصحافة الخاصة والحزبية السبيل، الإرشاد، التضامن، البلاغ .... إلخ، وكانت معظم هذه الصحف ذات مقروئية متواضعة في بدايتها.

وتشهد الساحة الإعلامية اليوم عناوين صحف مختلفة من حيث الصدور والمضمون ومجال الإنتشار ومنها ما هو إمتداد لصحف ،سابقة، ومنها ماهي عناوين قديمة لها تجربة إعلامية طويلة، ومنها ما هو وليد حديث.[1]

**المبحث الثاني: وظائف وعوامل نجاح الصحافة الورقية**

تلعب الصحافة الورقية دورًا حيويًا في توفير المعلومات ونقل الأخبار للجمهور. وتعمل الصحف والمجلات والمطبوعات الأخرى على تحقيق العديد من الوظائف الهامة في المجتمع، بالإضافة إلى العوامل التي تسهم في نجاحها واستمراريتها. في الأجزاء القادمة من هذا المبحث، سنستكشف وظائف الصحافة الورقية والعوامل التي تسهم في نجاحها وتأثيرها على المجتمع.

**المطلب الاول: وظائف صحافة ورقية وخصائها**

تعد الصحافة الورقية ركيزة أساسية في المجتمعات الديمقراطية، حيث تلعب دورًا هامًا في نقل المعلومات ورصد الأحداث والتأثير في صنع القرار. تعتبر الصحف والمجلات الورقية مصدرًا قيمًا للمعرفة والتحليل، حيث تسلط الضوء على القضايا المهمة وتوفر منبرًا للتعبير الحر والنقاش العمومي. كما تمتاز بقدرتها على تقديم تغطية شاملة وعميقة للأخبار، حيث يتعاون فيها فريق من الصحفيين والمحررين والمصورين لجمع المعلومات وتحريرها بدقة وتقديمها بشكل مرئي وجذاب. تسعى الصحافة الورقية لتحقيق المصداقية والموضوعية في

[1] خلاف بومخيلة،جمهور الطلبة الجزائرين وؤسائل الاعلام المكتوبة، دراسة في الاستخدمات واتباعاات طلبة جامعة منتوري قسنطينة- رسالة غير منشورة،مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قسنطينة،2007م،ص124.

تغطيتها، وتلعب دورًا حيويًا في كشف الفساد ومراقبة السلطات والمؤسسات وفي هذا المطلب سنتطرق وظائف الصحافة الورقي وخصائصها.

**أولا- وظائفها:**

أ- **وظائف الصحافة الورقية:** للصحافة الورقية دورا أساسيا في حياة المجتمعات، فهي بمثابة المرأة العاكسة لواقع المجتمع، وتهدف إلى طرح هموم المجتمع لأصحاب القرار، فباعتبارها وسيلة إعلامية لم تعد تقتصر على نقل الوقائع فقط بل تعدت إلى تشكيل هذا الواقع من خلال مجموعة من الوظائف، والتي يمكن تصنيفها على النحو الآتي: [1]

- **الوظيفة الإخبارية:** ظهرت الصحافة الورقية في البداية لتؤدي وظيفة أساسية واحدة وهي نشر الأخبار دون التعليق عليها، وتعتبر وظيفة الإخبار أساسية، حيث يعتبر الخبر أو المعلومة مادتها الأساسية، كما تظهر أهمية هذه الوظيفة في كونها تمنح المواطنين معلومات مفيدة تمكنهم من ممارسة قيادة الرأي من جهة، كما أنها تحقق فائدة للطبقة الحاكمة عند تزويدها بالأخبار لزيادة نفوذها والتأثير على الجمهور عن طريق المراقبة والسيطرة، وإضفاء الشرعية على السلطة، كما يمكن أن تهددها عندما تظهر جوانب الضعف وتظهر الأحوال التي قد الأعداء في نشرها[2]، من خلال هذا المفهوم يتضح أن الإخبار هو أهم وظيفة يمكن من خلالها تواصل الصحافة مع الجمهور، فلا يمكن أن يكون هناك اتصال بين الجمهور والصحيفة إلا من خلال العملية الإخبارية.
- **وظيفة التوعية والتثقيف والتاثير على الرأي العام:** لعبت البرجوازية دورا أساسيا في تطور الصحافة الورقية، وبعد أن ساعدت على ظهور الصحافة الإخبارية ها هي تهيأ لظهور وظيفة أساسية ثانية لا تقل أهمية عن وظيفة نشر الأخبار، فبعد أن كانت الطبقة البورجوازية مالية تجارية تحولت في النصف الأول من القرن التاسع عشر إلى بورجوازية

[1] عزي عبد الرحمان وآخرون، عالم الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1991، ص 11 .

[2] عزي عبد الرحمان وآخرون، المرجع نفسه، ،ص11 .

صناعية، لتستكمل بذلك سيطرتها، وكان سلاحها الفكر الليبيرالي ونزعته التحررية التي تجسدت في جميع الأصعدة تحت لواء الدولة العثمانية، والتحطيم بقايا النظام الإقطاعي المخالف لهذه المبادئ ولإحكام سيطرتها على الفكر الأوروبي، احتاجت الفلسفة الليبيرالية إلى أداة تمكنها من ذلك وكانت الصحف جاهزة الأداء هذه المهمة على أكمل وجه، فاسحة المجال لظهور صحافة الرأي كضرورة حتمية للتأثير في الرأي العام والترويج للإيديولوجية الجديدة، فازدهرت فنون الكتابة الصحفية وعلى رأسها فن المقال الصحفي وظهرت وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير على الرأي العام.[1]

وتتمثل هذه الوظيفة في نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاف خياله وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدرته على الإبداع، إذ تسعى الوسيلة الإعلامية إلى بث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، كما تساعد عملية التنشئة الاجتماعية والمتمثلة في تعليم الخلق الحضاري الملائم للتقدم والتطور عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وتخصصاته، ووظيفة التأثير على الرأي العام تظهر من خلال ما تثيره من مناقشات حول القضايا والمشكلات التي تشغل بال الناس، ومحاولة توجيه الرأي من خلال عملية التحريض والإشاعة والدعاية[2]، من خلال الوظيفة التثقيفية للصحافة الورقية يتم الحفاظ على التراث الثقافي لكل مجتمع، فالوسيلة الإعلامية من خلال برامجها هي التي تقوم بزيادة الوعي وإشباع حاجات الأفراد.

- **الوظيفة الإعلانية للصحافة الورقية:** إن ظهور الإعلان مقترن بظهور الصحف، إلا أن اعتباره كوظيفة من وظائف الصحافة أجل إلى حوالي منتصف القرن التاسع عشر، بسبب فرض الحكومات الضرائب على الإعلانات كوسيلة للحد من نمو الصحافة الورقية، لكن

[1] ذهبية سيدهم، الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامن الصحية في جيردة الخير، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004، ص38.

[2] ابراهيم عبد الله المسلمي، نشاة وسائل اعلام وتطورها، دار الفكر العربي، ط2. القاهرة،مصر،2005ص46.

التطور الاقتصادي الذي حصل في المجتمعات الأوروبية وخاصة بعد الثورة الصناعية انعكس على أهمية الإعلان، حيث ساعد الإعلان على تصريف الإنتاج الذي عرف تزايدا كبيرا، ومع زيادة إيرادات الصحف الأمر الذي أحدث انقلابا في الصحافة أدى إلى ظهور الصحافة الجماهيرية، فهذه الوظيفة تحقق الفائدة لكل من المعلن بالترويج للسلعة والخدمات التي يقدمها وكذا زيادة الطلب على الخدمة، أما بالنسبة للمستهلك أو القارئ فالإعلان يساعده على الاختيار وتسهيل حصول القراء على ما يحتاجون إليه، وبالنسبة للصحيفة فالإعلان يعتبر أكبر مداخيلها، حيث أنه يفوق نسبة 50% من دخلها إضافة إلى التوزيع وعمليات تجارية أخرى قد تقوم بها المؤسسة.[1]

- **وظيفة الشرح والتفسير والتحليل :** إن تقديم الأخبار والمعلومات إلى الجماهير لا يكفي بالرغم من أهمية المعلومة ورغبة المجتمع في الحصول عليها، إلا أن أحداث كثيرة تحتاج للشرح والتوضيح، وعلى هذا الأساس تقوم الصحافة الورقية بالتحليل عن طريق الشرح والتفسير، لأن بعض الأخبار قد يكون فيها الغموض، فتقوم الصحافة الورقية بالتوضيح، والتحليل والتفسير، فهي تستخدم أشكالا عديدة منها: التحليلات الإخبارية، المقالات الافتتاحية الرسوم الكاريكاتيرية الصارخة، الحملات الصحفية، المقالات والأعمدة الصحفية.[2]
- **الصحافة الورقية ووظيفة التسلية:** مع ظهور الصحافة الجماهيرية وانخفاض سعر الصحيفة، وخفض قيمة الاشتراك، ظهرت المنافسة بين الصحف في جذب أكبر عدد ممكن من القراء مما استلزم عليها استحداث مواد صحفية مثيرة تزيد من إقبال القراء على الصحيفة، فظهرت بذلك وظيفة التسلية، وكانت بدايتها المسلسلات والروايات الأدبية الرفيعة، لتصل إلى المسلسلات البوليسية والمغامرات العاطفية أو القصص بمختلف أنواعها، كما ظهرت الكلمات المتقطعة والأبراج وغيرها من الفنون الصحفية التي تستهدف التسلية، من هذا المنطلق فيمكن اعتبار مطالعة الجريدة هي عملية استرخاء في حد ذاتها مهما كان

[1] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب للنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2004،ص230.

[2] اشرف صالح، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة مصر، 2004، ص134.

