

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة

قسم الإعلام و الإتصال



العنوان:

تفاعل الجمهور مع الأحداث المحلية عبر صفحات الفيسبوك الإخبارية
دراسة ميدانية لعينة من متابعي صفحة أخبار الأغواط الزرقاء

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: إتصال و علاقات عامة

- إشراف الأستاذ:

- حسين مساعدي

إعداد الطالبين :

خديجة بن شاعة

فاطمة زقيرير

السنة الجامعية: 2018/2017

و... قَلْبِي رَيْحِي زَكَاةِي عِلْمِي

ط 114.

شكر و عرفان

الفضل الأول و الأخير لله عَزَّ وَجَلَّ ، الذي وهبنا الصبر والقوة لإنجاز هذا العمل

المتواضع ، ثم نتوجه بجزيل الشكر وفائق الاحترام والتقدير الى الأستاذ

" حسين مساعدي " ، على ارشاداته وجهده معنا

جعلنا الله في ميزان حسناته ووفقه لما يُحب ويريضى .

كما نشكر الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بالتوجيه و المساعدة

ونخص بالشكر كل من الأخ والزميل إبراهيم بن سعد و حسين صديقة

لتقديم يد العون والمساعدة طيلة إعداد هذا العمل

ولا ننسى زملاء الدراسة الفوج الأول دفعة تخرج ماستر إتصال وعلاقات عامة

2018/2017م

إهداء



إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما
إلى كل أفراد العائلة و الأصدقاء دون إستثناء
إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل
إلى جميع المخلصين في هذا الوطن ..

خديجة و فاطمة

فهرس الموضوعات

الصفحة	المحتويات
—	مقدمة
—	شكر وعرهان
—	الإهداء
—	فهرس الموضوعات
—	فهرس الجداول
—	فهرس الأشكال
—	ملخص الدراسة
—	مقدمة
الجانب المنهجي للدراسة	
1	الاشكالية وتساؤلات
2	أسباب إختيار موضوع الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	مفاهيم الدراسة
6	الدراسات السابقة
الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: الخدمة الإخبارية عبر وسائل الاعلام	
21	المبحث الأول: الخدمة الإخبارية عبر الصحف و وكالات الأنباء
21	المطلب الأول: مفهوم الخدمة الإخبارية
22	المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة (الصحف)
26	المطلب الثالث: وكالات الأنباء

29	المبحث الثاني: الخدمة الإخبارية عبر الإذاعة و التلفزيون
29	المطلب الأول: الإذاعة (الراديو)
34	المطلب الثاني: التلفزيون
39	المطلب الثالث: أهمية الخدمة الإخبارية في المجتمعات المعاصرة
الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية	
41	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
41	المطلب الأول: مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي
45	المطلب الثاني: أشهر شبكات التواصل الاجتماعي
48	المطلب الثالث: خدمة المعلومات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي
50	المبحث الثاني: الفاييسبوك
50	المطلب الأول: مفهوم ونشأة الفاييسبوك
52	المطلب الثاني: فوائد وسلبيات الفاييسبوك
54	المطلب الثالث: مشاكل وانتقادات تعرض لها الفاييسبوك
الجانب الميداني للدراسة	
56	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
56	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها
57	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
58	المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات
59	المطلب الرابع: حدود الدراسة
60	المبحث الثاني: عرض وتفسير نتائج الدراسة الميدانية
60	المطلب الأول: لمحة عن صفحة أخبار الاغواط
61	المطلب الثاني: تحليل وتفسير الجداول
93	المطلب الثالث: نتائج الدراسة

95	المطلب الرابع:التوصيات والإقتراحات
96	الخاتمة
-	قائمة المراجع والمصادر
-	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
61	جدول يوضح توزيع العينة حسب الجنس	01
62	جدول يوضح توزيع العينة حسب السن	02
64	جدول يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	03
65	جدول يوضح توزيع العينة حسب المكان	04
67	جدول يوضح توزيع العينة حسب درجة الإستفادة من الفايسبوك	05
68	جدول يوضح توزيع العينة حسب حجم وقت تصفح الفايسبوك	06
70	جدول يوضح توزيع العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك	07
71	جدول يوضح توزيع العينة حسب دوافع إستخدام الفايسبوك	08
73	جدول يوضح توزيع العينة حسب الموضوعات الأكثر متابعة عبر الفايسبوك	09
74	جدول يوضح توزيع العينة حسب الإشباعات المحققة من تصفح الفايسوك	10
76	جدول يوضح درجة متابعة الصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك	11
77	جدول يوضح درجة متابعة صفحة أخبار الأغواط	12
79	جدول يوضح توزيع العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات صفحة أخبار الأغواط	13
80	جدول يوضح توزيع العينة حسب كيفية التفاعل مع مضامين المنشورة على صفحة أخبار الأغواط	14
82	جدول يوضح توزيع العينة حسب درجة التفاعل مع صفحة أخبار الأغواط	15
83	جدول يوضح المضامين الأكثر متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط	16

85	جدول يوضح إذ كانت متابعة الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط تُغني عن باقي وسائل الاعلام الأخرى	17
86	جدول يوضح إذ كانت صفحة أخبار الأغواط تُساهم في إثراء الساحة الاعلامية المحلية	18
88	جدول يوضح إتجاهها أفراد العينة نحو صفحة أخبار الأغواط	19
90	جدول يوضح درجة ثقة أفراد العينة بمضامين صفحة أخبار الأغواط	20
91	جدول يوضح تقييم أفراد العينة لصفحة أخبار الأغواط	21

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الجنس	61
02	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	63
03	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	64
04	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المكان	66
05	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة الإستفادة من الفايسبوك	67
06	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب حجم وقت تصفح الفايسبوك	69
07	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك	70
08	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع إستخدام الفايسبوك	72
09	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الموضوعات الأكثر متابعة عبر الفايسبوك	73

75	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الإشباعات المحققة من تصفح الفايسبوك	10
76	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة متابعة الصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك	11
78	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة متابعة صفحة أخبار الأغواط	12
79	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات صفحة أخبار الأغواط	13
81	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب كيفية التفاعل مع المضامين المنشورة	14
82	دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة التفاعل مع صفحة أخبار الأغواط	15
84	دائرة نسبية تمثل المضامين الأكثر متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط	16
85	دائرة نسبية توضح إذ ما كانت متابعة الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط تُغني عن باقي وسائل الاعلام الأخرى	17
87	دائرة نسبية توضح إذ كلنت صفحة أخبار الأغواط تُساهم في إثراء الساحة الاعلامية المحلية	18
89	مدرج أعمدة بيانية يمثل إتجاهات افراد العينة نحو صفحة أخبار الاغواط	19
90	دائرة نسبية تمثل درجة ثقة افراد العينة بمضامين صفحة أخبار الأغواط	20
92	دائرة نسبية توضح تقييم أفراد العينة لصفحة أخبار الأغواط	21

ملخص

هدفت الدراسة المتضمنة "تفاعل الجمهور مع الأحداث المحلية عبر صفحات الفايسبوك الإخبارية"، إلى محاولة الكشف عن مدى تفاعل الجمهور مع مضامين الصفحات الإخبارية، ومعرفة حجم متابعي هذه الصفحات ودرجة الاهتمام الذي تلقاه، وكذا أهم الأحداث والقضايا التي تستحوذ على إنتباه الجمهور المتفاعل، ولتحقيق هذه الاهداف إعتمدت الدراسة على تطبيق المنهج الوصفي الذي يدرس حاضر الظواهر والاحداث ويقوم برصد ومتابعة دقيقة للظاهرة قصد التعرف على مضمونها والوصول الى نتائجها، ومنه تم الإستعانة بالاستبيان الرقمي ونشره عبر صفحة أخبار الأغواط الزرقاء .

وعليه توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: أن فئة الشباب تستخدم الفايسبوك بدرجة أكبر من الفئات العمرية الأخرى، وخاصة الذكور منهم .. ولهذا الفئة إهتمامات وميولات نحو الصفحات الإخبارية بدرجة كبيرة، حيث قدرت كأكبر فئة من بين أفراد العينة، وتجلت أهم دوافع المبحوثين لإستخدام موقع الفايسبوك هو للاطلاع على آخر الاخبار والاحداث ، وذلك ما أكد على أهمية وفعالية الصفحات الناشطة في مجال الأخبار بالنسبة لهم ،ولذلك ترتبت الموضوعات الاجتماعية في المرتبة الأولى كأكثر المواضيع التي تستحوذ على إهتمام مستخدمي موقع الفايسبوك بشكل عام، وتُعد درجة متابعة الصفحات الإخبارية عالية وهذا يظهر جلياً في عدد متابعيها الكبير.

مقدمة

مقدمة

مع تلاحق التطورات الجارية في عصرنا الحالي ، والتي مست جُل المجالات و الميادين و على وجه الخصوص مجال الإعلام ،حيث ظهر مايسمى "بالإعلام الجديد" الذي كشف عن آفاق عديدة وجديدة في هذا المجال بتطور تقنياته و آلياته في تواصل و نقل المعلومات .

بتعدد وسائطه ومحتواه أصبح ما يسمى الإعلام الجديد قادرا على تخطي كل الحواجز وتقليص العالم إلى قرية صغيرة. لعب دورا كبيرا في كونه أداة من أدوات التأثير و التوجيه و كذا التثقيف و الإخبار.. و عليه تمكن من مسح كل من البعد الزماني و المكاني بين الحضارات و الشعوب ، لتتفاعل الثقافات ، الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات على مختلف نطاقات الجغرافية

ولعل أحد أهم هذه المظاهر التي تشكلت إثر هذه التغيرات البارزة هو التبادل الثقافي بين الحضارات الذي أثر كليا في المجتمعات لتصبح مجتمعات إلكترونية على الشبكة

و أبرز تطبيقات الإعلام الجديد هي مواقع التواصل الإجتماعي ، التي نأخذ منها الفايسبوك و Facebook على سبيل المثال . يعد الفايسبوك أحد أشهر مواقع التواصل الإجتماعي والأكثر تداولاً حيث وصل عدد مستخدميه قرابة نصف مليار مشترك و هذا حسب إحصائيات سنة 2013 فقط لذا يمكن القول أن العدد قد تضاعف أكثر إلى يومنا هذا .

وعليه فإن مواقع التواصل الإجتماعي و بشكل عام أخذت دورا كبيرا في تقريب ليس فقط المسافات بل الأفراد كذلك ،وذلك راجع لطبيعتها التفاعلية و قابليتها في التأثير على الأفراد بالإختلاف فئاتهم وأجناسهم

و لم يقتصر دور مواقع التواصل الإجتماعي على ذلك فقط ،فهذه الأخيرة عملت على ربط العلاقات بين الأفراد ليس كوسيلة إتصالية فحسب، بل أيضا على نقل و توزيع الأخبار والمعارف . وهذا تم بصفحات متخصصة ناشطة في مجال الأخبار ،حيث عملت على توسيع ونشر الخدمة الإخبارية على هذه المواقع .

وقد اختلفت هذه الصفحات المتخصصة على اختلاف نطاقاتها من دولية أو محلية . وعليه أصبح يعتمد عليها كأحد مصادر لإستقاء الأخبار بين الأفراد . فمواقع التواصل الإجتماعي أصبحت تشكل قوة كبيرة للتأثير والتوجيه في عصرنا .

من أجل التعرف و الكشف عن دور هذه الصفحات الناشطة في تقديم الخدمة الإخبارية عبر الفايسبوك إعتدنا على خطة البحث التالي :

فقد تناولنا في الجانب المنهجي للدراسة صياغة الإشكالية وتساؤلات ، وتحديد الأسباب إختيار الموضوع وأهداف و الأهمية مع تحديد تحديد مفاهيم الدراسة، وعرض الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة . أما الفصل الأول حيث تطرقنا إلى الجانب النظري تناولنا به الخدمة الإخبارية عبر وسائل الاعلام من الصحف ، وكالات الأنباء ، الإذاعة و التلفزيون.

بالنسبة للفصل الثاني تكلمنا عن الشبكات الاجتماعية كمصادر إخبارية .

وصولاً إلى الجانب الميداني من الدراسة الذي تم تقسيمه الى مبحثين الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة حيث تم عرض المنهج المعتمد ،العينة وحدود الدراسة

أما المبحث الثاني فخصصناه لعرض وتفسير نتائج الدراسة ، وختام ذلك النتائج المتوصل إليها من الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

إن الإنسان بطبيعته كائن إجتماعي فهو فضولي لما يجري من حوله، ولهذا يمتلكه دوما الإهتمام بما يحيط به من الأحداث و الأخبار الجارية، ولأجل ذلك نرى من قدراته ووسائله لتقصي الأخبار ، بحيث أن الخدمة الإخبارية التي تقدم للأفراد عبر وسائل الإعلام قد عرفت تطورات عديدة على مر السنين .

ولعل أهم الوسائل الحديثة التي وضفت فيها الخدمة الإخبارية بشكل واسع هي مواقع التواصل الإجتماعي التي صارت تهدد مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تقديمها لهذه الخدمة، وأحد هذه المواقع هو الفايسبوك Facebook الذي لقي رواجاً كبيراً و عرف إنتشاراً واسعاً، وهذا نظراً للخصائص التقنية و الفنية التي تتوفر عليها، من ذلك قدرته على النشر الآني وتقديم الخدمة الإخبارية ذات الجودة من حيث الصوت والصورة، وإستخدام مقاطع الفيديو وكذا البث المباشر والأخبار المكتوبة، و بذلك جمع بهذه كل خصائص الوسائل الإعلامية السابقة .

وأكثر من ذلك إستطاع الفرد باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أن يتقمص دور الصحفي الإعلامي الذي يقوم بجمع الأخبار ومعالجتها ونشرها ، ولذلك نجد أن كثيراً من مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت منافسة بذلك للمؤسسات و المحطات الإعلامية .

والذي لفت إنتباهنا هو حجم المتابعين لهذا النوع من الصفحات عبر الفايسبوك ، حيث بلغ أعدادهم بالآلاف وقد يصل إلى الملايين في بعض الصفحات العالمية، ولعل أحد أهم هذه الصفحات عبر الفايسبوك التي تعني بتقديم الخدمة الإخبارية في الجزائر هي "صفحة أخبار الأغواط الزرقاء" التي تتلقى رواجاً كبيراً من مختلف فئات المجتمع ، من خلال تقديمها لخدمات إخبارية متنوعة و على مدار الساعة .

عليه أردنا أن نجري دراسة حول الموضوع والذي نطرح به الإشكال التالي :

ما مدى تفاعل الجمهور مع الأحداث المحلية المنشورة عبر صفحة الفايسبوك الإخبارية "أخبار الأغواط الزرقاء" ؟

التساؤلات الفرعية :

- ما هي أهم القضايا المتداولة عبر الصفحة الإخبارية؟
- كيف يتفاعل الجمهور مع المضامين المنشورة عبر الصفحة الإخبارية؟
- ما درجة ثقة الجمهور بالمضامين الإخبارية عبر الصفحة الإخبارية بالفيسبوك؟
- ما هو تقييم جمهور المتابعين لصفحة أخبار الأغواط الزرقاء؟
- هل أثر استخدام الفيسبوك في الحصول على الخدمة الإخبارية على وسائل الإعلام الجماهيري؟

ثانيا : أسباب اختيار الموضوع

إن إختيارنا لهذا الموضوع جاء نتيجة لعدد من الأسباب نذكرها :

الأسباب الموضوعية:

- ✓ محاولة التعرف على الدور الكبير الذي تتقمصه مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا على وجه العموم و الفيسبوك بشكل أخص و البحث في التأثير الذي يعكسه ، بكونه أصبح وسيلة من وسائل الخدمة الإخبارية
- ✓ التعرف على بعد الآخر للفيسبوك ،ليس فقط كوسيلة إتصالية لتكوين الصداقات و ربط العلاقات بل كمصدر هام من مصادر حصول على آخر الأخبار و الاحداث
- ✓ حداثة الموضوع و هذا لإرتباطه بالإعلام الجديد ووسائله في نقل الأخبار
- ✓ الإهتمام الكبير الذي يلقاه الفيسبوك بشكل خاص في حياة الأفراد
- ✓ التعرف على الصفحات المتخصصة بنشر الأخبار و مدى التفاعل الذي تتلقاه

الأسباب الذاتية :

- ✓ الإهتمام الشخصي بالموضوع المختار نظرا لقلة الدراسات فيه
- ✓ الأهمية الكبيرة التي يكتسبها الفايسبوك في حياتنا الاجتماعية كونه أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي إستخداما
- ✓ تسليط الضوء على الجانب الآخر من الفايسبوك كونه وسيلة إخبارية
- ✓ التعرف على المواضيع و الأحداث المنشورة بالصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك
- ✓ التعرف على مدى تفاعل متابعي الصفحات الإخبارية للقضايا و الأحداث المنشورة

ثالثا: أهمية الدراسة

✚ أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام و الفايسبوك بشكل خاص أهمية كبيرة في حياة كل فرد بحيث لم يعد يقتصر دور الفايسبوك فقط على أنه وسيلة إتصالية لتكوين الصداقات والعلاقات بين مختلف الأفراد ، بحيث أصبح يساهم في الخدمة الإخبارية عبر تقنياته المتعددة .
وعليه أصبح الفايسبوك بصفحاته المتخصصة بالأخبار و نشرها، مصدرا من مصادر إستقاء و تقصي الأخبار و الأحداث اليومية لدى الأفراد .
إبراز أهمية الفايسبوك بإعتباره أكثر مواقع التواصل الإجماعي تداولا بين مختلف الفئات ، و الكشف عن بعد جديد له في تقديم الخدمة الإخبارية للجمهور ، بحيث أصبح أداة لنشر الأخبار الذي تمكن بها الأفراد من عرض و تعبير عن أفكارهم و آرائهم .

رابعاً: أهداف الدراسة

- ✓ يمكن القول بأن الهدف الرئيسي لدراستنا يتمثل في التمرن على إعداد الدراسات العلمية وتوسيع نطاق معرفتنا في مجال الإعلام بكونه إختصاصنا ، و كذا التعرف على التأثير الواسع لمواقع التواصل الإجتماعي بما أنها تشكل جزء كبير من حياتنا
- ✓ إبراز الفايسبوك كوسيلة من وسائل الخدمة الإخبارية في عصرنا الحالي
- ✓ التعرف على ماتناوله صفحة الفايسبوك الإخبارية من قضايا و طبيعة التفاعل معها من طرف متابعيها
- ✓ التعرف على حجم متابعي هذه الصفحات الإخبارية و مدى الإهتمام الذي تتلقاه
- ✓ الكشف عن التأثير الذي تعكسه من خلال منشوراتها الإخبارية
- ✓ التعرف على أهم المضامين التي تلقى أكبر إهتمام من الجمهور

خامساً : مفاهيم الدراسة

تفاعل

يرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل و متلقي ومن أهم خصائص التفاعل الإستجابة ، أي أنه إتصال تفاعلي يتعدى حدود الاتصال الانساني إلى الاتصال و التفاعل مع الوسيلة ذاتها و ليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية فقط¹

إجرائياً: عملية يتم من خلالها قيام أفراد المتابعين للصفحة الإخبارية عبر الفايسبوك بالتعليق أو إبداء آرائهم حول المضامين المنشورة.

¹حسين أبوشنب، الاعلام التفاعلي، محاضرات، ص6

الجمهور

مصطلح الجمهور في المنظور الاعلامي كما ورد في تقرير لجنة "شون ماك برايد": أنه أكثر من مجرد حاصل جمع عدد الافراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة و ذكريات و تقاليد محددة و ظروف حياة بعينها¹. وهو جمهور محدد تجمعها رابطة محددة قصد حضور عرض معين

إجرائيا: يقصد مجموعة الأفراد التي تتابع منشورات الصفحة الإخبارية و تتفاعل مع مضمونها على إختلاف فئاتهم و أعمارهم ، فهم جماعة غير متجانسة ما يربط بينهم هو تتبعهم لمضامين الصفحة الإخبارية .

الأحداث

إجرائيا: جمع حدث و هي مسألة أو واقعة تحيط بالفرد و تأثر به كونها من بيئته و نعني بها في دراستنا المضامين وموضوعات الإخبارية التي تنشرها صفحة أخبار الاغواط والتي تخص الفرد على نطاق محلي .

الأحداث المحلية

إجرائيا : ويشير الى الأخبار المحلية أي تغطية الأحداث و الوقائع التي تجري على الصعيد محلي أي في مجال نطاق ولاية الأغواط على وجه الخصوص، والتي تُنشر عبر الصفحة الإخبارية في الفايسبوك ليطلع عليها المجتمع الأغواطي.

الفايسبوك

يعتبر الفايسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة الفايسبوك المساهمة العامة. تتعدد الجهات التي تستخدم الفايسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم

¹ الحاج سعد زواوي، إتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، رسالة ماجستير (غير منشورة) في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص18

الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات¹

إجرائيا : هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة في الوسط الاجتماعي الذي تتوفر به خدمات من التواصل و إنشاء المجموعات و كذا الصفحات المتخصصة ذات إهتمامات مشتركة

صفحات الفيسبوك الإخبارية

إجرائيا: وهي إحدى الخدمات و تطبيقات التي يقدمها موقع الفيسبوك والتي تتيح إنشاء صفحات متخصصة في شتى مجالات إهتمامات الفرد المستخدم ،يقصد بها الصفحات المتخصصة في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و التي تهتم بتقديم الخدمة الإخبارية على مدار الساعة .

سادسا : الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

قبلان عبده قبلان حرب ،إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني ،دراسة مقدمه لنيل درجة الماجستير في الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا عمان 2008²

التساؤلات المطروحة :

- ما معدل مشاهدة التلفزيون الأردني ؟
- ما أنماط البراجمية المفضلة لدى المشاهدين على شاشة التلفزيون الأردني ؟
- ما درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الاردني ؟

¹ موقع موضوع <http://mawdoo3.com/>، تم زيارته في 03/03/2018، بتوقيت، 12:25

² قبلان عبده قبلان حرب، إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني ،رسالة ماجستير (غير منشورة) في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان 2008

- ما أكثر الدوافع التي تحث المشاهدين على مشاهدة التلفزيون الأردني ؟
- ما اتجاهات المشاهدين نحو البرامج التلفزيون الأردني غير الإخبارية ؟
- ما رؤية المشاهدين لواقع التلفزيون الأردني ؟
- ما اتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية باللغة العربية في التلفزيون الأردني ؟

إعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي ،حيث تمثل مجتمع الدراسة بجمهور المشاهدين على مستوى المملكة الأردنية وتم إختيار العينه القصدية .

النتائج المتوصل اليها :

- إن الأسباب التي تدفع المشاهدة الأردني لمشاهدة برامج التلفزيون الأردني هي دوافع وجدانية من باب الاحساس و الشعور الوطني ،بينما تقوم وسائل الاتصال بدور مؤثر في حياة الفرد كلما زاد اشباع وسائل الاتصال لحاجات الفرد المعرفية
- ارتفاع المتوسطات الحسابية للاتجاهات السلبية للمشاهدين مقارنة مع اتجاهات الايجابية نحو برامج التلفزيون الأردني المختلفة ،هذه نتيجة تشير الى أن المعلومات التي يقدمها التلفزيون الاردني لم تساهم في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو قضايا المجتمع المختلفة

الدراسة الثانية :

مریم نریمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية(دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييسبوك بالجزائر) دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة 2012/2011¹

¹ مریم نریمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة

تمثلت إشكالية الدراسة كما يلي : ما أثر إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية ؟

التساؤلات الفرعية :

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ؟
- ما هي دوافع وحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك ؟
- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

تم الإعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة ، حيث تمثل مجتمع الدراسة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر

إعتمدت كذلك على العينة القصدية و إستخدمت كل من الملاحظة و الاستبيان كأدوات لجمع البيانات

النتائج المتوصل اليها :

- تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات (52.07 %) ويقضي 27.16 % منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع
- تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنفس النسبة 14.75 % ، ثم 12.71 % زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84 % يليه الترفيه والتسلية
- وتبين أيضا ان إستخدام موقع الفايسبوك يختلف من مستخدم لآخر تبعا لمتغيري الجنس و السن

الدراسة الثالثة: حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على علاقات الإجتماعية (الفيسبوك وتويتر نموذجاً)، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في قسم الإجتماع و الخدمة الاجتماعية جامعة الملك عبد العزيز المملكة العربية السعودية 2014¹

التساؤلات:

- ما الأسباب التي تدفع إلى الإشتراك في موقعي الفيسبوك و تويتر؟
- ما طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر موقعي الفيسبوك و تويتر؟
- ماآثار الإيجابية عن إستخدام الفيسبوك و تويتر ؟
- ما الآثار السلبية عن إستخدام الفيسبوك و تويتر؟

تم الإعتماد على منهج المسح الاجتماعي ،حيث تمثل مجتمع الدراسة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة بإستخدام العينة الطبقية 150 مبحوثة .

النتائج المتوصل إليها :

- دلت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثات و التي بلغت نسبتهن 76% من مجموع مفردات العينة وجدن في موقع الفيسبوك و تويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن و توجهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع
- إن أغلب مستخدمات الفيسبوك يبحثن عن صداقات جديدة بنسبة 22% أما مستخدمات تويتر فأغلبهن لا يبحثن عن صداقات جديدة بنسبة 9%
- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثات وقد بلغت نسبتهن 76,6% أتاح لهن الفيسبوك و تويتر فرصة التعرف على أشخاص من خلفيات ثقافية مختلفة عن المجتمع السعودي مما أغنى تجربتهن الفكرية و الثقافية

¹ حنان بنت شعشوع الشهري،أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية،رسالة ماجستير في قسم الاجتماع،جامعة الملك عبد العزيز،المملكة العربية السعودية،2014

- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الفيسبوك و تويتر لم يؤثر على العلاقات الإجتماعية لدى أغلب المبحوثات حيث بلغت نسبتهن 78% .

الدراسة الرابعة:

عيادي ميز، إعتقاد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للأخبار (دراسة وصفية لعينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2015/2014¹

تمثلت إشكالية الدراسة كالتالي : إلى أي مدى يستخدم الصحفيون الجزائريون شبكات التواصل الإجتماعي كمصادر للأخبار ؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في :

- كيف يتمثل الصحفيون الجزائريون مواقع التواصل الإجتماعي كمصادر لأخبار ؟
- ما هي أهداف الصحفيون الجزائريون من خلال إستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما هي درجة المصداقية التي تحظى بها مواقع التواصل الإجتماعي لدى الصحفيون الجزائريون مقارنة بمصادر الأخبار التقليدية ؟
- ما مدى إلتزام الصحفيون الجزائريون بأخلاقيات المهنة خلال إعتمادهم على مواقع التواصل الإجتماعي كمصادر للإخبار ؟
- ما مدى تأثير هذا الإعتقاد على الممارسة المهنية للصحفيين الجزائريين ؟

تم الإعتقاد على المنهج المسحي وتمثل مجتمع الدراسة في فئة الصحفيين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر العاصمة وإختيار العينة القصدية و إستبيان كأداة لجمع البيانات

¹ عيادي ميز، إعتقاد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015

النتائج المتوصل إليها :

- إن الصحفيين الجزائريين لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بما نسبته 32,7% ثم غالبا ب 12,16% وبعدها نادرا ب 7,7% في حين نجد أن نسبة 7,7% من الصحفيون ليس لديهم إهتمام حيال إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي نهائيا
- غالبية الصحفيون الجزائريون يفضلون إستخدام الفيسبوك ثم اليوتوب ثم التويتير بينما يندر أوينعدم إستخدامهم لموقع لينكدن و ماي سبايس
- غالبية الصحفيون الجزائريون يفضلون الإنخراط في مجموعات إعلامية ثم إجتماعية و سياسية وثقافية و ترفيهية على الترتيب
- من أبرز الأهداف الرئيسية لإستخدام الصحفيون الجزائريون لمواقع التواصل الإجتماعي هي :
 1. الحصول على الأخبار و إعادة نشرها بنسبة 57,69%
 2. إستغلالها في الحوارات و الدردشة بنسبة 55,76%
 3. تبادل الآراء مع الصحفيون الآخرين بنسبة 53,84%
 4. إرسال التعليقات و التعقيب عليها بنسبة 48,07%

الدراسة الخامسة:

مريم بن سهيل ، تفاعلية مستخدمي الفيسبوك مع المواقع الرسمية للصحف الجزائرية (جريدة البلاد نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة ، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2015/2014¹

تمثلت إشكالية الدراسة كالتالي : إلى أي مدى يتفاعل مستخدمي الفيسبوك مع الصفحة الرسمية لجريدة البلاد ؟

¹مريم بن سهيل ، تفاعلية مستخدمي الفيسبوك مع مواقع الرسمية للصحف الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015،

تحت التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي دلالات مفهوم التفاعلية و أبعادها و مظاهرها ؟
- ماهي أهم إستخدامات الفايسبوكيون لهذا الموقع ؟
- هل تؤثر النسخة الإلكترونية لجريدة البلاد في موقع الفيسبوك على مقروئية النسخ الورقية ؟
- ماهي أكثر المواضيع التي تشهد إستقطاب و تفاعلية المستخدمين على جريدة البلاد الفايسبوكية؟
- مادوافع تفاعل الفايسبوكيون مع هذه الصفحة ؟

تم الإعتماد على المنهج الوصفي ، في حين تمثل مجتمع الدراسة بمستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك المشاركين في الصفحة الرسمية لجريدة البلاد الجزائرية وكذا تم اختيار العينة القصدية حسب ماهو متاح والإستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات

النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة :

- إن تزايد مواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر في تزايد مستمر سواء من طرف الأفراد أوالمؤسسات ، إلا أن موقع الفيسبوك يبقى الرائد من حيث الإستخدام
- من خلال تزايد عدد مستخدمي الفيسبوك في الجزائر أدركت الصحف الجزائرية عامة و جريدة البلاد بوجه الخصوص ضرورة العمل على هذه الأرضية لزيادة عدد قرائها وإنتشارهم و سهولة الوصول إليهم و قوة التفاعل التي توفرها هذه الشبكات و تمكنها من رصد ردود الأفعال الفورية للمستخدمين حول ما تنشره الصحيفة على صفحاتها الإلكترونية
- ساهمت التفاعلية في صفحة الجريدة البلاد على إستقطاب الجمهور الجزائري ، من خلال فتح المجال لهم في المشاركة بآرائهم حول مختلف القضايا و الموضوعات المنشورة على صفحاتها الخاصة ما يدعم تبادل الأدوار بين المشتركين
- تساعد التفاعلية صفحة جريدة البلاد الجزائرية على إحساس الفرد بتحقيق ذاته وإكتساب ثقافة الحوار و النقاش والمشاركة وهو مايزيد من نسبة الوعي لدى المستخدم في جميع المجالات

- إن أكثر إستخدامات الفيسبوكيون لصفحة جريدة البلاد الجزائرية هي بغرض الآنية و الفورية وسرعة الحصول على آخر الأخبار و المستجدات

الدراسة السادسة:

هشام أحمد عبد الكريم سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية (دراسة تحليلية وميدانية)، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية غزة 2015¹

تمثلت إشكالية الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي بتوعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها هذه الشبكات، وكيفية إستخدام الشباب الفلسطيني لها وتأثره المعرفي بها والإشباعات المحققة من وراء ذلك

التساؤلات :

- ما أهم القضايا الوطنية التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما مصادر الموضوعات الصحفية الخاصة بالقضايا الوطنية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ما مدى تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا الوطنية المعروضة في هذه الشبكات ؟
- ما درجة ثقة الشباب الفلسطيني بمضمون شبكات التواصل الاجتماعي ؟

تم الإعتماد على المنهج المسحي ، وتمثل مجتمع الدراسة بشباب الفلسطيني المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي ضمن الفئة العمرية (18-35 سنة) و ذلك بإستخدام العينة العشوائية البسيطة واختيار استمارة تحليل محتوى و المقابلة كأدوات لجمع البيانات

¹ هشام أحمد عبد الكريم سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بالقضايا الوطنية، رسالة ماجستير في قسم الاعلام والصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، 2015

النتائج المتوصل لها :

- تصدرت شبكة " الفيسبوك " المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستخدمها المبحوثون للتوعية بالقضايا الوطنية الفلسطينية و ذلك بنسبة 93,3% ، تلاها بفارق كبير تويتر بنسبة 49,65% ثم تليها الشبكات الأخرى بنسبة 35%
- بلغت درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الإجتماعي 64,8% وهي نسبة متوسطة
- أكد المبحوثون أن شبكات التواصل الإجتماعي تزيد من مستوى وعي الشباب الفلسطيني بنسبة متوسطة بلغت 61%

الدراسة السابعة :

محمد بن علي محمد السويد ،إستخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الإجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الاعلام التقليدية، بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الإجتماعية ..التطبيقات و الإشكاليات المهنية ، كلية الإعلام و الإتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية الرياض 2015¹

إستهدفت الدراسة التعرف على أهم إستخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر كما إستهدفت رصد علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الاعلام التقليدية ،وتأثير إستخدامهم لتويتر على علاقتهم بتلك الوسائل .

التساؤلات :

- ما الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها عبر تويتر؟
- ما تأثير استخدامات الشباب لتويتر على علاقتهم بوسائل الاعلام؟

¹ محمد بن علي محمد السويد،إستخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر)وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الاعلام التقليدية،بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي ،جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية،الرياض،2015

■ ما تأثير استخدامات الشباب لتويتر على معدّل إطلاعهم على وسائل الاعلام ؟

اعتمد الباحث على المنهج المسحي واختار العينة العشوائية الطبقية ، حيث تمثل مجتمع الدراسة بالطلاب الجامعيين بمدينة الرياض
النتائج المتوصل إليها لهذه الدراسة :

■ تأثير إستخدام الشباب لتويتر على معدل إطلاعهم على وسائل الإعلام ، حفز إستخدام شباب العينة لتويتر على رفع مستوى معدل إطلاعهم على الصحف الإلكترونية و القنوات التلفزيونية عن معدل السابق لإستخدامهم لتويتر، بدرجة ملحوظة أكثر من الذين قل لديهم معدل إطلاع الوصيلتين ، رغم أن الشريحة الأغلب فيهما تشير إلى عدم تغير إستخدام تويتر من معدل متابعتها المعتاد، في ما يظهر تأثير هذا الإستخدام جليا على معدل الإستماع الإذاعي أما تأثير تويتر على قراءة الصحف الورقية فالنتيجة الأبرز أن التويتر قلل من معدل إطلاع الشباب عليها بما يوازي 42% منهم وفي ذات الوقت بدأ تأثيره غير فعال إتجاه من توطدت علاقتهم بالصحف بما يوازي ربع المبحوثين .

مدى الإستفادة من الدراسات السابقة :

تم الإستفادة من الدراسات السابقة في عدد من المجالات منها :

- إهتمام بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، وبشكل أخص موقع الفايسبوك
- إعتقاد المنهج الوصفي الذي اتبعته أغلب الدراسات
- التعرف الى نظريات الاتصال المناسبة لموضوع الدراسة ،حيث تم الإستعانة بنظرية استخدامات و إشباعات
- تم الاستفادة من الجانب النظري للدراسة وفصوله
- الاطلاع على استمارات الدراسات ،و تعرف على أهم المحاور التي جاءت بها لصياغة استمارة هذه الدراسة بما يتوافق و طبيعة موضوع
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في في صياغة و تحديد مشكلة الدراسة
- التطرق الى نتائج الدراسات و مقارنتها بالنتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة .



الجانب النظري للدراسة

مدخل نظري للدراسة :

النظرية المستخدمة

تعريف النظرية :

إن كلمة نظرية Theory في اللغة الانجليزية معناها: الجانب النظري من علم أو فن .