الهدف منها، ولكن غالبا ما يكون الهدف من قراءة الجريدة الهروب خارج نطاق الواقع اليومي أكثر منه بحثا عن أحداث العالم، فلتطوير محتوى الصحيفة لابد من توفر مضامين إعلامية تجذب القراء وتزيد من نسبة الإقبال على الصحيفة، وكما أن للترفيه أثر نفسي في إبعاد الفرد عن مشكلاته اليومية ومتاعبه فإنه في المقابل قد يزيد من سلبية الأفراد، ومن خلال هذا العرض اتضح أن وظائف الصحافة الورقية تنمو وتزداد بتعدد المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع، إذ تضيف كل مرحلة تاريخية جديدة وظائف أخرى للصحافة الورقية دون أن تلغي الإعلام على جعل المضمون يتسم بحيوية أكثر واقعية قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة، ومساعدة النظام الاجتماعي على تحقيق إجماع أو ثقافة بين أفراد الشعب الواحد، كل هذا يتم عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة بعيدا عن العنف. ومن هنا يمكن القول أن الصحافة الورقية تستخدم كوسيلة تغيير وإقناع وتشكيل رأي عام، مثلما يمكن أن تكون وسيلة لإيصال صوت الشعب إلى السلطة أو مناقشة القضايا السياسية المهمة من خلال مشاركة الأطراف الثلاث السلطة، الشعب، الإعلاميون، وبالتالي الصحافة الورقية مستهدفة من طرف السياسيين لتحقيق الإقناع وتغيير السلوك السياسي لصالحهم، حيث أصبح غالبية السياسيين يحاولون تقديم أفضل ما لديهم من أجل الوصول إلى إقناع الآخر، وأن الإقناع الاجتماعي يشكل الأساس المركزي في الممارسة الحديثة للسلطة. [1]

- **وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:** من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة والصحافة الورقية بصفة خاصة، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام، وإذا هذه الوظائف لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة، التي تعنى بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة، ومهما تعددت

[1] محمد طحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الاردن، 2002، ص103.

أنواع الاتصال الجماهيري، فسيظل هذا الاتصال تحقيق عملية الإقناع ومن ثم محاولة الوصول إلى تغيير السلوك الفردي والجماعي.[1]

- **الوظيفة التاريخية:** مع مرور الوقت وتعدد وظائف الصحافة الورقية وشمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني، صارت الصحافة الورقية تقوم بوظيفة هامة وهي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية، وبالتالي صارت مصدرا من مصادر التاريخ، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية، كما تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع والكشف عن أبعادها ودلالتها، فعن طريق الصحف يستطيع المؤرخ رصد الاتجاهات الفكرية وتكوين مصدر التاريخ أيضا عندما يتعلق الأمر بدراسة الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية لمرحلة من المراحل التاريخية في مجتمع، وهنا تقوم هذه الصحافة بوظيفتين الأولى رصد الوقائع وتسجيلها والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تصبح من مصادر التاريخ، والثانية قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء الوقائع أو القضايا التاريخية.
- **وظيفة التنشئة السياسية والتثقيف السياسي:** التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها أن تتشكل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها، أو تغييرها، والسمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان.[2]

أما الثقافة السياسية فيعرفها "غازي" بأنها مجموعة القيم والأفكار والمعتقدات التي تتبلور في مجمع يتميز في ضوئها عن المجتمعات الأخرى، وهي العامل الذي يؤثر في الأفراد من خلال القيم، لبناء سلوك سياسي اتجاه السلطة السياسية، مع التأثير في اتجاهات السلطة نحو الأفراد، وترتبط الثقافة السياسية بأداة مهمة أخرى من أدوات التنمية السياسية هي

[1] المرجع نفسه. ص 88.

[2] صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الاردن، 2002، ث 63.

التنشئة التي تعني اكتساب الإنسان للأفكار والقيم بفعل تكوينه وتربيته لتحمل موقف اجتماعي معين، فالتنشئة والثقافة أدوات متفاعلة لبناء السلوك السياسي.[1]

يمكن القول، أن الصحافة الورقية تستطيع أن تقوم بدور مهم في التنشئة السياسية، من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة، أو من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم السياسية.

- **الصحافة الورقية وصنع القرار السياسي:** عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وتعرف بأنها العملية التي تم اختيار من خلالها مشكلة لتكون موضوعا لقرار ما، وينتج عن ذلك الاختيار ظهور عدد من البدائل، يتم اختيار أحدهما لوضع موضوع التنفيذ والتطبيق.[2]

ويرى الدكتور "ربيع" أن القرار السياسي يعني إرادة أو عمل إداري من جانب السلطة يتجه نحو معانقة الواقع، ويفترض وجود مشكلة معينة تحددت زمانا ومكانا وموضوعا، وأن القرار من ثمة هو تصميم إرادي يمين الانتقال من الإطار المجرد الذي يمكن أن نصفه بأنه عالم الغايات والأهداف إلى الواقع الذي نستطيع أن نحدده بأنه مشكلة أو عقبة أو صعوبة واجهت القيادة السياسية وتعين تصفيتها.

وتتضح أهمية الصحافة الورقية في عملية صنع القرار السياسي من خلال ما يلي:

أنها تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم، تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل النقاش الجماهيري والرأي العام، توفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة

[1] غازي فيصل،التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة بغداد، دمشق 1993، ص 44.
[2] محمد فلحي، مرجع سابق، ص 95.

السياسية، داخل الحكومة وخارجها، ومن خلالها تتاح الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهاجمة مواقف معارضيهم، تتيح للمسؤولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور بعرضهم المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية، كما تؤثر الصحافة الورقية في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض سياسات القادة والحكومات، ولا ينكر ما لها من دور في إحداث تغييرات جذرية في السياسات وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشكلات التدخل الحكومي أو بنشرها لمطالب الرأي العام.[1]

وخلاصة القول أن الصحافة الورقية تؤدي دورا مؤثرا في عملية صنع القرار السياسي، فهي تنقل المعلومات السياسية لصناع القرار السياسي، وكذلك للمواطنين وأي تشويه في المعلومات يؤثر في صنع القرار السياسي، كما أنها يمكن أن تطرح بعض البدائل التي يمكن أن يختار بينها صانع القرار السياسي، وتؤثر في مرحلة تكوين ونقل المطالب السياسية إلى صناع القرار، وتؤثر في إدراك صناع القرار للرأي العام، فقد يستخدمها صناع القرار للتأثير في الرأي العام من أجل خلق المساندة اللازمة لقراراتهم.

**ثانيا- خصائص الصحافة:**

هناك العديد من الخصائص التي تقسم بها الصحافة وبخاصة المطبوعة ومنها:

أ- **غلبة المحتوى الخبري:** فعلى الرغم من أن الصحف تشتمل في الغالب على الآراء والإعلانات والمواد الإستقصائية وغيرها إلا ان المحتوى الإخباري يلقي بظلاله على مضمونها لأن الصحف تهدف في المقام الأول لنشر الأخبار، وهو أمر تشترك فيه الصحافة الورقية والإليكترونية وإن كانت تختلف حسب دورية الصدور، فالصحف الأسبوعية مثلا تميل إلى مواد الرأي أكثر من المواد الخبرية، وكذلك الأمر فيما يتعلق بالصحف الشهرية أو الفصلية.

[1] محمد فلحي، مرجع نفسه، ص 96.

**ب – دورية الصدور:** فقد تنشر الصحف بشكل يومي أو أسبوعي أو شهري، ولكن يجب أن تتسم بدورية الصدور وبشكل منتظم، وهذا بالنسبة للصحافة الورقية أما الصحف الإليكترونية فإنه يجب أن يتم تحديثها بشكل دوري يختلف من صحيفة الأخرى. [1]

**ت – يمكن الرجوع إليها في المستقبل:** فالصحف هي عبارة عن وسيط مطبوع، وبالتالي فإنه يمكن الرجوع إليها في المستقبل، وهذه القدرة على الأرشفة تجعل الصحف واحدة من المصادر الرئيسية للبحث التاريخي، وفيما يتعلق بالصحافة الإليكترونية فإنه يمكن الرجوع إلى مضمونها أيضا من خلال الأرشيف الإليكتروني الخاص بالمواقع الصحفية الإليكترونية.

**ث– اختيار وقت الإستخدام:** وذلك على عكس التليفزيون والراديو حيث يمكن أن نقرأ الصحف في أي وقت. ففي حين يفضل البعض قراءة الصحف في الصباح يفضل البعض

الآخر قراءتها في المساء، وهو الأمر الذي يسهم بدوره في ارتفاع شعبية الصحافة، وكذلك الأمر فيما يتعلق بالصحافة الإليكترونية والتي تكون متاحة في كل الأوقات طالما توفر الوسيط الذي يتم استخدامه لقراءتها .

**ج– وسيط مقروء:** وذلك خلافا للراديو والتليفزيون أيضا، فالصحف تتطلب من جمهورها

أن يجيدوا القراءة أو على الأقل يكون من يساعدهم في قراءتها أو يقرؤها عليهم.

**ح– انخفاض التكلفة:** بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى فإن الصحيفة وسيلة فعالة من حيث التكلفة، وذلك بخلاف وسائل الإعلام الأخرى مثل الراديو والتلفزيون والتي تتطلب تكلفة أعلى.

**خ– تعدد المستخدمين:** حيث يمكن للصحيفة الواحدة أن يقرؤها أكثر من شخص في وقت واحد أو بشكل منفصل.

[1] شرقي فاطنة، اثر التكنولوجيا في انتاج المعلومة في مضمون الصحافة المكتوبة الجزائرية، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر –3–، الجزائر، 2019/2018، ص 119.

**د وسيط نصي:** فالنص المكتوب هو جوهر الصحيفة وذلك على الرغم من أنها قد تشتمل على الصور والرسوم في حالة الصحف الورقية بالإضافة إلى الوسائط المتعددة بالنسبة للصحافة الإلكترونية.[1]

**المطلب الثاني: الصحافة الوراقية وعوامل نجاحها**

لتحقيق نجاح الصحافة الورقية، هناك عدة عوامل يجب أخذها في الاعتبار. تأتي هذه العوامل من جوانب مختلفة تتعلق بالمحتوى والتوزيع والقراءة والاستدامة. فيما يلي بعض العوامل المهمة التي تسهم في نجاح الصحافة الورقية:

**أولا- المصداقية والجودة:** يعتبر الحفاظ على المصداقية وتقديم محتوى ذو جودة عالية أمرًا حاسمًا. يجب على الصحف والمجلات الورقية السعي للدقة والموضوعية في تغطية الأخبار وتحليلها، وتقديم مصادر موثوقة للمعلومات. تكون الأخبار الموثوقة والمحتوى ذو الجودة هامة في بناء الثقة مع الجمهور.

**ثانيا- التنوع والاهتمام بالقضايا المهمة:** يجب على الصحافة الورقية أن تكون متنوعة في محتواها وتغطي مجموعة واسعة من القضايا والمواضيع التي تهم الجمهور. يجب أن تراعي الاهتمام بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها، وتلبية احتياجات القراء المتنوعة.

**ثالثا- التفاعل مع القراء:** يعتبر التفاعل مع القراء أحد العوامل الحاسمة لنجاح الصحافة الورقية. يجب على الصحف والمجلات أن تسمح للقراء بالتعبير عن آرائهم ومشاركة تعليقاتهم وأفكارهم. يمكن أن تتيح وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا قنوات للتفاعل مع القراء وتلقي ردود فعلهم.

**رابعا- التوزيع الفعال:** تعتمد نجاح الصحافة الورقية على وجود قنوات توزيع فعالة. يجب

[1] شرقي فاطنة، مرجع نفسه، ص120.

أن تتمكن الصحف والمجلات من الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع، وتوفير طرق سهلة للحصول على المنتجات الورقية، سواء من خلال البيع في المتاجر أو التوزيع المنظم.

**خامسا- الابتكار والتكنولوجيا:** يمكن للاستفادة من التكنولوجيا والابتكار أن تسهم في تحسين وتعزيز الصحافة الورقية. من خلال تبني أدوات وتقنيات جديدة، مثل تطبيقات الجوال والتفاعل الرقمي والواقع المعزز، يمكن للصحف والمجلات الورقية الوصول إلى جمهور أوسع وتوفير تجارب قراءة مبتكرة.

وفي الأخير يمكن القول أن التركيز على المصداقية والجودة، وتغطية قضايا متنوعة ومهمة، والتفاعل مع القراء، والتوزيع الفعال، والابتكار واستخدام التكنولوجيا عوامل حاسمة في تحقيق نجاح الصحافة الورقية.

**المبحث الثالث: المقروئية**

تعتبر المقروئية أحد المفاهيم الهامة في مجال الصحافة والنشر، حيث تركز على قدرة النص المكتوب على أن يكون سهلاً ومفهومًا للقارئ. تعتبر المقروئية عنصرًا أساسيًا في تقديم المعلومات والأخبار بطريقة فعالة وملائمة للجمهور المستهدف.

**المطلب الاول: مفهوم المقروئية**

تعد المقروئية مفهومًا أساسيًا في عالم الكتابة والنشر، حيث يرتبط بفهم واستيعاب المحتوى المكتوب بسلاسة وفاعلية. تمثل المقروئية قدرة القارئ على استيعاب النصوص والمقالات بسهولة وفهمها بشكل كامل. إنها تعكس قوة التواصل وفعالية التعبير، وتساعد على نقل الأفكار والمعلومات بشكل واضح ومؤثر. سواء كان النص طويلاً أو قصيرًا، تعتبر المقروئية أحد المعايير الأساسية لتقييم جودة الكتابة وتأثيرها على القارئ. وفي هذا المطلب سنتطرق مختلف التعاريف التي شملت المقروئية.

أ- **لغة:** معلوم أن (مقروء) وزنها مفعول من الفعل المبني لغير المعلوم (قرئ) أما (القراء) فوزنها (الفعال) ملحوظ فيه (المطاوعة) مثل انكسار وانحدار اي ملحوظ فيه المرونة والسلاسة مع التخرج والسير.[1]

**ب- اصطلاحا:** المقروئية ظل يشغل اهتمام الباحثين والعلماء في مختلف المجالات وذلك من خلال البحث عن العوامل التي تؤثر على المقروئية، حيث حاولنا في هذا الجزء الإلمام بالعناصر المهمة لموضوع المقروئية، من مفهوم وتطور وغيره .

ويعرفها "كلير" بأنها: "طريقة لتقدير النجاح المحتم الذي سوف يحققه القارئ في قراءة وفهم قطعة مكتوبة"، فهي وسيلة علمية تتوقع بناءا على قياس علمي إحصائي لمجموعة من العوامل داخل النص – مدى صعوبة أو سهولة نص مكتوب لمستوى معين من القراء، وصيغة المقروئية تقيس النص المفحوص فقط ولا تجري الاختبار على القراء أنفسهم.[2]

وتضيف الباحثة الزهرة قريصات (2013) في نفس السياق بأن المقروئية هي "القيام بفعل القراءة بكل ما يحمله المعنى من تعقيد الإطلاع والفهم والاستثمار لما قرأ بطريقة سليمة".[3]

ويمكن القول أن المقروئية تعني أن تكون المادة المقروءة ملائمة لقدرات القارئ على القراءة والجذابة إلى المقروء وفهم معنى ما يقراء أي تكون المادة المكتوبة ضمن حدود قدرة من كتبت لهم فيقرؤونها ويفهمونها بيسر وسهولة وعلى الرغم من أن استعمال مصطلح المقروئية يبدوا حديثا إلا أن الاهتمام به له جذوره القديمة والتي تتمثل في تسهيل أسلوب الكتابة وتذليل الصعوبات.[4]

---

[1] حسن عبد الباري عصر، قضايا في تعليم اللغة العربية وتدريسها، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1999، ص267.

[2] عبد العزيز ضيف الله، مقرونية النصوص الاعلامية الالكترونية، رسالة الماجستير في الاعلام قسم الاعلام، جامعة الاعلام" محمد بن سعود الاسلامية"، 1430هـ، ص28.

[3] الزهرة قريصات، آليات تحفيز المقروئية عند الطالب الجامعي، مجلة الخلدونية، المجلد 06، العدد 01، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2013، ص 506.

[4] ابو سكينة نادية علي، انقرائية المفردات والجمل في الكتب المطورة للمرحلة الابتدائية، مصر، 2009، ص189.

إذن قضية المقروئية قضية حقيقية، وعلى مجتمعنا غير مؤسساته التعليمية والثقافية، وعلى الكتاب الناشرين أن تحل هذه القضية بطريقة مرضية وقابلة للتطبيق.

فالمقرئية تطلق على كل النصوص المكتوبة والعوام التي تجعلها سهلة ومفهومة لدى القارئ أو القراء المقرؤية أو الانقرانية هي "الحد الذي تجده عنده فئة من الناس المادة المقروءة جذابة ومفهومة".[1]

من خلال التعاريف التي تطرقنا لها يمكننا تعريف المقروئية بأنها " القدرة على تقدير وفهم المادة المكتوبة بسهولة واستيعابها بصورة سليمة. بحيث تشمل عدة جوانب، مثل سهولة القراءة والفهم، الجاذبية للمادة المقروءة، وتناسبها مع مستوى القارئين واحتياجاتهم. كما أنها تعتبر قضية حقيقية تتطلب اهتمامًا من المؤسسات التعليمية والثقافية، ويتحمل الكتاب والناشرين مسؤولية توفير المواد المقروءة بطريقة تلبي تلك القضية بطريقة مرضية وقابلة للتطبيق.

**المطلب الثاني: عوامل زيادة المقروئية الجديدة**

هناك عدو عوامل من شأنها أن تزيد من مقروئية الصحيفة وتتمثل فيمايلي:

1- **عامل التقديم:** وتتضمن مجموعة من المبادئ التي تمثل أسس الكتابة الواضحة وهي: .

- الجمل القصيرة حيث أن الجمل الطويلة في الكتابة تصعب من استيعاب القارئ للنص
- تفضيل الكلمات الشائعة.
- استعمال مصطلحات يستطيع القارئ ادراكها.
- تفضيل الأسلوب البسيط على المعقد.

2- **عامل المحتوى** : ويتضمن تنوع الموضوع (خارجي داخلي، سياسي، اقتصادي، اجتماعي) حيث وجد الباحثون أن الموضوعات المادية والشخصية تكون أسهل في الفهم من

[1] كريمة كمال عبد اللطيف، انقرائية الصحف الالكترونية العربية، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الزقازيق، 2010، ص61.

الموضوعات الأخرى وبالتالي تأخذ حظ كبير من حجم المقروئية باختلاف الموضوعات الأخرى.

3- **عامل السياق:** يشمل العناوين بحيث كلما تمكن المحرر من كتابة عنوان الحبر بطريقة فنية تجذب القارئ كلما زاد اهتمام القراء أكثر بعرضه.

ويشمل أيضا الصور والرسومات التي تعطي انطباعا جيدا للقارئ، حيث يجعله يتصور الحدث بشكله الواقعي

4- **عامل الجمهور (القراء):** ويشمل المعرفة السابقة التعليم المستوى الاجتماعي، النوع، الاستخدامات واشباع الحاجات والاهتمامات، حيث أنه كلما كانت الأخبار تقترب من القارئ كأن تتناسب مع مستواهم التعليمي والثقافي، ويخدم مصالحهم كلما كانت لهذه الموضاع حض كبير من المقروئية.[1]

5- **عامل تأثير المصدر** : كلما ازدادت مصداقية المصدر لدى لجمهور ازداد انتباهه وادراكه للمادة الصحفية وبالتالي زيادة حجم مقروئية الأخبار التي يرى الجمهور أنها من مصادر ذات مصداقية، كما أن الجمهور يقبل على قراءة الصحف بناء على عدة عوامل نفسية هي:

1. حب الاستطلاع( رغبة الانسان في المعرفة): أن القارئ فضولي بطبعة يدفعه الفضول إلى المعرفة، ماذا يفعل الآخرون، وماذا يقولون، وهذا ما يدفعه إلى اكتشاف محيطه وهذه الرغبة تختلف من شخص لآخر، فهناك فئات يتصفون بالفضول وحب الاستطلاع أكثر من غيرهم، فكلما زاد التعليم والعمر ارتفع حب الاطلاع لدى الفرد.

- ولكي يقوم المخبر باشباع رغبة القارئ يجب أن يركز على النقاط التالية:

[1] فاطمة لعتر، مقرئوية الصحف الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، الجزائر، 2021-2022، ص29.

- أن تتضمن المادة الاخبارية زمن الواقعة (مكانها وتاريخها).
- مناقشة التطورات المستقبلية التي التي من المتوقع حدوثها نتيجة الحدث
- تقديم خلفية الموضوع (تقديم عنصر الالهام في الواقعة).
- تقديم البيانات والأرقام والنسب والاحصائية التي تؤكد جانب الحدث.
- وصف وقائع الحدث مع تدعيمها بما يؤكد النقاط والجوانب التي اشتمل عليها الحدث

2. القرب (القرب الجغرافي والنفسي والعاطفي) : يهتم القراء في العادة بالبيئة المحيطة بهم والمجتمع الذي يعيشون فيه، فمقروئية القراء لأخبار بيئتهم أكبر من مقر ونيتهم للأخبار الخارجية عن محيطهم، وهناك القرب النفسي والعاطفي الذي لا يتعلق بمنطقة دون غيرها حيث يميل القارئ إلى معرفة أخبار المجتمع الذي ينتمي اليه، وتولد لدى الفرد رغبة في مراقبة البيئة والتواصل والتفاعل الاجتماعي والحاجة إلى الأمن والاستقرار.