والنظرية في دائرة المعارف البريطانية : "هي خطة ذات مراحل مرتبة ذهنيا ،تتضمن مجموعة من النظم والعمليات و الافتراضات و الاقتراحات التي تتسبب في إحداث نتيجة على الاستدلال الذهني المنطقي¹ وتعرف النظرية بأنها مجموعة من المتغيرات و المفاهيم و الافتراضات تقدم نظرة منظمة للظاهرة ،وذلك من خلال تحديد العلاقات بين المتغيرات بغرض تفسير الظاهرة و التنبؤ بحدوثها في المستقبل ،وهي كذلك طريقة لمحاولة فهم موقف أو ظاهرة بهدف التحكم فيها.²

■ أي دراسة تستوجب إسنادها الى نظرية ،تتلاءم ومتغيراتها ،لذا في دراستنا إستندنا وفق نظرية :

نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

توجد عدة مداخل نظرية لدراسة إستخدامات الجمهور لوسائل الاعلام ومن بين هذه المداخل والنظريات مدخل :الاستخدامات و الاشباعات Uses and Gratifications باعتباره يساعد على التعرف على نمط إستخدام الجمهور لكافة الوسائل الاتصالية ،ودوافع استخدامهم لها ،و الاشباعات المتحققة من وراء هذا الاستخدام.³

¹ رضا عبد الواحد أمين ،النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني، جامعة الأزهر، 2007،ص27

² المرجع نفسه،ص 21

³ المرجع نفسه،ص65

مفهوم النظرية :

إنطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الاعلامي لإشباع رغبة كامنة معينة إستجابة لدوافع الحاجات الفردية¹

وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب : "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز و بلومر Elihu Katz and Blumler،1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام و محتواها من جانب ،ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر .²

ومن جهة "كاتز و بلومر" فإن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يعني مايلي :

الأصول الاجتماعية و السيكولوجية

الاحتياجات التي يتولد عنها

فرضيات النظرية :

يبني مدخل الاستخدامات و الإشباعات على فكرة مداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال تخلق لدة الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات³

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض يمكن تلخيصها في ما يلي :

■ أن السلوك الاتصالي هادف و ذو دوافع

¹ فطوم لطرش، إستخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة و الإشباعات المحققة منه، مذكرة ماستر في إتصال و العلاقات العامة، جامعة

محمد خيضر، بسكرة، 2014 ص75

² المرجع نفسه، ص77

³ مريم بن سهيل، مرجع سابق، ص15

- يتخذ الجمهور مبادرة إنتقاء و استخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية
- يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الاتصال بمجموعة من العوامل الاجتماعية التي تعمل كمتغير بين الوسيلة و الجمهور
- تتنافس وسائل الاعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الإنتباه و الإنتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته و رغباته

ويحقق هذا المدخل ثلاث أهداف رئيسية هي :

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بإختيارهم و إستخدامهم الوسائل التي تشبع حاجاتهم
- شرح دوافع التعرض للوسيلة و التفاعل الذي تحدثه نتيجة التعرض
- التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري¹

¹ مريم بن سهيل، مرجع سابق، ص16

الفصل الأول: الخدمة الاخبارية عبر وسائل الاعلام

المبحث الأول: الخدمة الإخبارية عبر الصحف و وكالات الأنباء

المطلب الأول: مفهوم الخدمة الإخبارية

الأخبار في اللغة الانجليزية News تعني الشئ الجديد ،أي أن الخبر هو أي معلومة أو رأي عن حدث لم يعرفه الفرد من قبل أو لم يسبق له معرفته

وفي اللغة الفرنسية "في موسوعة علوم الاعلام و الاتصال" فيعني مصطلح خبر (Nouvelle(s) مايلي:

- في المفرد،الإعلان عن الحدث
- في الجمع،معلومات حول حالة أو وضعية
- في الجمع أيضا،معلومات حول الاحداث و الوقائع في العالم بواسطة وسائل الاتصال

الجماهيري Les média de messe¹

و كذلك يعرفه الدكتور أديب حضور :أن الخبر هو أكثر الانواع الصحفية إستخداما و شيوعا يتميز بأن المعلومات هي العنصر الأساسي فيه ، ويتسم بقدر كبير من الآنية و الفاعلية والمقدرة على التأثير من خلال الوقائع²

أما بالنسبة للخدمة الاخبارية فهي الخبر سواء جاء في الصحافة أم الإذاعة أم التلفزيون ،ولابد أن يتسم بالفورية و الحس البشري فضلا عن إثارة الانتباه ،ويتميز بالصدق و الواقعية والموضوعية

¹ ليني سكيك،إستخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية، رسالة ماجستير (غير منشورة) في علوم الاعلام و الاتصال،جامعة

الجزائر، 2008، ص15

² المرجع نفسه،ص16

ويحمل جديدا على شرط أن يهم كثير من الجمهور لارتباطه بأفكارهم و مصالحهم و محيطهم الاجتماعي¹

أي أن الخدمة الاخبارية هي عبارة عن مجموعة من الأخبار المتنوعة و المهمة تقدم للمستمع أو المشاهد أو القارئ عبر وسائل الاتصال الجماهيرية

المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة (الصحف)

❖ مفهوم الصحافة المكتوبة :

الجريدة أو الصحيفة :هي نشرة تطبع على الورق و تكون يومية أو دورية ،وتحتوي في الغالب على الاخبار و مقالات الرأي ،وتتنوع محتويات الصحيفة بين الإخبارية و الرياضية و خاصة بالفنون و الأدب و غيرها²

وتعرف الصحافة المكتوبة بأنها إصدار الجرائد و المجلات و ذلك بإستقاء الاخبار و كتابة الموضوعات الصحفية من التحقيقات و أحاديث و مقالات و أعمدة و جمع الصور و الإعلانات

وتعرف أيضا بأنها مطبوع دوري ينشر الاخبار في مختلف المجالات و يشرحها و يعلق عليها،ويكون ذلك عن طريق مساحات من الورق المطبوع بأعداد كبيرة بغرض التوزيع³

الصحافة المكتوبة من ضمن الوسائل المطبوعة ،التي تعرف بأنها عبارة عن مساحات من الورق المطبوعة بطريقة آلية ،لنقل الرسائل الاتصالية من القائم بالاتصال الى أعداد كبيرة و منتشرة من الأفراد⁴،فهي القناة القناة الرئيسية التي بواسطتها تصل إلينا الاخبار الأساسية ،بينما يعتبر الباحثين في علوم الاعلام

¹ لبني سكيك، مرجع سابق، ص17

² مجاني باديس، الصورة واستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية،مجلة ميلاف ،العدد5،جامعة حاج لخضر،باتنة،2018،ص4

³ رفيق عبد الكريم، فن التصوير في الصحافة المكتوبة ،أطروحة دكتوراه في الفنون الشعبية ،جامعة أبي بكر بالقايد،تلمسان،2017،ص28

⁴ نفس المرجع،ص29

والاتصال أنها: " إنتاج و إبداع فكري في آن واحد ،فإن البعض الآخر اعتبرها مهنة تركز لفائدة المصلحة العامة و لفضح الألاعيب و الشرور " ، وأيضا هي : " الكلمة المكتوبة ،وهي الفكر و الرأي والخبر محتفظ به ضمن رموز ثابتة ،يمكن إسترجاعها و مراقبتها وتحليلها و التدقيق فيها ¹

❖ خصائص و مميزات الصحافة المكتوبة :

إكتسبت الصحافة المكتوبة مجموعة من الخصائص بإعتبارها وسيلة اتصال جماهيري ،ولعل أهم هذه الخصائص ² :

1. المحافظة على الحضور داخل المجتمع :
- تميزت الصحافة المكتوبة بالمحافظة على ظهورها داخل المجتمع و ذلك رغم مزاحمتها من طرف وسائل الاتصال السمعية البصرية ، كونها تتيح للقارئ فرص أكبر لاختيار من بين عدد كبير من الوسائل و المضامين و الموضوعات التي يقدمها يوميا أو أسبوعيا حيث بالامكان تجاهل أي مادة و ببساطة لا تتماشى مع معرفة الجمهور و ثقافته و اتجاهاته الفكرية و السياسية
2. سهولة الاتصال بالجمهور المتخصص :
- الاعلام المطبوع يفضل إستخدامه في التوجيه الى الجمهور المتخصص و الجماهير ذات الاحجام الصغيرة نسبيا لان استخدام الوسائل الاخرى سيكون باهض الثمن
3. إمكانية الحمل و التنقل و الاحتفظ بها :
- تميز الصحيفة بإمكانية الحمل و التنقل بها ، بالاضافة الى الاحتفظ بها وكذا انتقائها بتكاليف أقل
4. إختيار الوقت و المكان الملائم :

¹ رفيق عبد الكريم،مرجع سابق،ص29

² <https://en.calameo.com/books/000626478585517fb2cc5>،تم زيارة في 05/04/2018،بتوقيت 21:12

تتيح الصحيفة فرصة أكبر للقارئ في إختيار الوقت و المكان الملائم له ، وبالطريقة التي يريدتها هو، أو من أين ينتهي مع إمكانية قراءة المادة الاعلامية بغض النظر عن نوعها أكثر من مرة وهذا ما يعطيه وقتا كافيا لاستيعاب المعنى و التدقيق في مختلف التفاصيل عملية الاستجابة

5. استحضار الخيال من أجل التفاعل وتسهيل عملية التغيير و الاقناع :

الصحيفة الورقية لا تستدعي الجهد الكبير من أجل قراءتها ، و مع هذا يتوجب على القارئ إستحضار خياله الذي يؤدي الى الادراك و يسهل عليه عملية التفسير بصورة سليمة بعيدة عن كل المنبهات السمعية البصرية ، وهكذا تكتمل لديه عملية الاقناع بصورة واضحة

6. سهولة الاستجابة و ترسيخ الافكار :

بما أن الصحيفة تمكن الفرد من السيطرة على ظرف العرض فهي بالضرورة تسهل عملية الاستجابة لديه ، وترسخ الافكار من خلال عنصر التكرار ،وعلى هذا الاساس يمكن اعتبار أن الصحيفة أفضل في استخدامها لتقديم المواد الطويلة المعقدة

❖ وظائف الصحافة المكتوبة :

تتشرك وسائل الاعلام على اختلاف أنواعها في ميزة أساسية وهي البحث و توصيل الاخبار و الاعلام على أحداث العالم و تخبرنا بما يجري من تحولات و تطورات ، ومع كونها تملك كثيرا من مصادر الاعلام فإن الصحافة المكتوبة ، كلما زاد تطورها وازدادت إمكاناتها و خبراتها لتلبية رغبات الجمهور ،ومن أبرز وظائفها¹:

1. الوظيفة الاعلامية :

نشأت الصحافة الاوروبية نشأة خبرية في القرن 16 ملبية لطبقة البرجوازية الوليدة لمعرفة الأخبار كما أن بداية الصحف العربية كانت صحف خبرية تلبية لرغبة الحكومات العربية في وصول أوامرها وأخبارها الى المواطنين ، و من ثم كانت الحاجة الى المعرفة هي أساس وجود الصحافة

¹ https://en.calameo.com/books/000626478585517fb2cc5 ، تم زيارته في 28/03/2018 ، بتوقيت 17:22

وأصبح تقديم الأخبار اليوم بمثابة العمود الفقري للخدمة الاعلامية و الصحيفة ، فالأخبار هي أساس كل الأشكال الصحفية التي تقدمها الجريدة من تحليلات و تحقيقات و تعليقات
2. الوظيفة التثقيفية :

تسهم الصحافة المكتوبة في نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي ، وهي تلعب دورا هام في التراكم المعرفي عبر نشر الاعمال الثقافية و الفنية بهدف المحافظة على التراث
3. وظيفة الخدمات العامة :

من الصعب حصر الخدمات العامة التي تقدمها الصحيفة فهذه الخدمات في تزايد مستمر وتشمل هذه الخدمات على سبيل المثال النشرات الجوية ، أحوال الطقس و المناخ ، مواقيت الصلاة ونشرات الطيبة و القانونية و الرد على أسئلة القراء الدينية ، الاقتصادية ، السياسية و كذا نشر شكاوي المواطنين ...

4. الوظيفة الاجتماعية :

من خلال الاخبار و الافكار التي تقدمها الصحافة المكتوبة تخلق أحاسيس معينة في نفسية القارئ مما يساهم في كسر طرق العزلة التي يمكن أن تحيط به كما تجعله ينصهر في المجتمع ، إضافة الى هذا توفر رصيذا مشتركا في المعرفة

5. وظيفة الاعلان و التسويق :

وهي وظيفة أساسية من وظائف الصحافة المكتوبة تعمل على ترويج السلع و المنتجات التجارية و مختلف الخدمات الاخرى ، و هذا بعرض صور المنتجات و ذكر كيفية الحصول عليها و طرق إستعمالها

6. وظيفة الترفيه و الإمتاع :

نظرا لتطور الصحف و تنافسها لجذب أكبر عدد ممكن من القراء ، دفع بها إستحداث مواد صحفية جديدة مثل : الرويات لتسلية القراء وأبواب الحظ و الكلمات المتقاطعة و المسابقات والالغاز

7. وظيفة التاريخ :

تعدد وظائف الصحافة المكتوبة و تنوع أغراضها و شمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الانساني جعل الصحافة سجل لوقائع الحياة الاجتماعية ،وبالتالي مصدر من مصادر التاريخ ،فهي المصدر الرئيسي للمؤرخ

❖ خدمة الأخبار و الصحافة المكتوبة :

تتميز الصحافة المكتوبة أو المطبوعة عن باقي وسائل الاعلامية الاخرى بكونها أقدم وسائل الاتصال البشري ،إلا أنها تشترك مع باقي وسائل بكونها وسيلة إخبارية من وسائل التعبير عن الرأي ،بحيث أنها تقدم خدمات إخبارية مكتوبة لجمهور معين ،حيث تنقل الأخبار بشتى أنواعها بأساليب و فنون الصحافة وهذا ما يجعلها أكثر تأثيراً على سلوكيات الافراد ،كما تطلعهم على أهم التحولات والتغيرات الحاصلة في العالم ،مما يجعل القارئ يتساءل و يحلل و يستنتج،و منه يحدد موقفه وتصرفاته وإتجاهاته .

المطلب الثالث :وكالات الأنباء

❖ مفهوم وكالات الأنباء :

وكالة الأنباء إتخذت إسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف ،وهي بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف لجمع الاخبار ،لان كل صحيفة بمفردها لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل ولا بد من المشاركة في النفقات .

وقد أوضح وستلي وماكلين، أن نقل الاحداث في المجتمع المتحضر وظيفه رئيسية مستقلة،فالمجتمع بحاجة دائمة الى نقل الرسائل الاعلامية و معرفتها لكي يتعرض لها ،وإشباع الاحتياجات التي يواجهها ،فالصحفي يعمل كوكيل أو ممثل للجمهور لاختيار المعلومات التي تهم هذا الجمهور وينقلها إليه ،و كلما إتسع نطاق الاحداث تعذر على الصحفي المحلي أن يغطيها ،وهكذا كانت ضرورة الالتجاء الى وكيل آخر يعمل في محيط أكثر إتساعا ،ومن هنا جاءت نشأة وكالة الانباء¹

¹ شفيق محمد عبد اللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف، القاهرة، ص10

حيث أن وكالة الأنباء هي الجهاز الذي يتولى إستقاء الاخبار من مصادرها الاساسية في مناطق متفرقة من العالم ، وتوزيعها على الصحف و الاذاعات المرئية و المسموعة بأجهزتها الخاصة بها وتمثل الخدمة الاخبارية التي تقدمها وكالات الانباء لاجهزة الاعلام و الصحف 80% على وجه التقدير علاوة على التحقيقات و التسجيلات السياسية و الصور من موقع الحدث¹ وعليه وكالات الانباء هي منظمات أو مؤسسات وظيفتها جمع الاخبار و الصور و الموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم ، و الوكالة الصحفية الاخبارية هي المطبوعة التي تصدر بصورة مستمرة وباسم معين و تكون معدة لتزويد مؤسسات النشر الاخرى بالاخبار و المقالات والصور ... وتشكل وكالات الانباء واحد من أهم مصادر التي تتكفل بنشر الاخبار داخل بلد أو من البلاد أو فيما بينها ، ولا تقتصر خدماتها على الصحف فقط بل تتعداها الى محطات الاذاعة والتلفزيون وغيرها من المنظمات² و تعلافها منظمة اليونسكو على أنها هي التي تملك إمكانية واسعة لاستقبال و أخبارها و نقلها ، و تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الاخبار من عدد كبير من الدول كما تستخدم عددا كبيرا من المحررين في مركزها الرئيسي لتحرير هذه المواد الاخبارية العالمية و المحلية ، وإرسالها بأسرع وقت ممكن الى مكاتب الوكالات في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف و محطات الراديو و التلفزيون بالخارج المشتركة فيها مباشرة و من هنا نرى مدى أهمية هذه الوكالات في حياة الافراد والجماعات و الامم ، فمسألة انتشار الاخبار و تدفق المعلومات لهي من الظواهر التي لها جذور في تاريخ البشرية جمعاء³

¹ ابراهيم امام و محمد فريد محمود عزت، وكالات الأنباء المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص50

² هشام بويكر، مؤسسات الاعلام والاتصال، محاضرات في مقياس مؤسسات الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص33

³ نفس المرجع، ص34

❖ أنواع وكالات الأنباء:

تصنف وكالات الانباء الى عدة أصناف تبعا لمهامها و نشاطاتها الاعلامية و الاتصالية
وسنرصد في هذا المقام الانواع التالية¹ :

1. الوكالات العلمية :

تتميز بكثافة وتنوع الخدمات الاعلامية التي تقدمها بسعة توزيعها و بضحامة الوسائل البشرية و المادية
والتقنية التي تملكها

2. الوكالات الجهوية:

وهي التي تتعدى نشاطاتها الاخبارية بلدها الاصلي الى بعض الدول الاجنبية ،وهي أقل انتشارا و عدة
من الوكالات العالمية

3. الوكالات المحلية :

ويتركز نشاطها الاصلي في جمع و توزيع المعلومات في بلدها الاصلي ، و الكثير منها تعمل على جمع
الاخبار و توزيعها على الوكالات العالمية التي ترتبط بها

4. الوكالات المتخصصة :

هذا النوع من الوكالات لا يمكن مصادفته إلا في الدول ذات النشاط الاعلامي الواسع و المستوى
الاعلامي المتخصص الناضج ، و القانون الذي يحكم هذه الوكالات يختلف باختلاف أنظمة الاتصال
المتبعة في بلدها الام ،وهذه الوكالات تأخذ بعين الاعتبار المصالح الاساسية لبلدها الاصلي مهما كانت
طبيعة نظامه السياسي

¹ هشام بوبكر،مرجع سابق ،ص36

❖ خدمة الأخبار في وكالات الأنباء :

تعتبر وكالات الأنباء من أبرز وسائل الاعلام تأثيرا على الصعيدين الداخلي و الخارجي .. و هذا التأثير ناتج عن سببين أساسيين هو أن وكالة الأنباء لا يقتصر عملها على المحيط الداخلي و إنما يشمل نطاق عملها المحيط الخارجي فهي قادرة على الوصول الى مناطق و بقع جغرافية تعجز وسائل الاعلام الاخرى عن الوصول اليها بسبب الاجهزة المستخدمة في نقل الخبر و بثه¹

وتعرف وكالات الانباء بأنها المؤسسة التي تملك إمكانيات واسعة تمكنها من إستقبال الاخبار و نقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الاخبار في عدد كبير من دول العالم .. وتعد وكالات الانباء أيضا بأنها وسيلة من وسائل الاعلام الغير مباشرة تصل الى الجمهور من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة و الصحافة المسموعة و المسموعة المرئية ، و هي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الاعلام و تقتبس منه الاخبار و المعلومات و الممون الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الاخبارية على اختلاف أنواعها و أشكالها و تقوم بدور هام في نقل و تبادل الانباء عبر القارات

المبحث الثاني: الخدمة الإخبارية عبر الإذاعة والتلفزيون

المطلب الأول: الإذاعة

❖ مفهوم الإذاعة (الراديو):

إن في الاصل اللغوي للإذاعة هو الاشاعة فقد جاء في معجم اللغة العربية (أذاع الخبر و غيره ذيعا و ذبوعا) فشا وانتشر وأذاع أفشاه و نشره ، و الإذاعة نقل الكلام و الاخبار و الموسيقى و غيرها عن طريق الجهاز الالاسلكي فالإذاعة تنقل الصوت و تحوله الى موجات كهرومغناطيسية ثم تعيد نقل هذه الموجات من خلال هوائي الارسال فتبثها في الهواء ليستقبلها المستمعون عبر جهاز الراديو كصوت

¹ صالح شاكرو توت، أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الاعلام ،مجلة أهل البيت، العدد الأول، 2004، ص322

مسموع "منطوق" . لذا يمكن القول أن الاذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الاخبار و المعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم و القدرات في مساحة وسرعة البث و حتى في جودة الصوت ، كما يعرفها الدكتور ابراهيم امام : "بأنها الانتشار المنظم و المقصود لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية وغيرها من البرامج بواسطة الراديو لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم ، كما تمتاز الاذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل الى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار و المثقفين المتعلمين و الأميين .. ولكل فئات الشعب ويتميز الراديو بالاحساس الجمعي فالمستمع يحس أنه عضو في جمهور كبير من المستمعين وهذا الاحساس الجمعي يعمق القابلية للاستهواء ومن هنا كانت قوة الاذاعة فهي تتفوق على الصحافة و معظم وسائل النشر الأخرى . فالمستمع يشعر بنوع من المشاركة و الاقتراب الشخصي و الاحساس بالواقعية التي تقترب من الاتصال الشخصي المواجهي ، و تتميز الاذاعة بالسهولة في الاستماع وهو يقوم بأعماله الأخرى عند اللزوم فالاذاعة مجرد خلفية تضيء جوا ترفيهيا و لا تحتاج الى التركيز و التعمق مثل الكتاب و الصحف و المطبوعات أو الانشغال به مثل التلفزيون و الفيديو¹

❖ خصائص الاذاعة :

تعد الاذاعة أوسع وسائل الاعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بمختلف مستوياته، تستطيع الوصول اليه مخترة حواجز الأمية و العقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول الى مجتمعاتها

كما أنها لا تحتاج الى التفرغ التام من المستمعين و تتيح الاذاعة للوصول الى جمهورها أشكالا إتصالية مختلفة من التمثيلية و الريبورتاج الاذاعي والاعلان والاغنية .. بإستعمال الموسيقى و المؤثرات الصوتية تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الاعلامية و خلق جو النفسي المناسب لتقبل الفكرة

¹ بداني فؤاد ، سوسولوجية القيم الاخبارية بالاذاعة الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع والاتصال، جامعة وهران 2، وهران، 2016، ص 60

والاقتناع بها ،ويلاحظ الى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى من حالة الصحف وأقل من التلفزيون والسينما.

وتمتاز أيضا بدفئ الصوت البشري وتأثيره ،مما يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الإستهواء والإيحاء بالإضافة الى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها ،مهما تباعدت أماكنه ،كذلك تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة متكسب في كل مرة قوة إضافية فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة¹

ويمكن حصر خصائص الاذاعة كوسيلة إعلامية في ما يلي² :

1. تتميز الاذاعة بما تقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود
2. لا يحتاج سماع الإذاعة لجهد وعناء كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون
3. يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الاعلام ،لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الاعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" Blind Medium
4. تتيح الاذاعة للمستمعين الأيمن الذين لا يقرؤون و لا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة ومتابعة الأحداث والأخبار التي تقع في داخل الوطن و خارجه
5. تعتبر الاذاعة فنا وجدانيا عاطفيا،وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة ،خاصة أثناء الازمات والحروب ،فتسعى لتعبئة الرأي العام بالإنتماء والوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الاخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة
6. يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للإذاعة
7. تخلق جوا من الألفة والصدقة بينها و بين مستمعيها
8. الاذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها
9. لا يتطلب الإستماع للإذاعة سوى إستخدام حاسة السمع فقط

¹ بداني فؤاد،مرجع سابق،ص50

² نفس المرجع ،ص51

❖ وظائف الإذاعة :

- وللإذاعة وظائف رئيسية تقوم بها بكونها وسيلة من وسائل الاعلام وتتجلى هذه الوظائف كما يلي:¹
- الإخبار و هو وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول ما يحدث وماتوحي به الاحداث مما يستأثر بإهتمام الأفراد ويتعلق بالمصالح العامة
 - التسلية: من وظائف الاذاعة الرئيسية بجانب الخبار هي التسلية فهي تقوم بتسلية مستمعيها والترفيه عنهم عن طريق الأغاني و البرامج الترفيهية ونقل المسرحيات وتقديم الاحتفالات الرسمية والمباريات الرياضية ..، وذلك فضلا عن المسابقات وغيرها من الكثير من الفعاليات الترفيهية
 - التعليم ونقل التراث الاجتماعي: للراديو موارد ثقافية ضخمة فهو بذلك يشترك مع التلفزيون حيث هناك برامج إذاعية متخصصة تتوجه الى فئات معينة وتقدم كل جديد في مجال إهتمامهم وآخر الاكتشافات والمخترعات ، وأيضا تشارك مع أولياء في التطبيع و التنشئة الاجتماعية وذلك ينقل أنماط السلوك المقبول والقيم الشائعة مما يساعد الفرد على إكتساب ثقافة جماعته وأساليبها الاجتماعية
- أما في عملية نقل الثقافة فهو ينقل الثقافات المتواجدة داخل المدينة الواحدة وذلك من خلال ما يبثه من برامج واستضافات للشخصيات والفرق التراثية، وأيضا ينقل لنا معارف عديدة في مختلف مجالات المعرفة الانسانية

¹ مروة عبد الرحمن محمد الطاهر، الاذاعات المتخصصة في نشر المعلومات، بحث في قسم علوم المعلومات والمكتبات، جامعة الخرطوم، السودان، 2011، ص13 و12

❖ خدمة الأخبار في الاذاعة:

كان المجال الإخباري من الاستخدامات الأساسية للراديو حتى قبل ان يصبح وسيلة إتصال جماهيرية، فالسفن والطائرات إستخدمت اللاسلكي لتبادل المعلومات التي تيسر لها السير والتنقل في البحر والجو ورجال الاعمال إستخدموا اللاسلكي في عقد الصفقات وتبادل الاخبار التي تبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها، في خضم ذلك الكم الهائل منها التي تتجاذبه وسائل الاتصال المختلفة وعنصرها أساسيا في العملية الاعلامية سواء في مجال الصحافة أم الاذاعة أم قنوات التلفزة

تعريف الخبر الإذاعي: كثيرا ما نقرأ في كتب الصحافة عدد من التعريفات للخبر تكاد تلتقي في نقطة محدودة هي أن الخبر: وصف لحدث آني يحظى بإهتمام .

بعضها الآخر من التعريفات نظرت الى الخبر على أساس الفائدة التي يحققها للوسيلة وللجمهور، فضلا عن أن هناك نظرة أخرى للخبر تقوم على أساس وظيفته الاعلامية تعده أساس المادة الإخبارية¹

ومن المعلوم أن الخبر يكتسب صفته المميزة من الوسيلة الاعلامية التي تتناقله، وبالنسبة للخبر الإذاعي الذي عرفه الدكتور محمد عوض أنه: " وصف موضوعي دقيق لحدث أو رأي أو موقف أو فكرة أو قضية تتوافر فيه قيم إخبارية تجعل الإذاعة تقدمه الى جمهورها²

فالخبر الإذاعي هو أساس كافة الاشكال الإخبارية الاخرى في الاذاعة فعليه تقوم ومنه تستمد مضمونها وبه يمكنها الاستمرار ومن خلاله تؤدي الإذاعة وظيفتها وخدماتها الاخبارية والاشكال الاخبارية الاذاعية وهي :

نشرات الأخبار

¹ ياسين طه موسى، الخبر الاذاعي أنواعه ومصادره وكيفية صياغته، مجلة في كلية الآداب، العدد 36، جامعة تكريت، 2011، ص5

² محمد معوض وبركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، كويت، 2000، ص10، 11

موجز وعرض الأخبار

التعليقات والتحليلات الإخبارية

الجريدة والمجلة الإخبارية

التقرير الإخباري

التحقيق الإخباري

لما تقدم يتبين أن المادة الإخبارية بأشكالها المتنوعة هي جوهر الوظيفة الاعلامية لأنها تتضمن معلومات يمكن الناس من فهم ظروفهم الشخصية والبيئية والتصرف تجاهها عن علم و معرفة ومن ثم التوصل الى القرارات الصحيحة فيما يخصهم فضلا عن مساهمتها في توفير رصيد مشترك من المعرفة بما يحقق وظيفة التنشئة الاجتماعية وهناك الكثير من الفوائد التي تحققها المادة الإخبارية سواء أكان على مستوى الفرد أم المجتمع .

المطلب الثاني : التلفزيون

❖ مفهوم التلفزيون :

التلفزيون كلمة مركبة من مقطعين Télé وتعني "عند بعد" و Vision معناها "الرؤية" ،وبهذا يكون معنى الكلمة "الرؤية عن بعد" ،ومن جهة أخرى يمكن تعريف نظام التلفزيون من الناحية العلمية ،بأنه طريقة إرسال وإستقبال الصوت والصورة بأمانة من مكان الى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية ثم بواسطة الاقمار الصناعية ومحطاتها الارضية في حالة البث كبير المسافة¹

¹ هشام بوبكر، مرجع سابق، ص44

ويعتبر التلفزيون أقوى وسائل الاعلام التي ظهرت في القرن العشرين ويتميز بمزايا عديدة يشارك فيها باقي وسائل الاعلام، ويفرد دونها بمزايا أخرى حيث يقدم للمشاهدين المعارف والافكار والخبرات في مشاهد متكاملة، تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقرنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الاحداث والوقائع .. وهو بالمقابل وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصورة المرئية لتوليد الإنطباعات وإثارة الافكار عند الناس¹

❖ خصائص و مزايا التلفزيون :

يجمع التلفزيون بين الصورة واللون والحركة، فيسيطر على حواس الانسان مما يجعله يتفوق على وسائل الاتصال الأخرى بعدة مزايا منها:

- الفورية : يمتاز التلفزيون بالفورية التي تزيد من واقعيته فهو يقدم الاخبار من مكانها وفي نفس زمن حدوثها وينقل الاخبار في معناها وفي الحال، ويقدم التلفزيون صوراً حالية متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان و المكان
- يقدم الاحداث و الوقائع في صورة متكاملة تعتمد مشاهدها على الصوت والصورة والحركة واللون في صورة أقرب الى الواقع، وتبرز أهمية التلفزيون كجهاز إخباري
- الانتشار الجغرافي للتلفزيون حتى أصبح العالم قرية كونية
- تنوع جمهور التلفزيون وإختلاف مستوياته الاقتصادية و الاجتماعية والثقافية و التعليمية
- يمزج التلفزيون بين القدرة على الاقناع و التثقيف وبين التسلية والترفيه، أي التثقيف بالتسلية فهو يجمع بين المحاكاة و السرد
- يقوم التلفزيون بتبسيط عملية الاتصال فما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة، أي أنه ينقل المشاهد مباشرة من الصورة الى المعنى
- تقوم لغة التلفزيون والخبر التلفزيوني على البساطة و الوضوح والمباشرة

¹ المرجع نفسه، ص45

أصبح التلفزيون كجهاز إخباري سمة من سمات العصر ولا شيء يضاهي التلفزيون كوسيلة إتصالية في قدرته على تغطية الاحداث حال وقوعها وتقديمها في مشاهد متكاملة لتحكي ما يحدث في أنحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغلبية الجمهور تزداد واقعية بلونها الطبيعي مما يكون لها تأثيرها البالغ في نفسية المشاهد من مختلف الاعمار و الثقافات و الأجناس¹

❖ وظائف التلفزيون:

التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال لما يقدمه من برامج ومشاهد وإقتران ذلك بالمؤثرات الصوتية والالوان، يقوم التلفزيون التربية الفنية فقدمت الشاشة كافة الفنون ومنها المسرح التلفزيوني والفيلم التلفزيوني مما رفع من مستوى الاعمال الفنية وبالتالي زاد من إقبال الجمهور لمتابعة هذه الاعمال ويقوم التلفزيون بدور تعليمي وتثقيفي، فهو ينقل كم هائل من المعلومات التي يقدمها للمشاهد، ويجعله قريب من مشهد الاحداث الجارية

ومن وظائف التلفزيون، التسلسلة والترفيه ومن خلالها يتخلص الجمهور من الملل وأوقات الفراغ

إن الدراما و التشويق تشكل أهمية خاصة بالنسبة للتلفزيون كجهاز إخباري أو ترفيهي

التلفزيون في مقدمة الوسائل الاتصالية قدرة على تغطية الاحداث ومتابعتها ونقلها حال وقوعها وتقديمها في مشاهد متكاملة بلغة بصرية مفهومة للجمهور.²

¹ قبلان عبده قبلان حرب، مرجع سابق، ص33،32

² المرجع نفسه، ص31

❖ خدمة الإخبارية عبر التلفزيون:

أصبح التلفزيون كجهاز إخباري سمة من سمات العصر، وليس هناك ما يصرع التلفزيون كوسيلة اعلامية في قدرته على تغطية الاحداث حال وقوعها وتقديمها في مشاهد متكاملة، لتحكي ما يحدث في أنحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغلبية البشر تزداد واقعية بلونها الطبيعي، وصوتها الاصلي، وحركتها التي تجذب إنتباه المشاهدين أكثر من أي شيء، مما يكون تأثيرها البالغ في نفسية المشاهدين من مختلف الاعمار¹

يعتبر التلفزيون أحسن وسيلة لنقل الاخبار ويشير هنري كاسير الى أن للتلفزيون دورا لامثيل له في نقل الاخبار، وليس غريبا أن نرى هذا الجهاز الصغير يلف العالم بسرعة تفوق كل تصور.

¹ محمد معوض، الخبر الاذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص63

أهمية أخبار التلفزيون:

تعتبر الاخبار في التلفزيون بمثابة نافذة فيها المشاهدون - وهم في منازلهم على العالم الكبير، فالتلفزيون يعرض على شاشته العالم والاحداث وشتى مظاهر الحياة، وهذه الطبيعة تهيئ الفرصة لمخاطبة شتى فئات الناس على اختلاف طبائعهم وإتجاهاتهم وتسعى أخبار التلفزيون الى تزويد جماهير المشاهدين بالاخبار الداخلية و الخارجية التي تهمهم و تهم بلادهم بصدق و موضوعية لإشباع صفة حب الإستطلاع ، التي هي أبرز صفات الإنسان¹

ويمتاز التلفزيون كوسيلة إخبارية بالسرعة وبلوغ جماهير عريضة ،وله قدرة على خلق الوعي والتزويد بالمعلومات ،بالاضافة الى أن الغلبة تعتبر التلفزيون الوسيلة الاعلامية الأكثر صدقا في المجال الاخباري ولقد ساعدت التطورات التكنولوجية الى تطور الخدمة الاخبارية في التلفزيون كما ساعد البث المباشر بواسطة الاقمار الاصطناعية على إعطاء أبعاد جديدة للخدمة الاخبارية مما أدى الى إعادة النظر في مفهوم الخبر نفسه "من شيء حدث الى شيء يحدث في نفس اللحظة أو حدث نشاهده و هو يقع"² وتنقسم الخدمات الاخبارية عبر التلفزيون الى ثلاث مستويات :

1. الأخبار News Bulletins وهي أساس النشرات الاخبارية في التلفزيون
2. الآراء ووجهات النظر Views and Perspectives وهي أساس برامج التحليلات والتعليقات و هي برامج دورية تهدف الى مساعدة المشاهد على تكوين وجهة نظر أو رأي في ما يتعلق بالاخبار وشؤون الساعة وتفسير مغزى و معنى الخبر
3. الأحداث الجارية و شؤون الساعة Current Affairs ومنها تستمد البرامج الاخبارية والمواجهات أو المقابلات التلفزيونية و التحقيقات³

¹ محمد معوض، مرجع سابق، ص62

² قبلان عبده قبلان حرب، مرجع سابق، ص37

³ قبلان عبده قبلان حرب، المرجع نفسه، ص36

المطلب الثالث : أهمية الخدمة الإخبارية في المجتمعات المعاصرة

في عصر التدفق الإخباري الذي نعيشه تتجلى أهمية الخدمة الإخبارية في الجوانب التالية¹:

- تدعيم الوحدة الوطنية بين الشعب الواحد والوحدة الإنسانية بين الشعوب جميعاً.
- إبراز الروابط الأساسية التي تجمع بين الناس وتأكيد انتماء البشر لبعضهم.
- تنمية المشاعر الإنسانية الواحدة.
- إبراز الانتصارات التي يحققها شعب من الشعوب

تسهم خدمة الأخبار في الوسائل الإعلامية في إشباع الحاجات المعرفية بالدرجة الأولى، وذلك بتحويل الوقائع والأحداث الجارية إلى لغة واضحة دقيقة يفهمها المتلقي، الذي يمكن وصفه بأنه متعجل وانتقائي ومحاط بكم هائل من المعلومات المتدفقة عبر أجهزة الإعلام المختلفة، الأمر الذي جعل المحررين الإعلاميين يتبعون أساليب خاصة في التحرير تختلف عن أساليب الكتابة الأدبية، ومع أن المبادئ الأساسية المستخدمة في تحرير أخبار الصحف وتقديمها هي المبادئ ذاتها المستخدمة في تحرير النشرات الإذاعية والتلفازية، لكن تكنولوجيا كل وسيلة وظروف العرض المتباينة لها تفرض جملة من الاختلافات أهمها²:

- اختلاف في أسلوب تحرير المعلومات التي يتضمنها الخبر، وليس في المعلومات ذاتها.
- في المذيع والتلفاز من الصعب تحقيق المتلقي درجة التركيز الشديد، من ثمّ يعتمد المحررون إلى استخدام أساليب تحرير ترسخ في الذاكرتين السمعية والبصرية للمتلقي.
- إن تحرير الأخبار للصحف غالباً ما يكتب وفق أسلوب الهرم المعكوس، أي تثبت الأسئلة الستة الشهيرة من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ لماذا؟ في بداية الخبر.