3. الاحساس بالمشاركة والقضاء على العزلة: تحرص الصحف على الأحداث وتطوراتها وتعريف القراء بما يدور حولهم، وكذا ادخالهم كطرف مشارك في الحدث أو الخبر وهذا ما يقوي غريزة الاحساس والمشاركة من أجل القضاء على العزلة. [1]

4. تحقيق الجزاء العاجل والجزاء الأجل: يميل القارئ أكثر إلى الأخبار التي تحقق له جزاءان وهما:

- الجزاء العاجل: وهو جزاء نفسي يتمثل في أخبار الجريمة والحوادث والكوارث والفساد والرياضة والاهتمامات الانسانية.
- الجزاء الأجل وهي أخبار الشؤون الاقتصادية والعامة والتعليم، ويبدوا هذا واضحا لدى القراء ذوي المستوى المنخفض من التعليم، والثقافة.

[1] فاطمة لعتر، مرجع نفسه، ص 30.

5. الاهتمام بموضوعات الصراع: حيث يهتم القراء باخبار الصراع التي تمنح الحياة الطابع الدرامي، وانه لابد ان تشبع الصحف رغبة القارئ في تتبع هذ االجانب الدرامي من الحياة[1]

[1] المرجع نفسه، ص31.

**خلاصة الفصل:**

تلعب الصحافة الورقية دورًا هامًا في نقل المعلومات وتشكيل الرأي العام. تعتبر الصحف والمجلات والمطبوعات الأخرى جزءًا من الثقافة المطبوعة، وتوفر تجربة قراءة فريدة وملموسة. تعمل الصحافة الورقية على تلبية احتياجات القراء من خلال تقديم المحتوى المتخصص والتحليل العميق والتعمق في المواضيع المهمة. تحظى الصحافة الورقية بعدد من العوامل التي تساهم في نجاحها، مثل الجودة العالية للمحتوى والمصداقية والتحقق من الحقائق. بالإضافة إلى ذلك، فإن المقروئية تعتبر عاملًا هامًا في تقييم نجاح الصحافة الورقية، حيث تسعى الصحف والمجلات إلى زيادة نسبة المقروئية من خلال استراتيجيات التوزيع والتسويق والتفاعل مع الجمهور.

# الفصل الرابع

## الإطار الميداني للدراسة

**تمهيد:**

تعد الدراسة الميدانية الجزء الأهم في البحوث الاجتماعية والإنسانية، بكونها تدعم الجانب النظري وتسمح للباحث بإكتشاف جوانب مهمة في البحث العلمي، وكذا الاحتكاك مع مفردات عينة الدراسة، والوصول إلى نتائج الدراسة.

ففي الجانب الميداني تبرز قوة الباحث، وقدرته على التحليل والتفسير والاستنتاج، وبالتالي الوصول إلى النتائج العلمية أكثر دقة وموضوعية، يتوج بها الباحث مسيرته البحثية للظاهرة محل الدراسة.

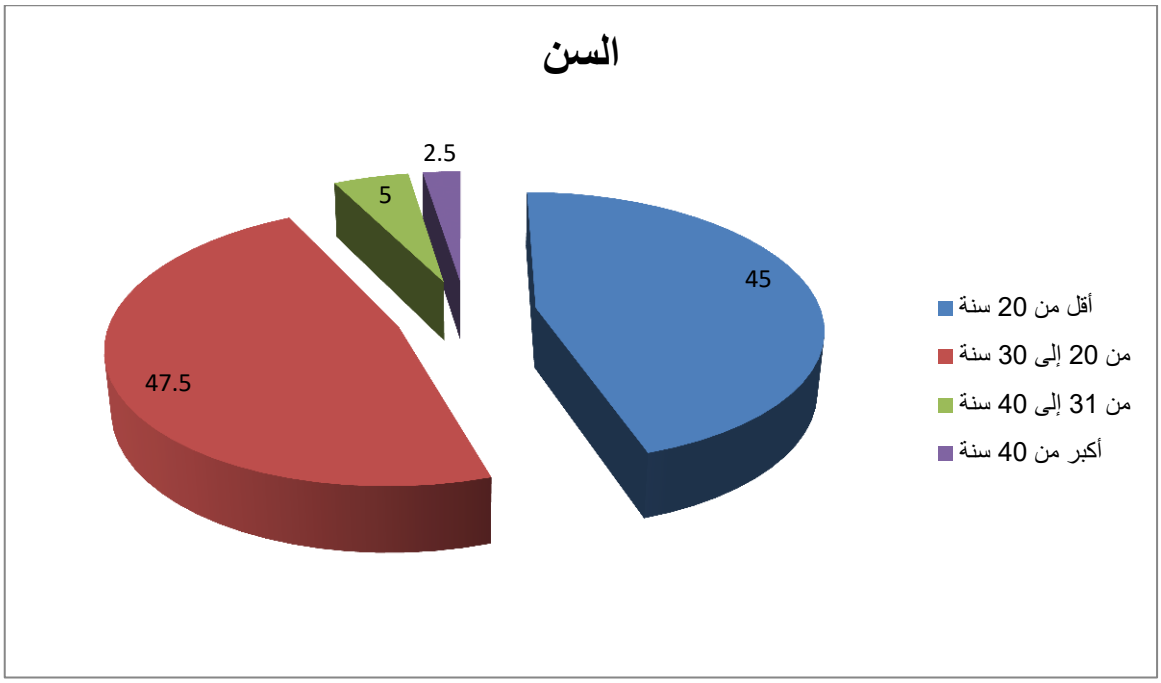
## المبحث الأول: عرض نتائج صحيفة الاستبيان

في هذا المبحث، سنقدم عرضًا لنتائج صحيفة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة من المشاركين. سنقدم تحليلاً وافياً للنتائج المتعلقة بموضوع تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة.

### المطلب الأول: عرض نتائج محور البيانات الشخصية

**جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر**

| العمر | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| أقل من 20 سنة | 18 | %45 |
| من 20 إلى 30 سنة | 19 | %47,5 |
| من 31 إلى 40 سنة | 02 | %5 |
| أكبر من 40 سنة | 01 | %2.5 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |



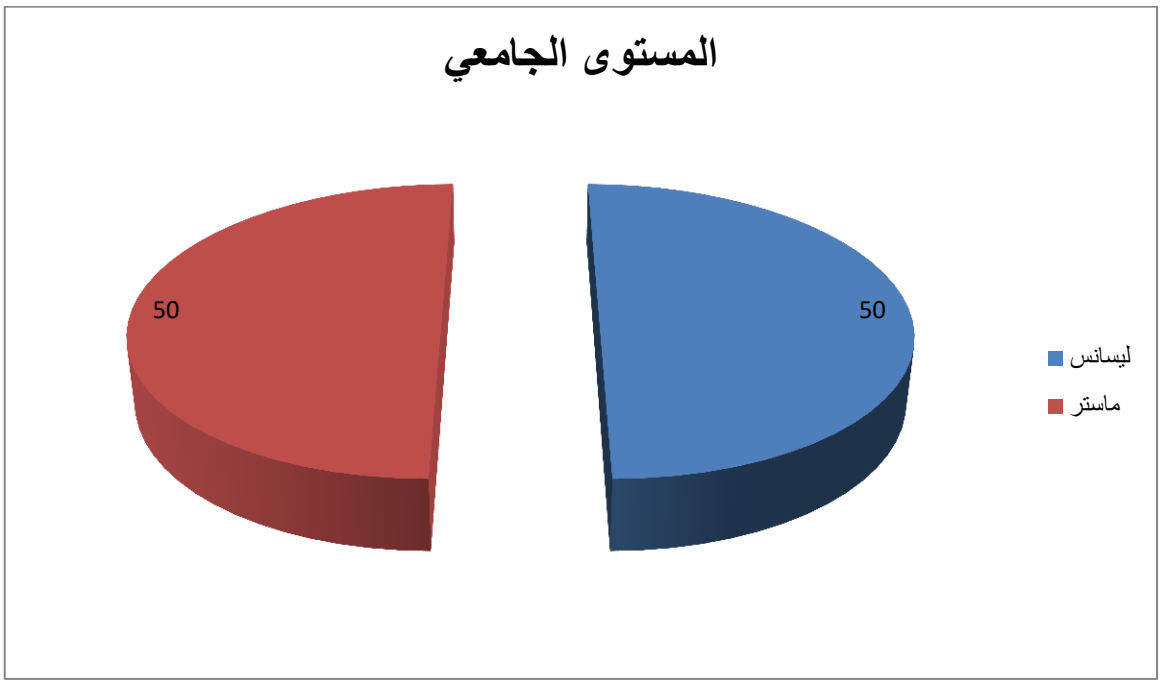

**الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر**

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن أن الفئة العمرية "من 20 إلى 30 سنة" تمثل النسبة الأعلى في العينة بنسبة 47.5٪، وهذا يشير إلى وجود توزيع كثيف للأفراد في هذا النطاق العمري. بينما تكون الفئات العمرية "أقل من 20 سنة" و"من 31 إلى 40 سنة" أقل انتشارًا في العينة بنسبة 45٪ و5٪ على التوالي. أما فئة العمر "أكبر من 40 سنة" فتكون الأقل تمثيلاً بنسبة 2.5٪.

وبناءً على هذا التحليل، يمكن القول إن العينة تتركز بشكل رئيسي في فئتي العمر "من 20 إلى 30 سنة" و"أقل من 20 سنة"، وتكون هناك نسب أقل للفئات العمرية الأخرى.

**جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.**

| المستوى الجامعي | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| ليسانس | 20 | %50 |
| ماستر | 20 | %50 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

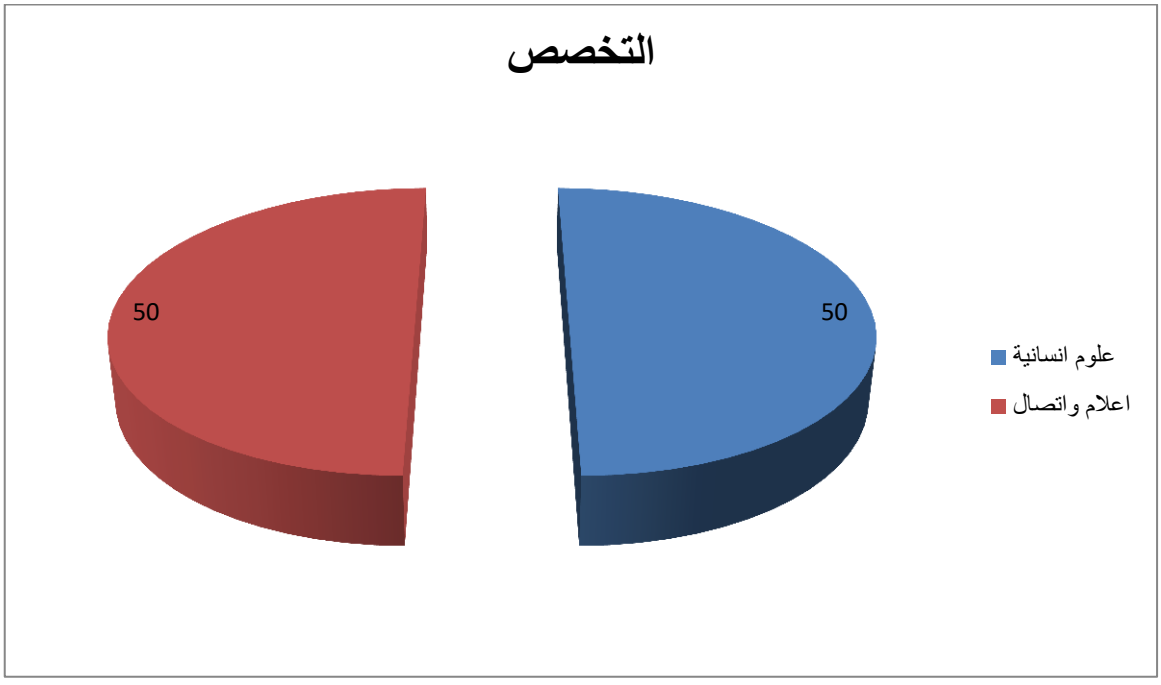



**الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.**

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (02) أن العينة مؤلفة من 40 فردًا، وتنقسم العينة بالتساوي بين المستويات الجامعية "ليسانس" و"ماستر "، حيث تحتل كل من الفئتين "ليسانس" و"ماستر" نصيبًا متساويًا في العينة بنسبة 50٪ لكل منهما. يعني ذلك أن هناك 20 فردًا في كل فئة. وبالتالي، يُمكن اعتبار أن الفئتين "ليسانس" و"ماستر" لهما نفس الوزن والتمثيل في العينة.

**الجدول رقم (03): توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص**

| التخصص | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| علوم انسانية | 20 | %50 |
| اعلام واتصال | 20 | %50 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |




**الشكل رقم (03): توزيع مفردات العينة وفق متغير التخصص**

يتضح من خلال الجدول رقم (03) أن الفئتين علوم إنسانية واعلام واتصال متساوتين حيث بلغت نسبة كل واحدة منهما 50%.

**المطلب الثاني: عرض نتائج محور تأثير تصفح وسائل التواصل الإجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة**

**الجدول رقم (04): تأثير تصفح وسائل التواصل الإجتماعي على توجهي نحو قراءة الصحف المكتوبة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 30 | %75 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 6 | %15 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) أن 75٪ من الأفراد الذين أجابوا على السؤال أبدوا توجهًا إيجابيًا نحو قراءة الصحافة المكتوبة، حيث أجابوا بـ "نعم". يشكل هؤلاء الأشخاص النسبة الأكبر في العينة. وفي المقابل، أجاب 15٪ من الأفراد بـ "أحيانًا"، مما يشير إلى وجود تأثير متوسط أو متقلب لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجههم نحو قراءة الصحافة المكتوبة. كما أجاب 10٪ من الأفراد بـ "لا"، مما يشير إلى توجه سلبي أو عدم الاهتمام بالصحافة المكتوبة.

ومنه نستنتج أن تصفح وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير قوي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة، حيث يؤكد غالبية الأفراد على رغبتهم في قراءة الصحافة المكتوبة. ومع ذلك، فإن هناك جزءًا من الجمهور يبدي تأثيرًا متوسطًا أو متقلبًا، في حين يوجد أيضًا جزء صغير لا يظهر اهتمامًا بالصحافة المكتوبة.

**جدول رقم (05): أجد نفسي أكثر ميلا لقراءة الأخبار والمقالات على وسائل التواصل الإجتماعي بدلا من الصحف**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 38 | %95 |
| لا | 0 | %0 |
| أحيانا | 2 | %5 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول (05) أن 95٪ من الأفراد الذين أجابوا على السؤال يعبّرون عن ميلاً لقراءة الأخبار والمقالات على وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من الصحف، حيث أجابوا بـ "نعم". يشكل هؤلاء الأشخاص النسبة الأكبر في العينة. وبالمقابل، لم يجب أي شخص بـ "لا"، مما يعني أنه لا يوجد أي فرد في العينة يفضل قراءة الصحف على وسائل التواصل الاجتماعي. فيما نجد 5٪ من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، وهذا يشير إلى أنهم يستخدمون كلتا الوسيلتين في بعض الأحيان وقد يختلف تفضيلهم بناءً على الظروف أو المحتوى المتاح.

ومنه نستنتج أن الأفراد في العينة يميلون بشكل كبير لقراءة الأخبار والمقالات على وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من الصحف التقليدية. هذا يعكس التغيرات الكبيرة في عادات القراءة والتوجه نحو الوسائط الرقمية والاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والأخبار.

**الجدول رقم (06): أعتقد أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشتت إهتمامي ويقلل من وقتي المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 24 | %60 |
| لا | 6 | %15 |
| أحيانا | 10 | %25 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) أن 80% من الأفراد الذين أجابوا يعتقدون أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشتت اهتمامهم ويقلل من وقتهم المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة. هؤلاء الأشخاص يجيبون بـ "نعم" على هذا الاعتقاد ويشكلون النسبة الأكبر في العينة. بينما لا يعتقد 10% من الأفراد في العينة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشتت اهتمامهم أو يقلل من وقتهم المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة، حيث أجابوا بـ "لا." وهناك 10% من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مشيرين إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد يؤثر بعض الأحيان على تركيزهم ووقتهم المخصص للصحافة المكتوبة.

ومنه نستنتج أن هناك اعتقاد منتشر بين الأفراد في العينة بأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر سلبًا على تركيزهم ووقتهم المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة. قد يكون هذا يعكس التحول في عادات القراءة والتركيز نحو الوسائط الرقمية والتحول في استهلاك المعلومات والأخبار.

**الجدول رقم (07): أعتبر محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وتشويقا بالمقارنة مع محتوى الصحافة المكتوبة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 30 | %75 |
| لا | 6 | %15 |
| أحيانا | 4 | %10 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال الجدول رقم (07) يتضح لنا أن 75% من الأفراد الذين أجابوا يعتقدون أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وتشويقًا مقارنةً بمحتوى الصحافة المكتوبة. هؤلاء الأشخاص يجيبون بـ "نعم" على هذا الاعتقاد ويشكلون النسبة الأكبر في العينة. بينما يعتقد 15% من الأفراد في العينة أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي ليس أكثر جاذبية وتشويقًا مقارنةً بمحتوى الصحافة المكتوبة، حيث أجابوا بـ "لا." وهناك 10% من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مشيرين إلى أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون أحيانًا جاذبًا وتشويقًا أكثر من محتوى الصحافة المكتوبة.

ومنه نستنتج أن هناك اعتقادًا منتشرًا بين الأفراد في العينة بأن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يكون أكثر جاذبية وتشويقًا مقارنةً بمحتوى الصحافة المكتوبة. قد يعزى ذلك للطبيعة التفاعلية والسرعة في تحديث المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الاهتمام بالمحتوى القصير والصور والفيديوهات المشوقة.

**الجدول رقم (08): ألاحظ أنني أعتمد بشكل كبير على مصادر الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الأجتماعي وأتجاهل الصحافة المكتوبة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 22 | %55 |
| لا | 6 | %15 |
| أحيانا | 12 | %30 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (08) أن 55% من الأفراد الذين أجابوا يعتمدون بشكل كبير على مصادر الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويتجاهلون الصحافة المكتوبة. هؤلاء الأشخاص يجيبون بـ "نعم" على هذا الاعتماد ويشكلون النسبة الأكبر في العينة. بينما يعتقد 15% من الأفراد في العينة أنهم لا يعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات، حيث أجابوا بـ "لا."

وهناك 30% من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مشيرين إلى أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي والصحافة المكتوبة على حد سواء كمصادر للأخبار والمعلومات.

وعليه نستنتج أن هناك توجهًا نحو اعتماد مصادر الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير وتجاهل الصحافة المكتوبة لدى جزء من الأفراد في العينة. يمكن أن يرجع ذلك إلى سهولة الوصول إلى المعلومات والأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتوفرها بشكل مستمر، بالإضافة إلى التفاعلية والتواصل الاجتماعي الذي يتيحها هذا النوع من المنصات.

**المطلب الثالث: عرض نتائج محور تأثير الإنتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة**

**الجدول رقم (09): أعتقد أن إنتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي يجعلني أقل رغبة في البحث عن مصادر أخبار متنوعة**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 26 | %65 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 10 | %25 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال نتائج الجدول رقم (09) يظهر لنا أن 65% من الأفراد الذين أجابوا يرون أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر سلبًا على رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. هؤلاء الأشخاص يعتبرون أن الوسائل الاجتماعية توفر الأخبار بشكل سريع ومباشر، مما يقلل من حاجتهم للبحث عن مصادر أخبار متعددة. وبالمقابل يوجد (25%) من الأفراد أجابوا بـ "أحيانًا"، ويشعرون بتأثير متقلب للانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. يمكن أن يتأثر توجههم بالاعتماد على الوسائل الاجتماعية للحصول على الأخبار في بعض الأحيان ويبحثون في أحيان أخرى عن مصادر مختلفة. بينما 10% من الأفراد الذين أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم لا يرون تأثيرًا للانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. هؤلاء الأشخاص قد يفضلون الاعتماد على مصادر أخبار مختلفة ومتنوعة بغض النظر عن سرعة انتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ومنه يمكننا القول أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل ملحوظ على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، إذ يجدون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر الأخبار بشكل سريع ومباشر. ومع ذلك، لا يمكن إغفال الأفراد الذين لا يرون تأثيرًا كبيرًا للوسائل الاجتماعية والذين يفضلون الاعتماد على مصادر أخبار متنوعة بشكل منتظم.