¹الوظيفة-الإخبارية-للصحافة /11mqal.com/2017/10 تم زيارته في 20/04/2018، بتوقيت 15:12

²نشرة_الأخبار/ https://www.marefa.org/ تم زيارته في 20/04/2018، بتوقيت 15:20

. يقتصر تحرير الأخبار للإذاعة والتلفزيون على التركيز على عدد محدد من الوقائع والحقائق الأساسية المعبرة عن الجوانب الرئيسة للحدث.

. إن قيود الوقت صارمة في الإذاعة والتلفزيون، فوقت النشرة محدد بدقة ولا يمكن تجاوزه، مما يضع المحرر أمام تحد حقيقي (العرض المكثف)، الأمر الذي لا يعاينه المحرر الصحفي.

. في تحرير الخبر التلفزيوني تأتي المقدمة لتبرز أهم عنصر في الخبر، ويأخذ الشريط المصور بلقطاته المختلفة المشاهد إلى قلب الحدث، وتناسب كل لقطة مع ما يقرأه المذيع بحيث لا تكرر الكلمات ما تقوله الصور.

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي

❖ المفهوم :

تتعدد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية و تختلف من باحث الى آخر، حيث يعرفها بالاس 2006Balas على أنها: "برنامج لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة"¹

وتعرف أيضا على أنها: "مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدود وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذي يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف و تتنوع من موقع الى آخر"²

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل الصداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال إستمرار تفاعل الاعضاء فيما بينهم

¹ مريم نزيهان نومان، مرجع سابق، ص 44

² مرجع نفسه، ص 45

وعليه فإن الشبكات الاجتماعية هي مجموعة من المواقع تتيح للأفراد التواصل في مجتمع إفتراضي يُعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الإهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع و الصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة¹

❖ النشأة :

عند البحث عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها يجدر الإشارة الى مرحلتين أساسيتين هما:²

المرحلة الأولى : يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للمواقع الاجتماعية و هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب Web1، ومن أبرز المواقع التي ظهرت في هذه المرحلة موقع The glole.com في أمريكا عام 1995 ثم تلاه موقع Geocities وموقع Zripod، حيث كانت تركز على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات و الأفكار الشخصية وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات

ومن المواقع التأسيسية موقع Classmates.com الذي ظهر بهدف ربط زملاء الدراسة من خلال البريد الإلكتروني

وشهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع Journal Live وموقع Cyword عام 1998، الذي أنشأ في كوريا .

وكان من أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، و على الرغم من أنها وفرت بعض خدمات التواصل الاجتماعي الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء .

¹ مريم نويمان نومان، مرجع سابق، ص46

² بوقنون نحا، مخاشة منال، شوانة يمينة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، مذكرة ماستر في الاعلام والاتصال، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2017، ص45

المرحلة الثانية :يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجهة الثانية للويب Web2 و المقصود هنا أنها إرتبطت بتطور خدمات المواقع ،حيث شهدت هذه المرحلة إقبالا متزايد من قَبَل المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف أرجاء العالم بين عام 2002 و2004 وهذا من خلال ظهور مواقع جديدة ساعدت على ذلك . وكان أولها موقع MySpace.com الذي فتح آفاقا واسعة لهذا التنوع من المواقع ،و قد حقق نجاحا باهرا منذ إنشائه عام 2003.

بعد ذلك توالى ظهور هذه المواقع ، لكن العامة الفارقة كانت في ظهور موقع Facebook الذي جاء ليمنحهم من تبادل المعلومات في ما بينهم وإتاحة الفرصة أما الأصدقاء للوصول الى ملفاتهم الشخصية حيث أصبح أهم مواقع التواصل الاجتماعي في فترة قصيرة على مستوى العالم .

❖ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص نذكر منها ¹:

1. خاصية إنشاء ملفات شخصية: Profile

هذه الخاصية توفر للمستخدم في الموقع عمل ملف خاص به يحتوي على جميع البيانات التي قام بإدخالها عند تسجيله الدخول على الموقع :إسمه ،وظيفته،تاريخ الميلاد .. وغيرها من المعلومات ،ويمكن إستغلال هذا الملف في نشر ذكرياته الخاصة

2. خاصية الصور: Photos

تتيح هذه الخاصية للمستخدم إمكانية إعداد ألبومات للصور الخاصة به كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين لديه ..

3. خاصية المجموعات: Groups

¹ ليلي حسين، إتجاهات الطلبة نحو إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك،تويتر)،مذكرة ماستر في علم الاجتماع،جامعة محمد خيضر بسكرة،2015،ص37،38

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على شبكات التواصل الاجتماعي حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة لها إهتمام و هدف يجمعها وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة

4. خاصية المشاركة: Share

تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم ،وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الاعلام و المتلقين¹

5. خاصية المحادثة: Chat

تتيح المحادثة بإتجاهين ،بعكس وسائل الاعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها بإتجاه واحد²

6. العالمية :

تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية ،وتتحطم فيها الحدود الدولية ،حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ،ببساطة و سهولة التفاعلية³

7. خاصية التنوع وتعدد الاستعمالات :

حيث يستخدمها الطالب للتعلم ،و العالم لبث علمه و تعليم الناس ،والكاتب للتواصل مع القراء.. وغيرها .

¹ السعيد حنان وضيف عائشة،إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي ،مذكرة ماستر في تكنولوجيا الاتصال الجديدة،جامعة قاصدي مرباح،ورقة،2015ص29

² نفس المرجع،ص29

³ نفس المرجع ،ص30

المطلب الثاني: أشهر شبكات التواصل الاجتماعي

❖ اليوتيوب : YouTube

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع و مشاهدة و مشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني ،تأسس في فبراير سنة 2005، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون تكلفة مالية

فبمجرد أن يقوم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها الملايين من الأشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من ادارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات فضلا عن تقييم ملف الفيديو لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع¹

خصائص و مميزات اليوتيوب :

يتميز موقع اليوتيوب بمجموعة من الخصائص نذكر منها² :

- يستطيع المستخدمون من خلاله تحميل و تبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم وتصفح ملايين المقاطع الاصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الاعضاء
- العثور على جماعات الفيديو والالتحاق بها وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات ذاتها
- يحتوي الموقع على المقاطع والاحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش
- شعبية اليوتيوب أدت الى تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى و منبر للاعلانات الترويجية اذ يؤسس الموقع لمفهوم اعلامي جديد وهو ما يطلق عليه بالترويج المقاطع

¹مرتم بن سهيل ،مرجع سابق ،ص67

² عيادي منير،مرجع سابق ،ص58

- يحتوي اليوتيوب على عدد هائل من مشاركات الفيديو للمستخدمين تجعل منه المرجع الرئيسي لمقاطع الفيديو مهما كان نوعها

❖ تويتر: Twitter

هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، يقدم خدمة التدوين المصغّر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم وعن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة¹

في تغذية شخصية إخبارية، تمكن للمستخدم أن يحدّث تغذيته مباشرة من خلال موقع تويتر، أو يمكنه استخدام التطبيقات المكتبية أو الهاتف النقال بما فيها الرسائل النصية، ويمكن الولوج الى هذه التغذيات الاخبارية مباشرة من خلال صفحة المستخدم كما يتيح تويتر للمستخدم الحصول على تحديثات على هاتفه النقال أو من خلال التطبيقات المكتبية التي يختارها²

مميزات وخصائص: Twitter

يتميز التويتر بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي نختصرها في ما يلي:³

- يسمح بعدد محدود من المداخلات والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، وبالتالي فالموقع يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة و سهولة تركيزاً على طريقة خير الكلام ما قل و دل
- السرعة في نشر الخبر على الانترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين مشتركين في الانترنت حتى ولو لم يكونوا مشتركين في موقع تويتر قراءة ما كتب و الاستفادة منه
- يتيح إمكانية التواصل بين المستخدمين عن طريق رسائل SMS بواسطة يمكن إستقبال آخر اخبار أصدفائك أينما كتب وفي أي وقت

¹ عيادي منير، مرجع سابق ص55

² هشام أحمد عبد الكريم سكيك، مرجع سابق، ص7

³ عيادي منير، المرجع نفسه، ص56

❖ الفاييسبوك: Facebook

فيس بوك (بالإنجليزية Facebook) موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، وسمي الفاييسبوك بهذا الإسم على غرار ما كان يسمى به "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض

والفايسبوك هو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو إعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية و تعارف لمن يريد أن يتعرف عليه و يتواصل معه

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العض من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره¹

❖ ماي سبيس: MySpace

نشأت شبكة التواصل الاجتماعية ماي سبيس عام 2003 على يد كريس دولف وتوم أندرسون برعاية من "براد غرينسبان" و"جوش بيرمان"، المالكين لشركة إي يونيفرس التي مدت المولود الجديد بشبكته البالغة 20 مليون منتسب و قدمت دعماً قويا، وقد طور هذا الموقع خلال عامي 2007 و2008 من شكله و العديد من الخدمات التي يوفرها، وأضاف "ماي سبيس الموسيقى" الذي إشتهر عبره الكثير من المغنين، وبلغ هذا الموقع مكانة عالية حين أصبح مكانا للحملات الانتخابية الأمريكية

وهناك العديد من الفوائد والمميزات المقدمة على ماي سبيس، وهو بمثابة منفذ للعديد من الأفراد الذين يعملون بشكل مستقل للحصول على الكلمة حول المواهب الخاصة بهم والمنتجات²

¹ مريم بن سهيل، مرجع سابق، ص56

² هشام أحمد عبد الكريم سكيك، مرجع سابق، ص73، 74

المطلب الثالث : خدمة المعلومات الإخبارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

في ظل هذا التطور المذهل في عالم الإعلام الرقمي، وبالموازاة تماما مع ارتباط ذلك بتطور الإعلام والخبر معه، أصبح عالم الأخبار الرقمي هو الأول من نوعه، وتفوق بذلك على الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي، بل إن كل هذه الأنواع بدأت تتجه بشكل متسارع للحاق بالركب ومواكبة هذه الطفرة في عالم الإعلام والأخبار¹.

ولعل السائد في تفكير البعض أن الحصول على الخبر ما زال يؤخذ من التلفاز مثلا أو الراديو من خلال المحطات الإخبارية أو من الجرائد والمجلات. لكن الحقيقة فعلا أن كل ما ذكر آنفا بدأ يتلاشى شيئا فشيئا، فنسبة من يتابع الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي - حسب إحصاءات قام بها موقع "رايتر أكسس - (Writeraces) "قربت الـ50%. وفي ظل انتشار الأجهزة الإلكترونية وتطورها المتسارع، فإن 56% يستخدمون هواتفهم الذكية للحصول على الأخبار، بينما يحصل عليها 29% من خلال الأجهزة اللوحية والحواسيب المحمولة.

إن المتابع للتحديثات الجديدة والخدمات التي يقدمها موقعا فيسبوك وتويتر يدرك يقينا أنهما الأكثر نجاحا حتى الآن في الحصول على الخبر وصناعته، وتبدو المنافسة بينهما جلية، إذ يحرص كل منهما على توفير كل التسهيلات الممكنة ليكون الأفضل على الإطلاق كمصدر أول للخبر.

تويتر.. المنصة الأفضل لعالم الأخبار

في بحث أعدّه موقع "سوشيال تايمز (Social Times) "يتضمن استطلاعاً لآراء أكثر من 4700 مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، كشف أن مستخدمي تويتر هم المستهلكون الأكثر تعطشا للأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

¹ عبد الله الرشيد، عالم الاخبار في تويتر وفيسبوك، تم زيارته في 02/05/2018، بتوقيت 16:30

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/03/160320122949710.html>

بناءً على الدراسة، أُكِّد قرابة 79% من مستخدمي تويتر أن استخدامه للحصول على الأخبار أسهل بكثير مقارنة ببقية شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وأنهم تمكنوا من الحصول على زخم كبير من الأخبار بعد انضمامهم إلى تويتر، مع ملاحظة أن 40% يستخدمونه للحصول على الأخبار العاجلة.

كما بينت الدراسة أن قرابة 80% من مستخدمي تويتر يأخذون الأخبار من خلال تصفح "TimeLine" الخاص بهم بشكل اعتيادي، في حين يذهب 67% منهم إلى حسابات بعينها للحصول على الخبر، كما يفتح 92% الروابط المرفقة ويقرؤون تفاصيل الخبر.

وبطبيعة الحال فإن الحصول على الأخبار يتم عبر أمرين: إما متابعة أفراد بعينهم (صحفيين وكتاب ومحللين)، أو متابعة قنوات وصحف إعلامية رسمية معينة. وبناءً على هذه الدراسة، فإن 73% يتابعون أفراداً من الصحفيين والكتاب، بينما يتابع 63% حسابات القنوات والصحف الإخبارية الرسمية¹.

فايسبوك يتجاوز غوغل كمصدر أول للخبر:

تبين دراسة قامت بها شركة "Parse.ly" ونشرت مؤخراً على موقع "فورتون (fortune)"، أن معدل الأشخاص الذين يتصفحون المواقع الإخبارية عبر موقع فيسبوك أصبح أكثر من عدد الأشخاص الذين يقومون بذلك عبر موقع غوغل.

ويُعلم أيُّ عامل في مجال المواقع الإخبارية أو المؤسسات الصحفية أن الروابط التي تنشر في صفحات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفايسبوك، أصبحت من أهم المصادر الخبيرة الموجودة في الشبكة العنكبوتية، والتي باتت تنافس طريقة "البحث" عبر مواقع التصفح.

وحسب ما ذكرته شركة "Parse.ly"، لم يعد فايسبوك ينافس غوغل في هذا الأمر فحسب، بل تجاوزه بقدر كبير. ويقول مدير مكتبها الفني إنها رصدت آخر النسب فيما يتعلق بمصادر الأخبار من شبكات

¹ عبد الله الرشيد، عالم الاخبار في تويتر وفايسبوك، مرجع سابق.

التواصل الاجتماعي، والتي تشير إلى أن فايسبوك تصدر القائمة بنسبة 43% وأصبح المصدر رقم واحد حيث تفوق على غوغل الذي أتى ثانيا بنسبة 38%¹

المبحث الثاني : موقع الفاييسبوك

المطلب الأول: مفهوم ونشأة الفاييسبوك

يعتبر الفاييسبوك، حدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما، تختلف مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة "فايسبوك المساهمة العامة"، تتعدد الجهات التي تستخدم الفاييسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفاييسبوك لإغراض تعليمية أو سياسية، اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لإغراض ترفيهية علاقات الاجتماعية، فقد ارتبط الفاييسبوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها، لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من هذه الأعمال، ولما وفره أيضا من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم في أسرع وقت²

يعرف قاموس الإعلام والاتصال: الفاييسبوك، على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه إتسع ليشمل كل الأشخاص"

بدأ الفاييسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد "مارك زوكربرج" Mark Zuckerberg الذي أصبح في ما بعد أصغر ملياردير في العالم "فكرة زوكربرج" كانت تقضي بإنشاء موقع إنترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة وإبقاء على الروابط

¹ عبد الله الرشيد، عالم الأخبار في تويتر وفايسبوك، مرجع سابق

² السعيد حنان وضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر في تكنولوجيا الاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص33

بينهم بعد التخرج، وبالفعل جسد فكرته التي رأت النور في 4 فبراير 2004 ومع إنطلاق حقق الموقع نجاحا كبيرا ليصبح اليوم من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها إستخداما¹

تتيح شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك للمستخدمين التعرف على بعضهم البعض عن قرب أكثر عن طريق نشر الصور، ونشر ما يدور في الخاطر من أفكار وبتيح لهم نشر مقاطع الفيديو كما ويستطيع المستخدم التفاعل مع ما ينشر عن طريق الأيقونات المتاحة مثل أيقونة " أعجبنى " كما ويستطيع مشاهدة الصور و المنشورات وإعادة نشرها على صفحته الخاصة ليتيح لمن هم في قائمة أصدقائه أن يشاهدوا ما تم نشره ، الى ذلك يتيح الفايسبوك للمستخدمين إنشاء المجموعات الخاصة لزيادة التفاعل بين المستخدمين، وكذا أيضا يتيح إمكانية لعب الالعاب المختلفة، وتتفاعل العديد من المواقع الالكترونية الاخرى مع الفايسبوك بشكل جديد²

توفر شبكة الفايسبوك قاعدة هائلة من المستخدمين متصلة بعضها البعض الآخر الامر الذي يزيد من عنصر التفاعلية التي تعطي حيوية وتتسبب بخلق بيئة تفاعلية بين المستخدمين، حيث يتم وصول التغذية الاخبارية للمستخدم عن نشاطات أصدقائه الامر الذي يعطي تجربة جديدة تتيح للمجموعة القدرة على التوسع بسرعة إن كانت رسائلها مرضية³

المطلب الثاني: فوائد وسلبيات الفايسبوك

الإيجابيات والفوائد :

¹ مريم نزيهان نومار، مرجع سبق ذكره، ص55، 56

² السعيدى حنان وضيف عائشة، المرجع نفسه، ص33

³ هشام أحمد عبد الكريم سكيك، مرجع سابق، ص67

يقدم موقع الفاييسبوك خدمات الى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من الاعمال، ومن هذه الخدمات مايلي¹:

- إتاحة الفرصة للصدقات والتواصل بين الاعضاء المشتركين في هذا الموقع
- خدمة الشركات ورجال الأعمال في الاعلان عن الوظائف وإختيار الموظفين، وكذلك يمكن للفايسبوك إسداء خدمات في التسويق و الترويج للمنتجات
- يتيح الفاييسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيح المواقع الأخرى كذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الالكتروني
- التواصل مع مجتمعات إفتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات، أصبح لمعظمهم حسابات على الفاييسبوك للتواصل معهم والاطلاع على أخبارهم
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور، مقاطع الفيديو .. يرغب العضو في الاحتفاظ بها للرجوع إليها لاحقاً

السلبيات والمشاكل :

يمكن ذكر عدد من السلبيات التي تأتي كما يلي²:

- محتوى الموقع غير منظم: تتمتع شبكة الفاييسبوك بقاعدة شعبية واسعة تشمل حوالي 80 مليون كستخدم على وجه التقدير، ويوفر هذا العدد من المستخدمين محتوى هائل، كما أنثمة مجتمعات أخرى منافسة لذا فأنت لاتنافس المجموعات الأخرى للإستحواذ على اهتمام العدد الأكبر من

¹ مريم بن سهيل ، مرجع سابق ،ص62

² هشام أحمد عبد الكريم سكيك، مرجع سابق،ص68،69

المستخدمين فحسب، بل عليك أن تتوقع عدد كبير من الملفات ليتم تحميله الى حائط عرض المجموعة

- ادارة الملفات :يتوجب على مستخدم شبكة الفايسبوك ادارة الملفات و المواضيع التي يتم نشرها على صفحات المستخدمين، وإبقاء الاشياء التي يمكن أن يستفيد منها المستخدم
- مستوى الالتزام غير واضح :حيث أن التسهيلات الكبيرة أمام انتساب المستخدمين يعني أن حجم المجموعات لا يدل تحديدا على التزام المنتسبين الأكيد اليها ،وهذا يزيد من الامر صعوبة لإستهداف المنتسبين الذين سيكونون فاعلين ،لاسيما عند التخطيط للاحداث
- شبكة الفايسبوك غير مصممة على أساس يضمن الفاعلية :قد تكون الخدمات التي تقدمها هذه الشبكة مجانية ،إلا أنها غير مصممة لتلبي حاجات المستخدم الفاعل المنظم ،أي أنك ستجد أن فعالية الموقع لاتلائم حاجاتك في الكثير من الاحيان و عليك أن تبحث كثيرا قبل أن تجد ما هو فعال .