**الجدول رقم (10): أشعر أن وسائل التواصل الإجتماعي توفر لي ما يكفي من المعلومات والأخبار بحيث لا حاجة للبحث عن مصادر أخرى**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 18 | %45 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 18 | %45 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لما من تحليل الجدول رقم (10) أن 45% من الأفراد الذين أجابوا يشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم ما يكفي من المعلومات والأخبار، وبالتالي لا يرون حاجة للبحث عن مصادر أخرى. هؤلاء الأشخاص يفضلون الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والأخبار. بينما 45% من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، ويشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم بعض المعلومات والأخبار، لكنهم قد يحتاجون أحيانًا للبحث عن مصادر أخرى للحصول على معلومات أوسع وأكثر تنوعًا. ومن ناحية أخرى، 10% من الأفراد أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم لا يشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم ما يكفي من المعلومات والأخبار، وبالتالي يشعرون بالحاجة للبحث عن مصادر أخرى للحصول على المعلومات.

استنادًا إلى التحليل يمكننا القول أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في توفير المعلومات والأخبار للأفراد، ولكن لا يمكن اعتبارها المصدر الوحيد، حيث يتوجب على الأفراد اللجوء إلى مصادر أخرى للحصول على معلومات أوسع وتنوع أكبر.

**جدول رقم (11): أعتقد ان السرعة الفورية في إنتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الإجتماعي تجعلني أعتمد أكثر عليها وأتجاهل البحث عن مصادر أخبار متنوعة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 22 | %55 |
| لا | 8 | %20 |
| أحيانا | 10 | %25 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال الجدول رقم (11) يتبين لنا أن 55% من الأفراد الذين أجابوا يعتقدون أن السرعة الفورية في انتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يجعلهم يعتمدون عليها أكثر ويتجاهلون البحث عن مصادر أخبار متنوعة. هؤلاء الأشخاص يرون أن الوسائل الاجتماعية توفر لهم الأخبار بسرعة وفي الوقت الحقيقي، مما يجعلهم يعتمدون عليها كمصدر رئيسي للمعلومات. ومن ناحية أخرى 25% من الأفراد الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، وهؤلاء الأشخاص يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان ويقومون أحيانًا بالبحث عن مصادر أخرى للحصول على المعلومات.

وهناك 20% من الأفراد أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم لا يعتمدون بشكل كبير على السرعة الفورية لانتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبدلاً من ذلك يتجهون للبحث عن مصادر أخبار متنوعة.

ومن يظهر لنا أن السرعة الفورية لانتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على سلوك الأفراد في الاعتماد عليها بشكل كبير، ولكن لا يمكن اعتبارها البديل الوحيد للبحث عن مصادر أخبار متنوعة.

**الجدول رقم (12): أشعر بالكسل احيانا للبحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلني الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 24 | %60 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 12 | %30 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) أن 60% من الأفراد الذين أجابوا يشعرون بالكسل أحيانًا للبحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلهم الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هؤلاء الأشخاص يجدون أن الحصول على الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يكون بسهولة وفي وقت قصير، وبالتالي يشعرون بالكسل بالقيام بجهود إضافية للبحث عن مصادر أخبار أخرى. ومن ناحية أخرى، 30% من الأفراد يشعرون بالكسل أحيانًا، وهؤلاء الأشخاص قد يقومون ببعض البحث عن مصادر أخبار متنوعة في بعض الأحيان، لكنهم أحيانًا يفضلون الاعتماد على الأخبار التي تصلهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من ذلك. بينما 10% من الأفراد أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم لا يشعرون بالكسل في البحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلهم الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويقومون بنشاط بالبحث عن مصادر متعددة.

ومنه نستنتج أن وصول الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على استعداد الأفراد للبحث عن مصادر أخبار متنوعة، ولكن هناك نسبة من الأفراد قد يشعرون بالكسل في

البحث عن مصادر أخبار أخرى نظرًا لسهولة الحصول على الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**الجدول رقم (13): أعتقد ان إنتشار الاخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الإجتماعي يؤثر عن رغبتي في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 14 | %35 |
| لا | 16 | %40 |
| أحيانا | 10 | %25 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال الجدول رقم (13) يظهر لنا أن 40% من الأفراد الذين أجابوا لا يعتقدون أن إنتشار الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة. هؤلاء الأفراد قد يكون لديهم ثقة في بعض المصادر التي يتابعونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويعتبرونها موثوقة بما فيه الكفاية. ومن ناحية أخرى، 35% من الأفراد يعتقدون أن إنتشار الأخبار الكاذبة يؤثر على رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة. هؤلاء الأشخاص قد يشعرون بالقلق من تداول الأخبار الكاذبة ويفضلون البحث عن مصادر أخبار موثوقة ومتنوعة للتأكد من صحة المعلومات التي يتلقونها. بينما 25% من الأفراد أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يشعرون بتأثير إنتشار الأخبار الكاذبة في بعض الأحيان ويبحثون عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة في تلك الحالات.

ومنه يتضح لنا أن إنتشار الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يلعب دورًا في رغبة الأفراد في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة، ولكن ليس لدي جميع الأفراد

القلق الكبير بشأن ذلك وقد يعتبرون بعض المصادر الموجودة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كافية بالنسبة لهم.

**المطلب الرابع: عرض نتائج دور وسائل التواصل الإجتماعي كمنصة للتعبير عن آراء الناس والتغيير الإجتماعي**

**الجدول رقم (14): أعتقد ان وسائل التواصل الإجتماعي توفر للطلبة الجامعيين منصة أفضل للتعبير عن أرائهم بالمقارنة مع الصحافة المكتوبة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 38 | %95 |
| لا | 0 | %0 |
| أحيانا | 2 | %5 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال الجدول رقم (14) يتضح لنا أن 95% من الطلاب الجامعيين يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم منصة أفضل للتعبير عن آرائهم مقارنة بالصحافة المكتوبة. هؤلاء الطلاب يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم المرونة والسرعة في التعبير عن آرائهم والتفاعل مع الآخرين بشكل فوري وواضح. من ناحية أخرى، هناك 5% من الطلاب الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي قد توفر لهم فرصة بعض الأحيان للتعبير عن آرائهم بشكل أفضل مقارنة بالصحافة المكتوبة، ولكنهم لا يعتمدون عليها بشكل دائم.

يتضح لنا من تحليل الجدول أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في تمكين الطلاب الجامعيين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في التغيير الاجتماعي بشكل أكثر فاعلية وفورية. يعتبرون هذه الوسائل منصة أفضل للتفاعل مع الآخرين وتبادل الأفكار والآراء.

**الجدول رقم (15): أشعر أن وسائل التواصل الإجتماعي توفر فرص أفضل للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلبة الأخرين بشان القضايا الاجتماعية.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 28 | %70 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 8 | %20 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

تحليل الجدول رقم (15) يشير إلى أن 70% من الطلاب يشعرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم فرصًا أفضل للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلاب الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية. يرون أن هذه الوسائل تمنحهم الفرصة للتعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات المجتمعية بسهولة وبشكل واضح. وبالإضافة إلى ذلك، هناك 20% من الطلاب الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم بعض الفرص للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلاب الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية، ولكنهم لا يعتمدون عليها بشكل دائم.

ومن ناحية أخرى، هناك 10% من الطلاب الذين أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم لا يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم فرصًا أفضل للمشاركة في الحوارات العامة أو التفاعل مع الطلاب الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية.

يعكس لنا تحليل الجدول أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في تمكين الطلاب من المشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلاب الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية، ويعتبرونها فرصة مهمة للتعبير عن آرائهم والتفاعل الفعّال في المجتمع الجامعي.

**الجدول رقم (16): أعتقد ان الصحافة المكتوبة غالبا لا تعكس بشكل كافي آراء الطلبة الجامعيين ولا توفر لهم منصة للتعبير عن إهتماماتهم وقضاياه.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 22 | %55 |
| لا | 4 | %10 |
| أحيانا | 14 | %35 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (16) أن 55% من الطلاب يعتقدون أن الصحافة المكتوبة غالبًا لا تعكس آراءهم بشكل كافٍ ولا توفر لهم منصة للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم. يرون أن هناك تحديًا في تمثيل وتغطية قضايا الطلاب الجامعيين ومشاركتهم في الصحافة المكتوبة. ومن ناحية أخرى، وهناك 35% من الطلاب الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يرون أن الصحافة المكتوبة قد تعكس آراءهم وتوفر لهم بعض المنصات للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم في بعض الأحيان، ولكن ليس بشكل دائم

بالإضافة إلى ذلك، 10% من الطلاب الذين أجابوا بـ "لا"، مما يعني أنهم يرون أن الصحافة المكتوبة تعكس بشكل كافٍ آراءهم وتوفر لهم منصة للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم.

ومنه نستنتج أن هناك تحديًا في تمثيل آراء الطلاب الجامعيين وتوفير منصات للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم في الصحافة المكتوبة. العديد من الطلاب يرون أن الصحافة المكتوبة لا تعكس آراءهم بشكل كافٍ، بينما يوجد بعض الطلاب الذين يرون أنها تقدم بعض الفرص للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم في بعض الأحيان.

**الجدول رقم (17): أروج لوسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي بشكل أكبر من الصحافة المكتوبة من خلال تسيط الضوء على القضايا الإجتماعية وتعزيز الوعي بالتحديات التى تواجه الطلبة الجامعيين.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 34 | %85 |
| لا | 0 | %0 |
| أحيانا | 6 | %15 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (17) أن 85% من الأشخاص الذين أجابوا يروجون لوسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي بشكل أكبر من الصحافة المكتوبة. يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر منصة فعالة لتسليط الضوء على القضايا الاجتماعية وتعزيز الوعي بالتحديات التي يواجهها الطلاب الجامعيون. بينما هناك 15% من الأشخاص الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في التغيير الاجتماعي بشكل أكبر في بعض الأحيان، ولكنهم قد يروجون أيضًا للصحافة المكتوبة. كما لا يوجد أي أشخاص أجابوا بـ "لا"، وهذا يعني أنه لا يوجد أي شخص يروج للصحافة المكتوبة بشكل أكبر من وسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي في هذا السياق.

ومنه نستنتج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في ترويج التغيير الاجتماعي وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية، وتعتبر منصة فعالة للتواصل والتفاعل بين الطلاب الجامعيين.