- سهولة التلاعب بالصور والعناوين: الفايسبوك منصة مفتوحة للتواصل عبر مشاركة الصور والروابط والتحديثات المختلفة ،تقول الدراسات إن حوالي 60% من مستخدمي الفايسبوك سيشاهدون الصورة دون أن يضغطوا على رابط الخبر، وسيشاركون الرابط بالعنوان المتلاعب فيه دون أن يتحققوا من صحته بأنفسهم¹

المطلب الثالث :مشاكل و إنتقادات التي تعرض لها الفايسبوك

تعرض موقع الفايسبوك للكثير من الانتقادات على مدار السنوات القليلة الماضية، ففي يناير عام 2008 قامت إحدى المجموعات على الفايسبوك بالإفصاح عن هوية ستيفاني رينجيل، الفتاة التي قتلت في ولاية تورونتو، والتي لم تكن أسرتها قد أعطت تصريحاً لشرطة بنشر إسمها أو أسماء المتهمين في القضية لوسائل

¹أحمد الخطيب//<https://www.sasapost.com/>، تم زيارته في 12/05/2018، بتوقيت 18:18

الاعلام ،حيث أنه يحظر نشر أسماء القصر الذين تتم ، إدانتهم في إحدى القضايا بموجب قانون العدالة الجنائية للاحداث ،رغم محاولات الشرطة وكذلك القائمين على الموقع بالالتزام بقواعد الخصوصية عن طريق حذف إسم الفتاة إلا أنهم قد لاحظوا صعوبة القيام بذلك حيث تتم إعادة نشر البيانات مرة أخرى كلما تم حذفها¹

ونظرا لطبيعة الفيسبوك التي تتيح دخول أي فرد إليه فإن العديد من الدول قامت بحظر الدخول الى الموقع ومن بينها سوريا وإيران وقد ذكرت الحكومة السورية أن قرار الحظر جاء إستنادا الى قيام البعض بالتحريض على شن هجمات ضد السلطات من خلال الموقع ، كما إنه تم إستخدام الفيسبوك من قبل بعض المواطنين السوريين لتوجيه الإنتقادات الى الحكومة ، وجدير بالذكر أن توجيه إنتقاد عاني للحكومة السورية يعد جريمة يُعاقب عليها بالسجن ،وفي إيران تم حظر إستخدام الموقع بسبب مخاوف من أن يتم إستغلال هذا الأخير في حركات معارضة للحكومة

فإن إمكانية إستخراج البيانات مازالت متاحة، كما ثبت في شهر مايو من عام 2008 عندما أوضح برنامج كليك على قناة BBC أنه يمكن سرقة البيانات الشخصية لمستخدمي الفيسبوك وأصدقائهم من خلال إرسال تطبيقات خبيثة²

وقد صرح إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ -الذي يمتلك مجموعات إعلامية أميركية وعالمية- إن على فيسبوك أن تدفع لناشري الأخبار "الموثوقين" ما وصفها بـ "رسوم نقل" تشبه النموذج الذي تستخدمه شركات الكابل وسط جهود تبذلها شركة التواصل الاجتماعي لمكافحة المعلومات المضللة على منصتها.

وقال مردوخ الذي يسيطر على صحيفة وول ستريت جورنال بصفته الرئيس التنفيذي لشركة "نيوز كورب" -في بيان له- "لقد جعل فيسبوك وغوغل مصادر أخبار سوقية أكثر شعبية من خلال خوارزميات مبرجة لهاتين المنصتين، لكنها (مصادر الأخبار) غير جديرة بالثقة بطبيعتها."

¹ مريم بن سهيل، مرجع سابق، ص63

² نفس مرجع، ص64

وكان الرئيس التنفيذي لفايسبوك مارك زوكربيرغ أكد أن شركته ستكافح المعلومات المضللة والإثارة على منصتها، باستخدام استطلاعات المستخدمين لتحديد مصادر الأخبار "الجديرة بالثقة".

وقال مردوخ "لقد جرت مناقشات كثيرة حول نماذج الاشتراك، ولكن لم أرَ بعد اقتراحا يعترف بحق بالاستثمار في القيمة الاجتماعية للصحافة المهنية."

وأصبحت جودة الأخبار على فايسبوك محل الشك بعد انتشار أخبار مزيفة على موقع التواصل يعتقد أن وراءها جهات روسية، خلال انتخابات الرئاسة الأميركية عام 2016.

ولم يستجب فايسبوك وغوغل لطلب فوري من وكالة رويترز للتعليق على تصريحات مردوخ.

يذكر أن فايسبوك أعلن عن تغييرات كبيرة في صفحة آخر الأخبار للمستخدمين ستؤثر في نوعية المشاركات العامة التي تظهر في صفحاتهم، بحيث يتم التركيز أكثر على مشاركات الأصدقاء والعائلة¹.

¹ موقع اليوم السابع <https://www.youm7.com>، تم زيارته في 12/05/2018، بتوقيت 18:30

الجانب الميداني للدراسة

الفصل الثالث: الجانب الميداني

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

المطلب الأول: نوع ومنهج الدراسة

ينتمي موضوع هذه الدراسة الى الدراسات المسحية حيث يعتمد أسلوب المسح على جمع البيانات والمعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد¹

إن الدراسات المسحية تتضمن جميع البيانات لعدد كبير من الحالات بقصد تشخيص أوضاعها أو جوانب معينة من تلك الاوضاع والإقتصار على حالة واحدة، تفيدنا نتائج هذه الدراسات عادة في حل الكثير من المشكلات بما تقدمه من معلومات تشخيصية عن الموضوعات المتصلة بتلك المشكلات²

المنهج الوصفي: يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة من حيث خصائصها، أشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والاحداث، مع ملاحظة هذا المنهج يشمل في الكثير من الاحيان على عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والاحداث التي يدرسها³

يشمل المنهج الوصفي على مجموعة من الاساليب التي تستخدم من قبل الباحثين وأهم هذه الاساليب هو أسلوب المسح الذي يتمثل في جمع بيانات و متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد، ويقوم المنهج الوصفي 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 و المضمون والوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع و تطويره

¹ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص44

² رحيم يونس كروالعزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2008، ص99

³ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مرجع نفسه، ص42

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة هو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وتمثل مجتمع دراستنا في مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وبصفة أدق متابعي الصفحات الاخبارية " صفحة أخبار الأغواط الزرقاء "

العينة: هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها على وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا¹

يختلف حجم عينة الدراسة من باحث الى آخر ومن دراسة الى أخرى، وبشكل عام يمكن القول بأن هناك مجموعة إعتبارات يتوقف عليها إختيار حجم العينة هي:²

- درجة تجانس وتباين وحدات مجتمع الدراسة
- طبيعة المشكلة أو الظاهرة المدروسة
- مدى الثقة التي يريد الباحث الإلتزام بها
- الوقت والجهد والكلفة اللازمة لإختيار العينة

بالنسبة لعينة دراستنا فهي مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وبشكل أخص متابعي صفحة أخبار الأغواط الزرقاء، أين تم نشر الإستبيان الرقمي و بلغ عدد مفردات العينة 108 مفردة . حيث إعتدنا على العينة المتاحة

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات

الملاحظة : تعد الملاحظة واحدة من أقدم وسائل جمع المعلومات ،حيث إستعملها الانسان الأول في التعرف على الظواهر الطبيعية وغيرها من الظواهر، ثم إنتقل إستخدامها إلى العلوم بشكل عام و إلى

¹ رحيم يونس كروالعزاوي، مرجع سابق، ص161

² ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص138، 139

العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل خاص، وتُعد الملاحظة إحدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه وإتجاهاته و مشاعره¹

تعتبر الملاحظة المباشرة وسيلة هامة من وسائل تجميع البيانات ، ذلك لأنها تسهم إسهاما أساسيا في البحث الوصفي . وهناك معلومات يمكن للباحث أن يحصل عليها بالفحص المباشر، وذلك عندما يكون الأمر متعلق بالأشياء المادية و النماذج .. وفي هذه الحالة فإن العملية تكون بسيطة نسبيا حيث تتضمن التصنيف، القياس والعد²

الإستبيان الرقمي : غالبا ما يُقدم الاستبيان الرقمي في أحد شكلين إثنين : إما يُعد الاستبيان حاسوبيا ثم يرسل الى المبحوثين الافتراضيين بالبريد الالكتروني ليملأ من قبلهم ويُعاد الى الباحث ، أو يكون الاستبيان الرقمي المباشر على الويب ، ويتصف الاستبيان بهذه الطريقة بكونه يُعد بطريقة سهلة الفهم والتأويل ويجاب عن أسئلته بشكل قصير و مباشرة، ولا يفضل أن يكون الاستبيان طويلا إختصارا للوقت ومراعاة لإستعمال الحواسيب والشبكات³

وعليه قد إعتدنا في الاستبيان على 3 محاور رئيسية:

المحور الأول: يعبر عن البيانات الشخصية ويتضمن 4 أسئلة (أنظر الملحق رقم 1)

المحور الثاني : عادات وأتماط التعرض للفايسبوك وتتضمن 6 أسئلة.

المحور الثالث : التفاعلية على صفحة أخبار الأغواط وتتضمن 11 سؤالا.

* تم تحكيم وضبط الإستبيان من طرف الأستاذ خير الدين حجار و الأستاذ موسى جنخدم

¹ ربحي مصطفى عليان ،البحث العلمي أسسه مناهجه و أساليبه .إجراءاته،بيت الافكار الدولية ،الأردن،ص115

² أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه ،الدوحة،1994،ص138

³ علي محمد رحومه،علم الاجتماع الآلي،عالم المعرفة ،الكويت،2008،ص168

المطلب الرابع : حدود الدراسة

الحدود المكانية

أي المجال المكاني الذي تجري فيه الدراسة ، و الذي تمثل في الفضاء الافتراضي بإعتبار الدراسة حول مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، وبصفة أخص صفحات الإخبارية المحلية، إنخذنا كنموذج صفحة أخبار الأغواط الزرقاء والتي لديها أكثر من 180 ألف متابع حاليا .

الحدود الزمانية

هو الحيز الزماني الذي تتم به الدراسة ،التي بدأت من نهاية 2017 الى غاية بداية شهر ماي 2018 وهي مدة إعداد الدراسة أما بالنسبة لفترة إنطلاق الجانب الميداني أي الاستبيان الإلكتروني فكانت في أواخر مارس 2018 الى غاية منتصف شهر أبريل 2018.

من 2018/03/27 إلى 2018/04/20 حيث تحددت المدة بـ20 يوما

الحدود البشرية

هي العينة التي سوف تطبق أو تُجرى عليها الدراسة والتي تمثلت في متابعي صفحة أخبار الأغواط الزرقاء عبر موقع الفيسبوك ، حيث قدر عدد متابعي الصفحة بأكثر من 180 ألف متابع ، في حين تمثل عدد أفراد العينة بـ108 مفردة من متابعي الصفحة .

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

المطلب الأول: لمحة عن صفحة أخبار الأغواط

صفحة أخبار الأغواط : صفحة إعلامية فيسبوكية تهتم بنشر أخبار الجزائر عامةً و الأغواط خاصةً تتطرق لآخر المستجدات المحلية و الوطنية و حتى الدولية، في مجالات مختلفة كالسياسة و الثقافة والاقتصاد و الرياضة و السياحة و التاريخ و تراث المنطقة، تملك جمهورا واسعا يتعدى الـ 180 ألف معجب على صفحتها الرسمية في موقع التواصل الإجتماعي، و بذلك أصبحت صفحة رائدة على المستوى المحلي و حتى الوطني و هذا نتاج العمل الدؤوب لطاقمها الصحفي الشاب الذي يحرص على السبق الصحفي لنشر آخر الأخبار بكل مصداقية و موضوعية و بدون تحيز لجهة ما

تمتلك الصفحة شبكة مراسلين يتوزعون عبر مختلف مناطق ولاية الأغواط و حتى خارجها وتعمل بنظام مهيكّل، موزعةً طاقمها على فرق للعمل (فريق الرد على الرسائل - فريق المونتاج - فريق التصوير - فريق النشر - فريق البث المباشر - فريق التصميم والتطوير)¹

¹ صفحة أخبار الأغواط https://www.facebook.com/news.laghouat/?ref=br_rs

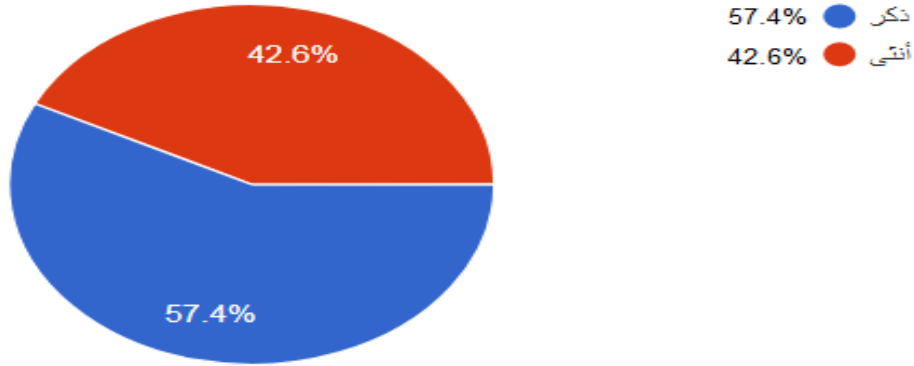
المطلب الثاني: تحليل و تفسير الجداول

المحور الأول : البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يمثل توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	62	57.4%
إناث	46	42.6%
المجموع	108	100

الشكل رقم (1) : دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس



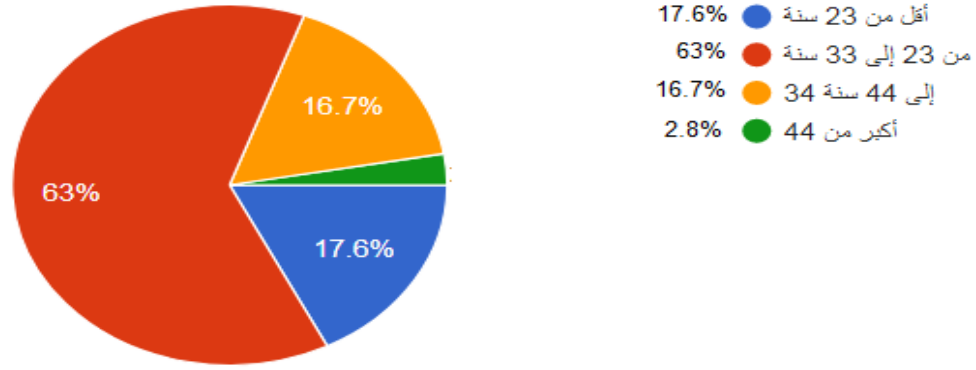
تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (01):

يتوضح من الجدول أعلاه التباين بين نسبة الإناث والذكور حيث بلغت نسبة الذكور 57.4% وهي أعلى من ما سجلته نسبة الإناث التي بلغت 42.6%، من إجمال أفراد العينة التي تمثلت 108 مفردة وبالتالي طغيان فئة الذكور على حساب فئة الإناث وهذا راجع الى طبيعة العينة المتاحة. و عليه نفسر ذلك بأن فئة الذكور أكثر إستخداما لموقع الفايسبوك .