**الجدول رقم (18): أعتقد أن وسائل التواصل الإجتماعي تمنح الطلبة للجامعيين فرصة أكبر للمشاركة في الحركات الإجتماعية والتأثير في التغيير بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة.**

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 32 | %80 |
| لا | 0 | %0 |
| أحيانا | 8 | %20 |
| **المجموع** | **40** | **%100** |

من خلال الجدول رقم (18) يتضح لنا أن 80% من الأشخاص الذين أجابوا يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي تمنح الطلاب الجامعيين فرصة أكبر للمشاركة في الحركات الاجتماعية والتأثير في التغيير بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة. يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر وسيلة فعالة للتواصل والتفاعل والمشاركة في القضايا الاجتماعية والمساهمة في التغيير. بينما هناك 20% من الأشخاص الذين أجابوا بـ "أحيانًا"، مما يعني أنهم يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فرصًا أكبر للمشاركة في الحركات الاجتماعية والتأثير في التغيير في بعض الأحيان، ولكنهم قد يروجون أيضًا للصحافة المكتوبة في بعض الأوقات. كما لا يوجد أي أشخاص أجابوا بـ "لا"، وهذا يعني أنه لا يوجد أي شخص يروج للصحافة المكتوبة بشكل أكبر للمشاركة في الحركات الاجتماعية والتأثير في التغيير في هذا السياق.

ومنه يمكننا القول أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في تمكين الطلاب الجامعيين من المشاركة في الحركات الاجتماعية والتأثير في التغيير، وتعتبر وسيلة فعالة للتواصل والتفاعل وتحقيق الأهداف الاجتماعية.

**المبحث الثاني: تفسير ومناقشة نتائج الفرضيات**

**المطلب الأول: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الأولى**

**الفرضية الأولى: انتشار الأخبار السريعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من رغبة الجمهور في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، حيث يعتمدون على المحتوى السريع والمتاح على الفور.**

من خلال تحليل الجداول، نجد أن هناك نسبة عالية جدًا من الأشخاص الذين يعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، حيث أجاب 55% من الأشخاص بأنهم يعتمدون على مصادر الأخبار التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويتجاهلون الصحافة المكتوبة. بالإضافة إلى ذلك، 75% من الأشخاص يرون أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وتشويقًا مقارنةً بمحتوى الصحافة المكتوبة. ومع ذلك، هناك نسبة من الأشخاص (15%) يعتبرون أنهم يعتمدون أحيانًا على الصحافة المكتوبة ويبحثون عن مصادر أخبار متنوعة.

بحيث نستنتج أن الأخبار السريعة والمتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد تؤثر في رغبة الجمهور في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. قد يكون السبب وراء ذلك هو سهولة الوصول والتوفر الفوري للمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدفع الجمهور إلى الاعتماد عليها بدلاً من البحث عن مصادر أخبار متنوعة وشاملة.

ومع ذلك، يجب ملاحظة أن هناك نسبة من الأشخاص (15%) يرون أنهم يعتمدون أحيانًا على الصحافة المكتوبة ويبحثون عن مصادر أخبار متنوعة، وهذا يشير إلى أن هناك جزءًا من الجمهور لا يعتمد بشكل كامل على وسائل التواصل الاجتماعي ويحرص على التنوع في مصادرهم الإخبارية.

وعليه يمكننا القول أن انتشار الأخبار السريعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في توجه الجمهور نحو الصحافة المكتوبة، حيث قد يقلل من رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، ويعتمدون بشكل أكبر على المحتوى السريع المتاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الثانية**

**الفرضية الثانية: وسائل التواصل الاجتماعي تعد نافذة أفضل للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة، حيث توفر فرصًا للمشاركة الفعالة والتفاعل المباشر مع الآخرين.**

من خلال نتائج المحور يظهر لنا أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير كبير على سلوك الأفراد في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. من خلال تحليل الجداول، يتضح أن هناك نسبة كبيرة من الأفراد ترون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم الأخبار بشكل سريع ومباشر، مما يجعلهم يعتمدون عليها بشكل أكبر ويقللون من رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة.

على سبيل المثال، في الجدول رقم (09)، وجد أن 65% من المشاركين يرون أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من رغبتهم في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. وفي الجدول رقم (10)، وجد أن 45% من المشاركين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم ما يكفي من المعلومات والأخبار دون حاجة للبحث عن مصادر أخرى. وعلاوة على ذلك، في الجدول رقم (11)، وجد أن 55% من المشاركين يعتمدون بشكل أكبر على السرعة الفورية لانتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويتجاهلون البحث عن مصادر أخبار متنوعة. وفي الجدول رقم (12)، وجد أن 60% من المشاركين يشعرون بالكسل أحيانًا للبحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلهم الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالتالي، يمكن الاستنتاج أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل كبير على سلوك الأفراد في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، ويرتبط هذا التأثير بالسرعة والراحة التي يوفرها الوسائل الاجتماعية في الوصول إلى الأخبار.

**المطلب الثالث: تفسير ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة**

**الفرضية الثالثة: الصحافة المكتوبة تحتوي على تنوع أفضل في المصادر والمحتوى مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تشجع الجمهور على البحث عن مصادر أخبار متنوعة للحصول على رؤى وآراء مختلفة**

وفقًا لنتائج الدراسة، يتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في تمكين الطلاب الجامعيين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في التغيير الاجتماعي. فبناءً على الجدول رقم (14)، يبلغ 95% من الطلاب أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم منصة أفضل للتعبير عن آرائهم مقارنة بالصحافة المكتوبة. يرون أن هذه الوسائل توفر المرونة والسرعة في التعبير عن آرائهم والتفاعل مع الآخرين بشكل فوري وواضح. بالإضافة إلى ذلك، يشير الجدول رقم (15) إلى أن 70% من الطلاب يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم فرصًا أفضل للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلاب الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية. وهذا يدل على أنهم يعتبرون هذه الوسائل فرصة هامة للتعبير عن آرائهم والتفاعل الفعّال في المجتمع الجامعي.

ومع ذلك، يشير الجدول رقم (16) إلى أن 55% من الطلاب يرون أن الصحافة المكتوبة غالبًا لا تعكس بشكل كافٍ آراءهم ولا توفر لهم منصة للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم. هذا يعكس التحديات التي تواجه تمثيل آراء الطلاب الجامعيين في الصحافة المكتوبة. ومن ناحية أخرى، يروج 85% من الطلاب في الجدول رقم (17) لوسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي بشكل أكبر من الصحافة المكتوبة، حيث يرون أنها تساهم في تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية وتوفير منصة للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم.

بشكل عام يتبين لنا أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في تمكين الطلاب الجامعيين من التعبير عن آرائهم والمشاركة في الحوارات الاجتماعية. ومع ذلك، لا يزال هناك بعض التحديات في تمثيل آراءهم في وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحافة المكتوبة.

**المطلب الرابع: اختبار فرضيات الدراسة**

فيما يلي سنعرض اختبار فرضيات الدراسة مع ذكر تحققها أم لا:

**أولا- الفرضية الرئيسية:** تصفح وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تقليل توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة.

بناءً على البيانات السابقة وما تم طرحه، يمكن الاستدلال على أن **الفرضية الرئيسية قد تحققت.** وذلك لأن الدراسات والأبحاث السابقة أشارت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر سلبًا على مقروئية الصحافة المكتوبة، حيث يقلل من اهتمام الجمهور بالقراءة التقليدية ويحول انتباههم ووقتهم لاستهلاك المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

**ثانيا- الفرضية الفرعية الأولى:** انتشار الأخبار السريعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من رغبة الجمهور في البحث عن مصادر أخبار متنوعة، حيث يعتمدون على المحتوى السريع والمتاح على الفور.

تم اختبار الفرضية الأولى التي تفترض أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة. وبناءً على النتائج، تبين أن هناك تأثير سلبي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة.

**ومنه تحققت الفرضية الاولى.**

**ثالثا- الفرضية الفرعية الثانية:** وسائل التواصل الاجتماعي تعد نافذة أفضل للتعبير عن آراء الناس ومنصة للتغيير الاجتماعي بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة، حيث توفر فرصًا للمشاركة الفعالة والتفاعل المباشر مع الآخرين.

ثانيًا، تم اختبار الفرضية الثانية التي تفترض أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. وقد أظهرت النتائج أن هناك ارتباط قوي بين الانتشار السريع للأخبار وتقليل رغبة القراء في البحث عن مصادر متنوعة.

**ومنه تحققت الفرضية الثانية.**

**رابعا- الفرضية الفرعية الثالثة:** الصحافة المكتوبة تحتوي على تنوع أفضل في المصادر والمحتوى مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تشجع الجمهور على البحث عن مصادر أخبار متنوعة للحصول على رؤى وآراء مختلفة.

تم اختبار الفرضية الثالثة التي تفترض أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل منصة هامة للتعبير عن آراء الناس والتغيير الاجتماعي. وقد أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي فعلاً تلعب دورًا مهمًا في تمكين التعبير وتحفيز التغيير الاجتماعي.

**ومنه تحققت الفرضية الثالثة.**

**خلاصة الفصل:**

قمنا في هذا الفصل بعرض نتائج صحيفة الاستبيان وتفسيرها في ثلاثة محاور رئيسية. يتناول المحور الأول نتائج البيانات الشخصية للمشاركين في الدراسة، بينما يستعرض المحور الثاني تأثير تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو الصحافة المكتوبة. يتناول المحور الثالث تأثير انتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. بالإضافة إلى ذلك، يتم استعراض دور وسائل التواصل الاجتماعي في تمكين التعبير عن آراء الناس والتغيير الاجتماعي. أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه لتفسير ومناقشة نتائج الفرضيات الثلاثة التي تم استنتاجها من الدراسة. بحيث يتم تناول الفرضية الأولى والثانية والثالثة بالترتيب، وتقديم تفسيرات ومناقشة شاملة لنتائج كل فرضية.

# خاتمة

إن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة هو موضوع مهم تم استكشافه في هذه الدراسة. أظهرت النتائج أن هناك تأثيرًا واضحًا لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو الصحافة المكتوبة. بالإضافة، كان للإنتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثير على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة.

ومن خلال دراستنا نخلص لجملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- تشير النتائج النظرية إلى أن تصفح وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تقليل توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة. يرتبط ذلك بانتشار الأخبار الزائفة وعدم الدقة في وسائل التواصل الاجتماعي، مما يؤثر على ثقة الجمهور في الصحافة المكتوبة.
- كما تشير النتائج النظرية إلى أن تصفح وسائل التواصل الاجتماعي يقلل من التنوع في مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الجمهور، حيث يميل الجمهور إلى الاعتماد على المحتوى المقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويتجاهل مصادر الأخبار المتنوعة.
- يتضح أن هناك تراجعًا في مقروئية الصحافة المكتوبة نتيجة تصفح وسائل التواصل الاجتماعي. بحيث يعتمد الجمهور بشكل أكبر على الأخبار والمعلومات التي يتم توفيرها عبر منصات التواصل الاجتماعي بدلاً من الصحف المكتوبة.
- قد يؤدي انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة في وسائل التواصل الاجتماعي إلى تراجع الثقة في الصحافة المكتوبة، وقد يؤثر ذلك سلبًا على العمل الصحفي ودوره في المجتمع.
- يُقترح أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون منصة مهمة للتعبير عن آراء الناس وتحقيق التغيير الاجتماعي، حيث يمكن للأفراد التفاعل والمشاركة في النقاشات والحوارات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية والسياسية.

وبناءً على النتائج السابقة، يمكن اقتراح بعض التوصيات والإجراءات للتعامل مع هذه القضية وتعزيز مقروئية الصحافة المكتوبة، مثل تعزيز التوعية الإعلامية، وتحسين جودة المحتوى الصحفي، وتعزيز الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام المكتوبة.

وفي ختام دراستنا يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على مقروئية الصحافة المكتوبة. تحققت الفرضيات المطروحة وأظهرت الدراسة أن تصفح وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر في توجه الجمهور نحو الصحافة المكتوبة ويرفع رغبته في البحث عن مصادر أخبار متنوعة. ويجب أن يستفيد القطاع الإعلامي من هذه النتائج ويعتمد استراتيجيات فعالة للتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على جمهوره وزيادة مقروئية الصحافة المكتوبة.

# قائمة المراجع

**أولا- المصادر:**

1. القرآن الكريم.

**ثانيا- الكتب:**

2. ابراهيم عبد الله المسلمي، نشاة وسائل اعلام وتطورها، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر،2005.

3. ابو سكينة نادية علي، انقرائية المفردات والجمل في الكتب المطورة للمرحلة الابتدائية، مصر، 2009.

4. اشرف صالح، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة مصر، 2004.

5. بن ابراهيم عبد الرحمان، الشبكات الاجتماعية والقيم، الدار المنهجية، عمان، 2015.

6. تيسيير ابو عرجة، دراسات في الصحيفة والاعلام، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن، 2000.

7. جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية اسكندرية، 2010.

8. حسن عبد الباري عصر، قضايا في تعليم اللغة العربية وتدربيسها، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1999.

9. خليل علي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، الامارات العربية المتحدة، 2014.

10. صلاح شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عناية، الجزائر، 2003.

11. صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الاردن، 2002.

12. عبد الناصر الجندي، تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

13. عزي عبد الرحمان وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1991.

14. عودة عزت يوسف، الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي، عمان، 2015.

15. غازي فييصل،التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة بغداد، دمشق 1993.

16. محمد طحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الاردن، 2002.

17. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب للنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2004.

18. محمود حلم الدين، اساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الثانية، المكتبة المصرية، القاهرة، 2006.

19. المقدادي خالد، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفانس، الاردن، 2013.

**ثانيا- المذكرات والأطروحات الجامعية:**

20. البشير زايد، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مقروئية الصحافة الإلكترونية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2019/2018.

21. خلاف بومخيلة،جمهور الطلبة الجزائرين وؤسائل الاعلام المكتوبة، دراسة في الاستخدمات واتباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة- رسالة غير منشورة، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قسنطينة،2007.

22. ذهبية سيدهم، الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامن الصحية في جيردة الخير، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004.

23. زهير بوسيالة، الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر دراسة مسحية على عينة من قراء الصحف في الجزائر العاصمة، رسالة لماجيستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.

24. سلام كهينة، جمهور الصحافة المكتوبة اليومية في ظل التحولات التكنولوجية الجديد، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015/2014.

25. سهام بوقلوف، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018/2017.

26. شرقي فاطنة، اثر التكنولوجيا في انتاج المعلومة في مضمون الصحافة المكتوبة الجزائرية، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر -3-، الجزائر، 2019/2018.

27. عبد العزيز ضيف الله، مقرونية النصوص الاعلامية الالكترونية، رسالة الماجستير في الاعلام قسم الاعلام، جامعة الاعلام" محمد بن سعود الاسلامية"، 1430هـ..

28. عمر الفاروق محجوبي، مقروئية الصحافية الإلكترونية لدى النخبة الجامعية وانعكاساتها على الصحافة الورقية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2018/2017.

29. العوفي حمزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري، مذكرة الماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر2- ابو القاسم سعد الله-، الجزائر، 2016/2015.

30. فاطمة لعتر، مقرئوية الصحف الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، الجزائر، 2021-2022.

31. كريمة كمال عبد اللطيف، انقرائية الصحف الالكترونية العربية، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الزقازيق، 2010.

32. ماجد نبيل محمد حسين، أثر خصائص موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تحسين مهارات الأكاديميين في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني بغزة، الجامعة الاسلامية بغزة، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، رسالة ماجيستير إدارة أعمال، 2018.

33. نوارة فار، تأثير مقرؤوئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2016/2015.

34. وائل مبارك خضر فضل الله: المضامين الخاصة بالمراة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مذكرة ماستر في علوم والاتصال، تخصص صحافة واعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الجزائر، 2015/2014.

**ثالثا- المجلات العلمية:**

35. خليدة مهرية، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية دراسة ميدانية على عينة من طلبة المركز الجامعي تمنراست، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 06، عدد 01، 2022.

36. الزهرة قريصات، آليات تحفيز المقروئية عند الطالب الجامعي، مجلة الخلدونية، المجلد 06، العدد 01، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2013.

37. سعاد سعيد، بلقيس كاظم، شذى، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الايجابية والسلبية واستخدام الالعاب الالكترونية العنيفة واثرهما على السلوك العدواني لدى طلبة الجامعة، المجلة العربية للتربية النوعية، المجلد 04، العدد 13، 2022.

38. سلطانة عبد الرحمان زكريا، بن لباد الغالي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الحديث، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 9 / العدد 02 (2021).

39. عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاحتماعي الايجابيات والسلبيات دراسة وصفية ترصد اهم الملامح في الدول العربية، مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 9، العدد 2، الجزائر، جوان 2016.

40. مريم قديد وسليمة مداني، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الاتصال الأسري – الفيسبوك أنموذجا – مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ( 08 ) العدد ( 02 ) السنة ( 2021).

# الملاحق

**جامعة عمار ثليجي _ الأغواط**

**كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة**

**قسم علوم الإعلام والاتصال**

# استبيان

**إلى الطالب .. الطالبة .. تحية عطرة وبعد:**

في إطار تحضيرنا لمذكرة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان "**تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة، دراسة مسحية على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة جامعة عمار ثليجي بالأغواط**" لذا نرجو التكرم بالاطلاع والاجابة أمام الاختيار الذي ترونه مناسب، علما أن اجابتكم ستكون مفيدة جدا للطالب وسوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.

أشكر لكم سلفا حسن تعاونكم معنا في استكمال بيانات الاستفتاء داعين الله أن يمدنا بتوفيقه وأن يمكننا جميعا من عمل الخير لخدمة بلدنا العزيز.

**إعداد الطالبة:**

- **شاوي هاجر**

**إشراف الأستاذ:**

**أ.د/ طريف عطاء الله**

**السنة الجامعية 2022/2021**

**المحور الأول: البيانات الشخصية**

1. العمر:

- أقل من 20 سنة ☐ من 20 سنة إلى 30 سنة ☐
- من 31 سنة إلى 40 ☐ أكبر من 40 سنة ☐

2. المستوى الجامعي:

- ليسانس ☐ ماستر ☐

3. التخصص:

- علوم انسانية ☐ اعلام واتصال ☐

**المحور الثاني: تأثير تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجه الجمهور نحو قراءة الصحافة المكتوبة**

| الرقم | العبارة | نعم | لا | أحيانا |
|---|---|---|---|---|
| **04** | يؤثر تصفح وسائل التواصل الاجتماعي على توجهي نحو قراءة الصحافة المكتوبة | | | |
| **05** | أجد نفسي أكثر ميلًا لقراءة الأخبار والمقالات على وسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من الصحف المطبوعة | | | |
| **06** | أعتقد أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يشتت اهتمامي ويقلل من وقتي المخصص لقراءة الصحافة المكتوبة | | | |
| **07** | أعتبر محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وتشويقًا بالمقارنة مع محتوى الصحافة المكتوبة | | | |
| **08** | ألاحظ أنني أعتمد بشكل كبير على مصادر الأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأتجاهل الصحافة المكتوبة | | | |

**المحور الثالث: تأثير الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي على رغبة القراء في البحث عن مصادر أخبار متنوعة**

| الرقم | العبارة | نعم | لا | أحيانا |
|---|---|---|---|---|
| 09 | أعتقد أن الانتشار السريع للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يجعلني أقل رغبة في البحث عن مصادر أخبار متنوعة | | | |
| 10 | أشعر أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لي ما يكفي من المعلومات والأخبار بحيث لا حاجة للبحث عن مصادر أخرى | | | |
| 11 | أعتقد أن السرعة والفورية في نشر الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي تجعلني أعتمد أكثر عليها وأتجاهل البحث عن مصادر أخبار متنوعة | | | |
| 12 | أشعر بالكسل أحيانًا للبحث عن مصادر أخبار متنوعة بعدما تصلني الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي | | | |
| 13 | أعتقد أن انتشار الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على رغبتي في البحث عن مصادر أخبار متنوعة وموثوقة | | | |

**المحور الرابع: دور وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للتعبير عن آراء الناس والتغيير الاجتماعي**

| الرقم | العبارة | نعم | لا | أحيانا |
|---|---|---|---|---|
| 14 | أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر للطلبة الجامعيين منصة أفضل للتعبير عن آرائهم بالمقارنة مع الصحافة المكتوبة | | | |
| 15 | أشعر بأن وسائل التواصل الاجتماعي توفر فرصًا أكبر للمشاركة في الحوارات العامة والتفاعل مع الطلبة الآخرين بشأن القضايا الاجتماعية | | | |
| 16 | أعتقد أن الصحافة المكتوبة غالبًا لا تعكس بشكل كافي آراء الطلبة الجامعيين ولا توفر لهم منصة للتعبير عن اهتماماتهم وقضاياهم | | | |
| 17 | أروج لوسائل التواصل الاجتماعي للتغيير الاجتماعي بشكل أكبر من الصحافة المكتوبة من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية وتعزيز الوعي بالتحديات التي تواجه الطلبة الجامعيين | | | |
| 18 | أعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي تمنح للطلبة الجامعيين فرصة أكبر للمشاركة في الحركات الاجتماعية والتأثير في التغيير بشكل أفضل من الصحافة المكتوبة | | | |