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من 23 سنة	19	17.6%
من 23 الى 33 سنة	68	63%
من 34 الى 44 سنة	18	16.7%
أكبر من 44	3	2.8%
المجموع	108	100

الشكل رقم (2): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم(02):

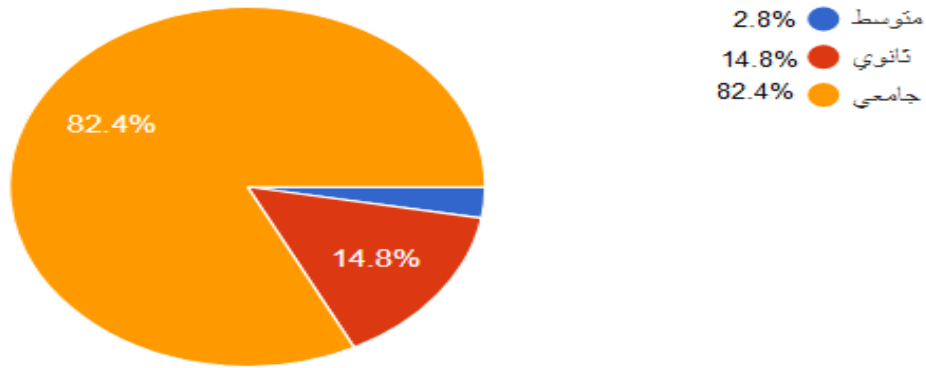
يتضح لنا من هذا الجدول ، أن أعلى نسبة تمثلت في 63% للذين تتراوح أعمارهم بين 23 و33 سنة في حين تليها نسبة 17.6% للذين أعمارهم تقل عن 23 سنة ، ثم بفارق بسيط نسبة 16.7% لفئة التي أعمارهم بين 34 الى 44، بينما ترتبت الفئة العمرية الأكبر من 44 سنة بالمرتبة الأخيرة بنسبة 2.8%

وهذه النتائج دلالة على أن فئة الشباب هي الأكثر إستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي ،وعلى وجه الخصوص موقع الفايسبوك ،حيث تُعد الفئة الأكثر إندماجا مع مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك كونها عاصرت التطور التكنولوجي .

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
2.8%	3	متوسط
14.8%	16	ثانوي
82.4%	89	جامعي
100	108	المجموع

الشكل رقم (3): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (03):

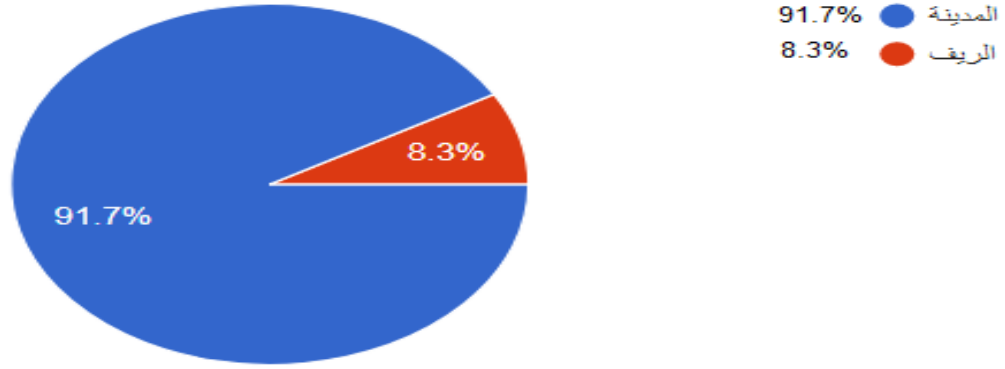
نلاحظ من خلال هذا الجدول التباين جليا ، حيث تمثلت المرتبة الأولى بأعلى نسبة 82.4% لفئة الجامعيين ، أما المستوى الثانوي فنسبة 14.8% ، لتليها كآخر نسبة بين هذه المستويات 2.8% لمستوى المتوسط .

وعليه يظهر تفوق فئة الجامعيين كأكبر فئة متابعة للصفحات الإخبارية ، وبشكل أحص صفحة أخبار الأغواط . وقد يكون ذلك راجعا لكونها الفئة الأكثر وعيا بين الفئات الباقية ، لهذا لها إهتمامات أكبر بالاطلاع على الأخبار وآخر المستجدات الجارية عبر الصفحات الإخبارية .

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان

النسبة	التكرار	المكان
91.7%	99	المدينة
8.3%	9	الريف
100	108	المجموع

الشكل رقم (4): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المكان



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (04):

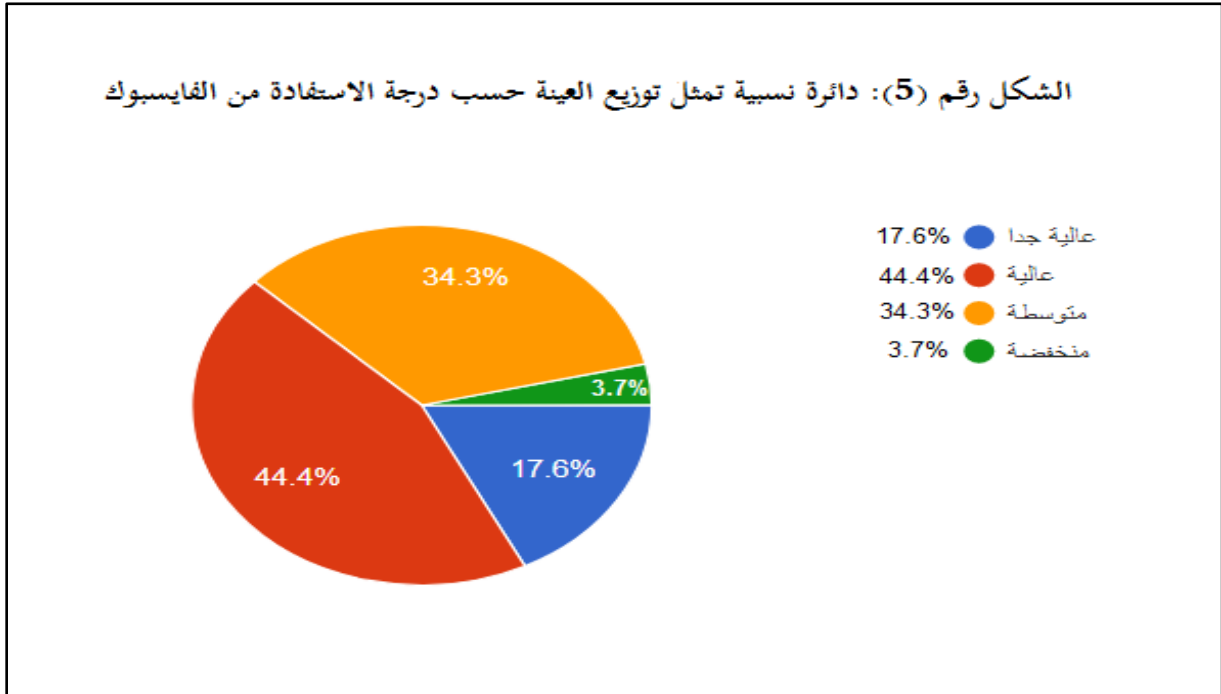
يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة ،حيث يلاحظ أن جلّ المبحوثين يقطنون بالمدينة ، وذلك بنسبة 91.7% في حين جاءت نسبة الذين يسكنون بالريف 8.3% أي بمعدل 9 أفراد من مجمل العينة .

وهذا راجع الى طبيعة المجتمع بحيث أن القاطنين بالمدينة أكثر تجاوبا وإندماجا مع مواقع التواصل الاجتماعي على خلاف نظيرهم المقيمين بالريف .

المحور الثاني : عادات وأنماط التعرض للفايسبوك

الجدول رقم (05): يوضح توزيع العينة حسب درجة الاستفادة من الفاييسبوك

درجة الاستفادة	التكرار	النسبة
عالية جدا	19	17.6%
عالية	48	44.4%
متوسطة	37	34.3%
منخفضة	4	3.7%
المجموع	108	100



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (05):

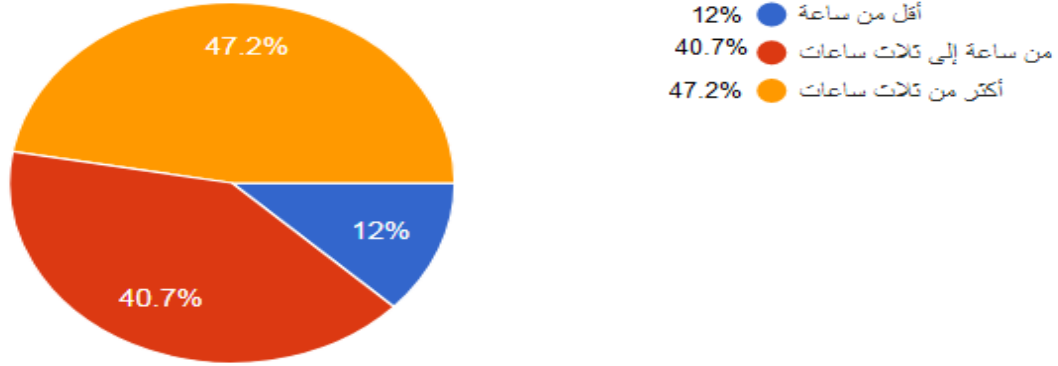
يوضح الجدول أعلاه درجة إستفادة المبحوثين من موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، وتشير نتائج الجدول الى أن جلّهم يستفيدون من الفايسبوك، وذلك بدرجة عالية بنسبة 44.4%، في حين تليها نسبة 34.3% بدرجة متوسطة . وجاءت بنسبة 17.6% أن أفراد العينة يستفيدون منه بدرجة عالية جدا ، وبدرجة منخفضة نسبة 3.7% .

وعليه يظهر ويلاحظ أن درجة الإستفادة من موقع الفايسبوك بمحملها تتراوح بين الدرجة العالية والمتوسطة، أي غالبية المبحوثين يرون بأن الفايسبوك يتم الاستفادة منه و بشكل كبير في حياتهم بشكل عام .

الجدول رقم (06): يمثل توزيع العينة حسب حجم وقت تصفح الفايسبوك

الوقت	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	13	12%
من ساعة الى 3 ساعات	44	40.7%
أكثر من 3 ساعات	51	47.2%
المجموع	108	100

الشكل رقم (6): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب حجم وقت تصفح موقع الفايسبوك



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (06):

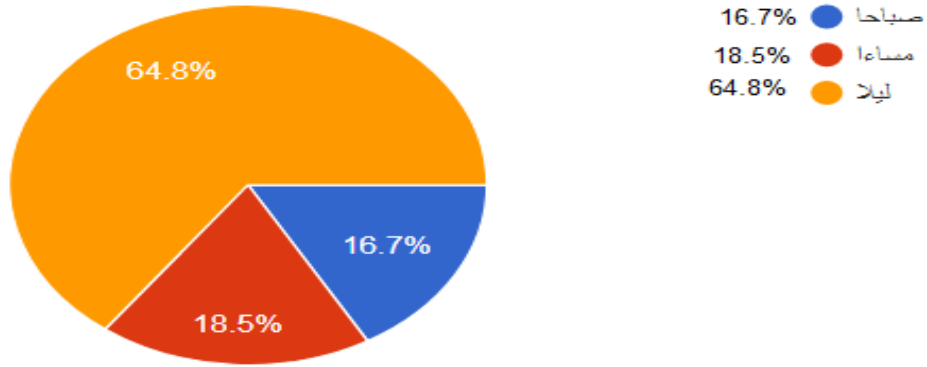
يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة من حيث عدد ساعات إستخدام أو تصفح الفايسبوك عادة إذ تقدر أعلى نسبة 47.2% للذين يتصفحونه أكثر من 3 ساعات ،لتليها بنسبة 40.7% الفئة التي تستخدمه من ساعة الى 3 ساعات ، وفي الأخير الفئة التي تتصفح و تستخدم موقع الفايسبوك أقل من ساعة بنسبة 12%

وهذا يفسر بأن الفايسبوك يستحوذ على تجاوب كبير من طرف مستخدميه ويأخذ جزء كبير من وقت غالبية المبحوثين ،وذلك راجع لكونه أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر إستخداما .

الجدول رقم (07): يمثل توزيع العينة حسب فترات تصفحهم للفايسبوك

الفترات	التكرار	النسبة
صباحا	18	%16.7
مساء	20	%18.5
ليلا	70	%64.8
المجموع	108	100

الشكل رقم (7): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب فترات تصفح الفاييسبوك



تحليل وتفسير الجدول رقم (07):

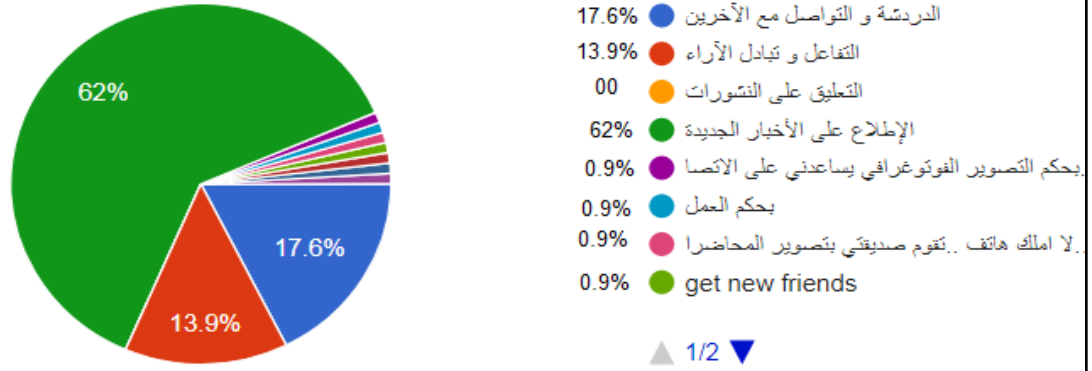
يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب فترات تصفحهم لموقع الفايسبوك، حيث جاءت نتائج معظم الباحثين على أنهم يتصفحونه ليلاً بنسبة 64.8%، لتليها فترة المساء بنسبة 18.5%، ثم فترة صباحاً بفارق طفيف 16.7%

وعليه يترتب بأن الفترة الأكثر تصفحاً للفايسبوك بالنسبة للباحثين هي ليلاً، ويعد هذا الترتيب منطقياً أكثر حيث أنها الفترة التي يتفرغ بها غالبية الأفراد لكونها فترة راحة وأكثر ملائمة، بعيداً عن أشغال النهار

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفايسبوك

النسبة	التكرار	الدوافع
17.6%	19	الدردشة و التواصل مع الآخرين
13.9%	15	التفاعل وتبادل الآراء
00	00	التعليق على المنشورات
62%	67	الاطلاع على آخر الأخبار الجديدة
6.4%	7	دوافع أخرى
99.9	108	المجموع

الشكل رقم(8): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب دوافع إستخدام الفايسبوك



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (08):

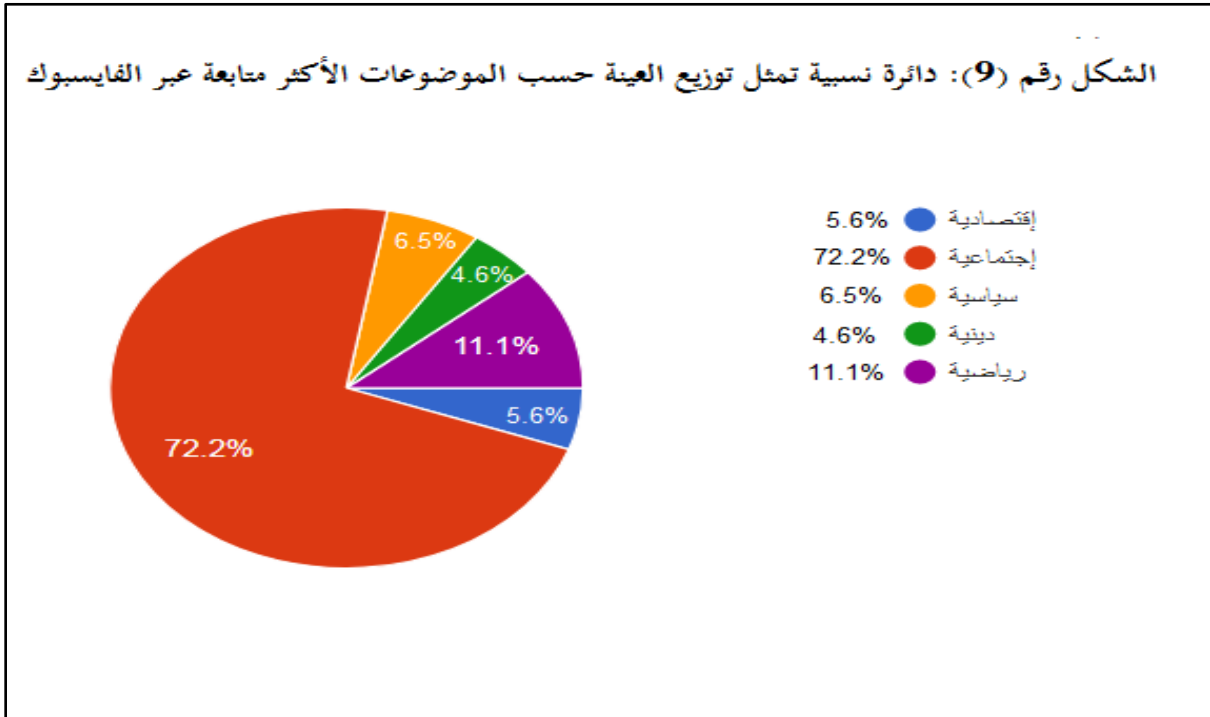
يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة من حيث دوافع إستخدامهم لموقع الفايسبوك، حيث لوحظ أن أغلبهم يستخدمه لغرض الاطلاع على آخر الأخبار الجديدة وذلك بنسبة 62% ، لتليها الدردشة والتواصل مع الاخرين بنسبة 17.6% ثم التفاعل وتبادل الآراء بنسبة 13.9% ، في حين لا يُعد التعليق على المنشورات دافع ذو أهمية بالنسبة للمبحوثين ، وقد ترتبت بعض الدوافع الأخرى من طرف المبحوثين بنسبة 6.4%، تم ذكر بها دوافع كالعمل و التسويق و تصوير وإنشاء الصداقات .

وعليه نستنتج أن موقع الفايسبوك قد تعدى كونه مجرد وسيلة للتواصل وبحث عن أصدقاء جدد ، الى وسيلة إخبارية يستخدمها جلّ المبحوثين كمصدر لإطلاع على آخر الأخبار و الاحداث الجارية.

الجدول رقم (09): يمثل توزيع العينة حسب الموضوعات الأكثر متابعة في الفايسبوك

النسبة	التكرار	الموضوعات
5.6%	6	اقتصادية
6.5%	7	سياسية
72.2%	78	اجتماعية
4.6%	5	دينية
11.1%	12	رياضية
100	108	المجموع

الشكل رقم (9): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الموضوعات الأكثر متابعة عبر الفايسبوك



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (09):

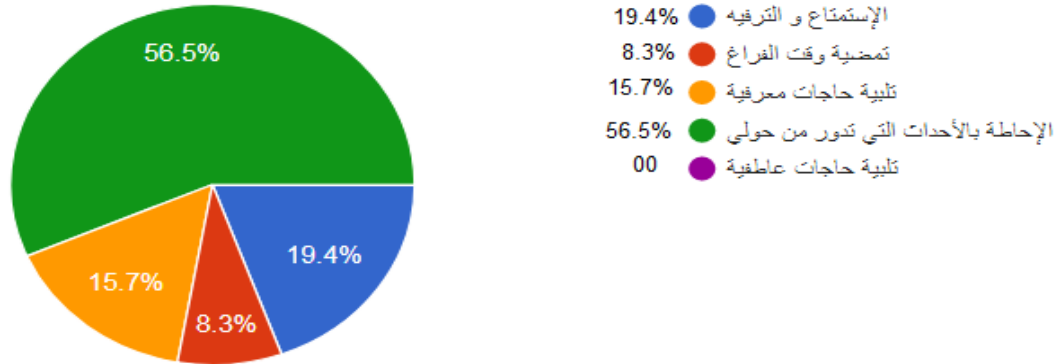
يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الموضوعات التي يتابعونها بشكل أكبر عبر موقع الفيسبوك حيث يلاحظ من خلاله أن جلهم يتابع الموضوعات الاجتماعية وذلك بنسبة 72.2%، تليها بفارق كبير الموضوعات الرياضية 11.1%، ثم الموضوعات السياسية بنسبة 6.5%، فالاقتصادية 5.6% وأدنى مرتبة بنسبة 4.6% للموضوعات الدينية .

ونفسر تفضيل الباحثين للموضوعات الاجتماعية أنه راجع الى طبيعة إهتماماتهم وميولاتهم الخاصة حيث أن أغلب أفراد العينة من فئة الشباب ، لذلك إختاروا الموضوعات الاجتماعية كأكثر متابعة فالرياضية حيث أنها أكثر المواضيع التي تدور في حيز إهتمامهم .

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة من تصفح الفيسبوك

النسبة	التكرار	الإشباعات المحققة
19.4%	21	الاستمتاع والترفيه
8.3%	9	تمضية وقت الفراغ
15.7%	17	تلبية حاجات معرفية
56.5%	61	الاحاطة بالاحداث التي تدور حولي
00	00	تلبية حاجات عاطفية
100	108	المجموع

الشكل رقم(10): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب الإشباعات المحققة من تصفح موقع الفايسبوك



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (10):

يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة من تصفحهم لموقع الفايسبوك، حيث يلاحظ من خلاله أن أغلبهم يستخدم الفايسبوك لإحاطة بالاحداث التي تدور من حوله وذلك بنسبة 56.5%، وتليها الإستمتاع والترفيه بنسبة 19.4 %، في حين يستخدمه البعض الآخر لتلبية حاجات معرفية بنسبة 15.7 %، أين يراه البعض الآخر كوسيلة لتمضية الوقت لاغير بنسبة 8.3%، في حين لم تتحصل تلبية الحاجات العاطفية على أي نسبة من قَبَل المبحوثين .

وعليه نستنتج أن الفايسبوك يستخدم كوسيلة لإشباع معرفة الفرد بما يدور حوله من أحداث وآخر الأخبار التي تحيط به ،وهذا تأكيد لنتائج الجدول "08" الذي يوضح أن أعلى نسبة لإستخدام المبحوثين لموقع الفايسبوك كانت لإطلاع على آخر الأخبار ب 62%.

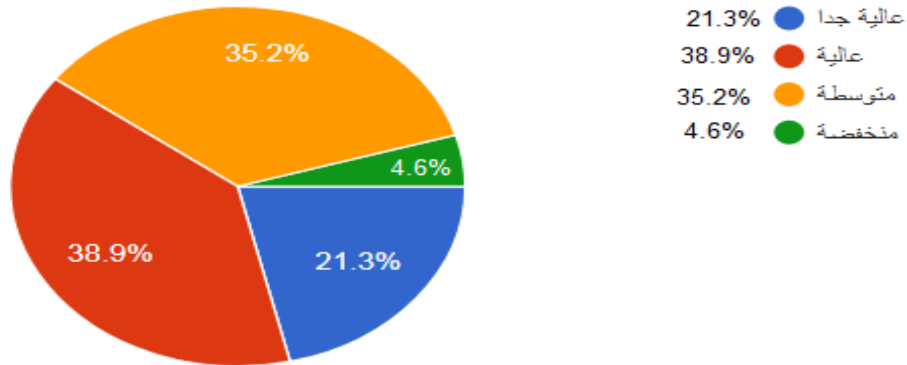
وعليه الفايسبوك لم يعد يقتصر فقط على تكوين الصداقات و التواصل بل أصبح له مدى جديد في إشباع الحاجة للأخبار .

المحور الثالث : التفاعلية على صفحة أخبار الأغواط

الجدول رقم (11): يمثل درجة متابعة الصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك

درجة المتابعة	التكرار	النسبة
عالية جدا	23	21.3%
عالية	42	38.9%
متوسطة	38	35.2%
منخفضة	5	4.6%
المجموع	108	100

الشكل رقم (11): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة متابعة الصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (11):

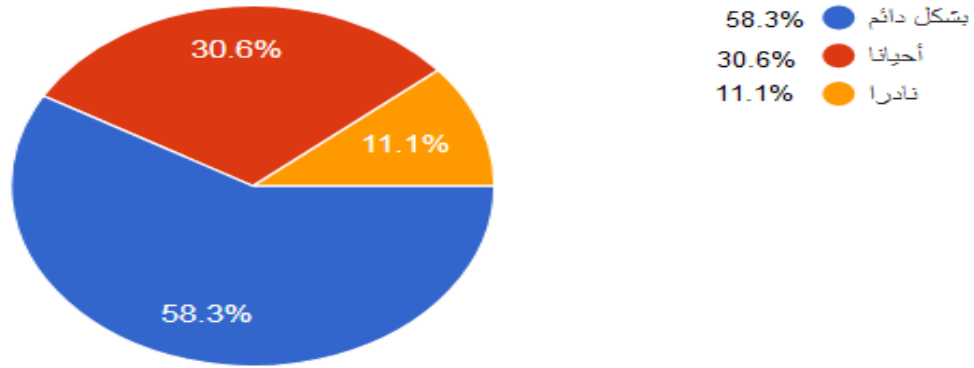
يمثل هذا الجدول درجة متابعة المبحوثين للصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك ،حيث يظهر جليا من خلال الجدول بأنها بدرجة عالية متمثلة بأكبر نسبة 38.9%، تليها بدرجة متوسطة نسبة 35.2% أما الذين يداومون على متابعة الصفحات الإخبارية بدرجة عالية جدا بنسبة 21.3%، في حين جاءت نسبة 4.6% بدرجة منخفضة .

ويمكن تفسير هذه النسب على أن للمبحوثين إهتمامات بالصفحات الإخبارية ،قصد إطلاع على آخر الأخبار والاحداث الجارية ، لهذا فإن لهذه الصفحات شعبية ودور في نشر الاحداث و القضايا الجارية وتلقى رواجاً من طرف الجمهور ،وهذا ظاهر في عدد متابعيها الكبير عبر الفايسبوك .

الجدول رقم (12):يمثل درجة متابعة صفحة أخبار الأغواط الزرقاء

النسبة	التكرار	درجة المتابعة
58.3%	63	بشكل دائم
30.6%	33	أحيانا
11.1%	12	نادرا
100	108	المجموع

الشكل رقم(12): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب درجة متابعة صفحة أخبار الاغواط



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (12):

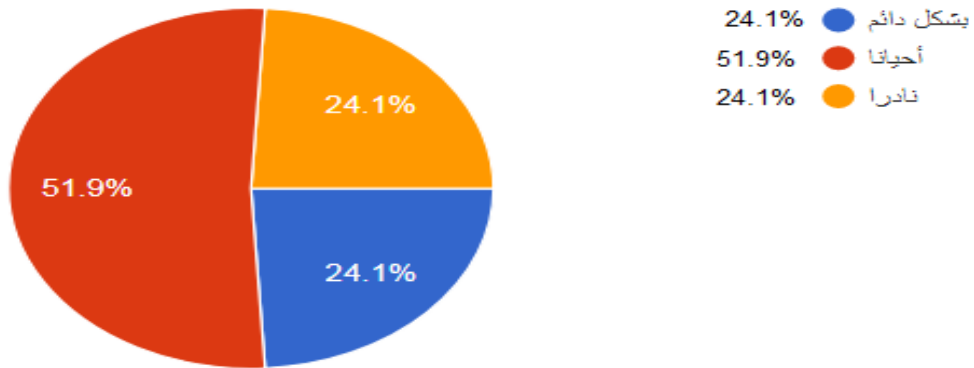
يُبين الجدول أعلاه درجة متابعة أفراد العينة لصفحة أخبار الأغواط عبر الفايسبوك، حيث يلاحظ بأن عدد كبير من المبحوثين يتابعها بشكل دائم بنسبة 58.3%، في حين يتابعها 30.6% أحيانا و11.1% يتابعونها إلا نادرا .

ونرجع هذه النتائج الى إهتمامات المبحوثين بالأخبار والقضايا الجارية وكذا تميز صفحة أخبار الأغواط التي لديها أكبر عدد من متابعين بين الصفحات الإخبارية المحلية الأخرى، أكثر من 180 ألف متابع وهذه دلالة على تميز الصفحة الإخبارية في تقديم و نشر خدمة إخبارية متميزة لتحصد هذا العدد الكبير من متابعين .

الجدول رقم (13): يمثل توزيع العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات صفحة أخبار الأوغاط

مدى التفاعل	التكرار	النسبة
بشكل دائم	26	24.1%
أحيانا	56	51.9%
نادرا	26	24.1%
المجموع	108	100

الشكل رقم (13): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب مدى التفاعل مع منشورات صفحة أخبار الأوغاط



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (13):

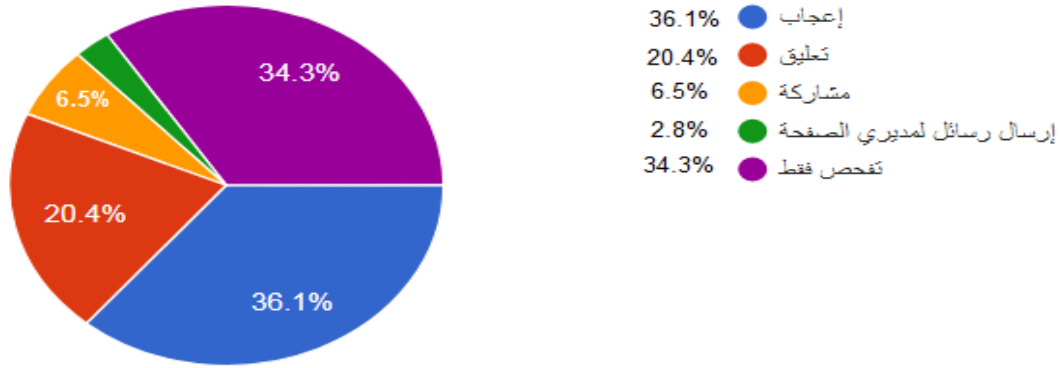
يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب مدى تفاعلهم مع منشورات صفحة أخبار الأغواط ، حيث يلاحظ أن أغلبهم يتفاعل أحيانا وذلك بنسبة 51.9% ، في حين جاءت درجة تفاعلهم بشكل دائم بنسبة 24.1% ونفس الشيء نادرا

ونستنتج من هذا تأكيدا على الجدول السابق الذي يوضح درجة متابعة الصفحة من طرف المبحوثين والتي سجلت درجة عالية ، بالرغم من ذلك فإن المبحوثين يتفاعلون مع منشوراتها إلا أحيانا وهذا راجع لإنشغالات المتابعين أو رغباتهم الخاصة ، ودرجة أهمية المضامين المنشورة بالنسبة لهم .

الجدول رقم (14): يمثل توزيع العينة حسب كيفية التفاعل مع المضامين المنشورة على صفحة أخبار الأغواط

النسبة	التكرار	كيف تتفاعل مع المنشور؟
36.1%	39	إعجاب
20.4%	22	تعليق
6.5%	7	مشاركة
2.8%	3	إرسال رسائل لمديري الصفحة
34.3%	37	تفحص فقط
100	108	المجموع

الشكل رقم(14): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب كيفية التفاعل مع المضامين المنشورة على صفحة أخبار الأغواط



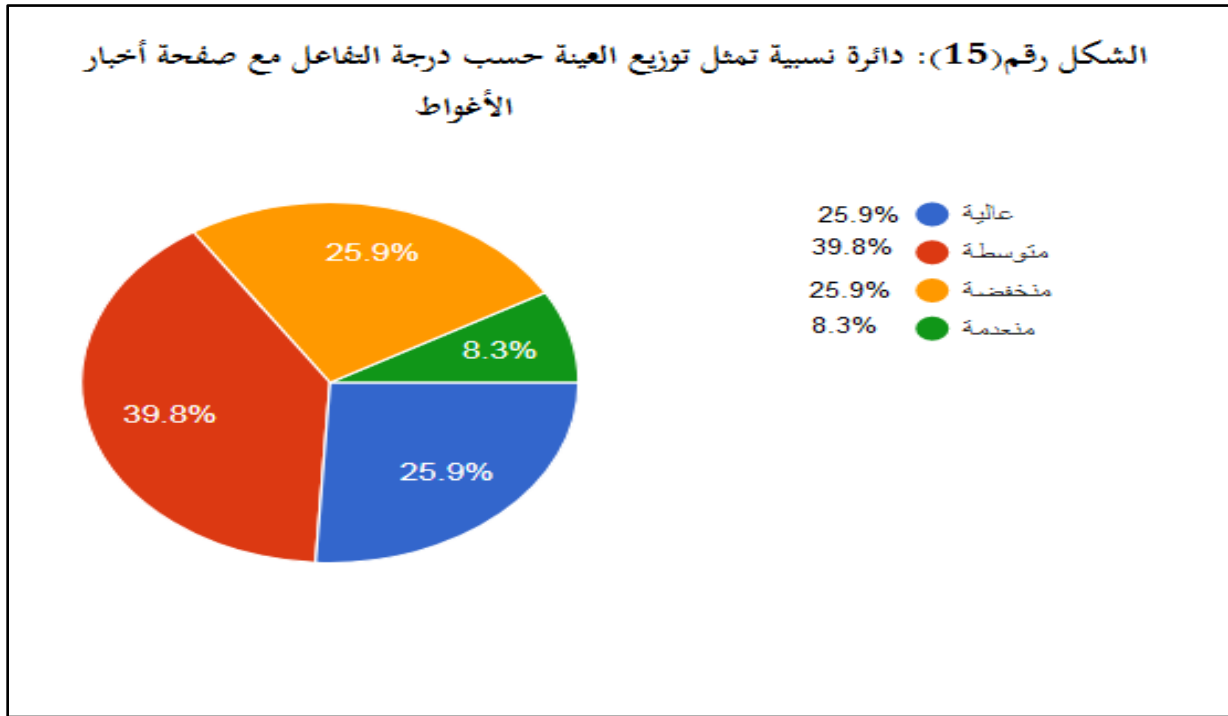
تحليل وتفسير نتج الجدول رقم (14):

يتبين من هذا الجدول كيفية تفاعل المبحوثين مع صفحة أخبار الأغواط عبر الفاييسبوك، حيث نجد 36.1% منهم يتفاعل بتسجيل إعجاب ، في حين يليها بفارق بسيط 34.3% نسبة الذين يقومون بالتفحص فقط، ونجد 20.4% من يقومون بالتعليق ، و6.5% الذي يتفاعلون عن طريق المشاركة وأخيرا نسبة 2.8% إرسال الرسائل لمديري الصفحة .

ونفسر هذه النتائج على أن أفراد المبحوثين يتفاعلون مع مضامين الصفحة وفق أهمية المنشور وكذا أيضا حسب طبيعه إهتماماتهم و ميولاتهم الخاصة .

الجدول رقم (15): يمثل توزيع العينة حسب درجة التفاعل مع صفحة أخبار الأغواط

النسبة	التكرار	درجة التفاعل
25.9%	28	عالية
39.8%	43	متوسطة
25.9%	28	منخفضة
8.3%	9	منعدمة
100	108	المجموع



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (15):

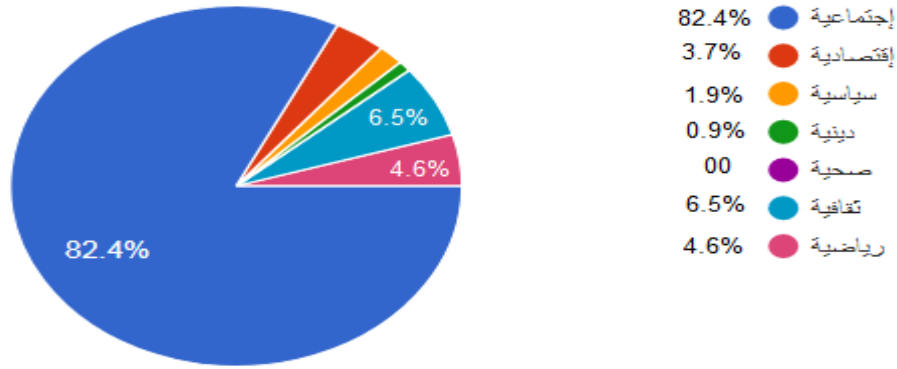
يتبين من خلال الجدول درجة تفاعل أفراد العينة مع صفحة أخبار الأغواط عبر الفايسبوك، فنجد أن درجة التفاعل متوسطة بنسبة 39.8% ، في حين جاءت درجة التفاعل العالية والمنخفضة بنفس النسبة 25.9% ، وإنعدام تفاعلهم بنسبة 8.3% .

ونفسر ذلك بطبيعة المبحوثين وإهتماماتهم، وكذا المضامين المنشورة في الصفحة ومدى أهميتها بالنسبة لكل فرد وتأثيرها على المبحوثين ، حيث أن كل فرد يتفاعل حسب ما يثيره ويلفت إنتباهه ويشبع حاجاته الخاصة .

الجدول رقم (16): يوضح المضامين الأكثر متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط الزرقاء

المضامين	التكرار	النسبة
اجتماعية	89	82.4%
سياسية	2	1.9%
اقتصادية	4	3.7%
دينية	1	0.9%
ثقافية	7	6.5%
صحية	00	00
رياضية	5	4.6%
المجموع	108	100

الشكل رقم (16): دائرة نسبية تمثل توزيع العينة حسب المضامين الأكثر متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط



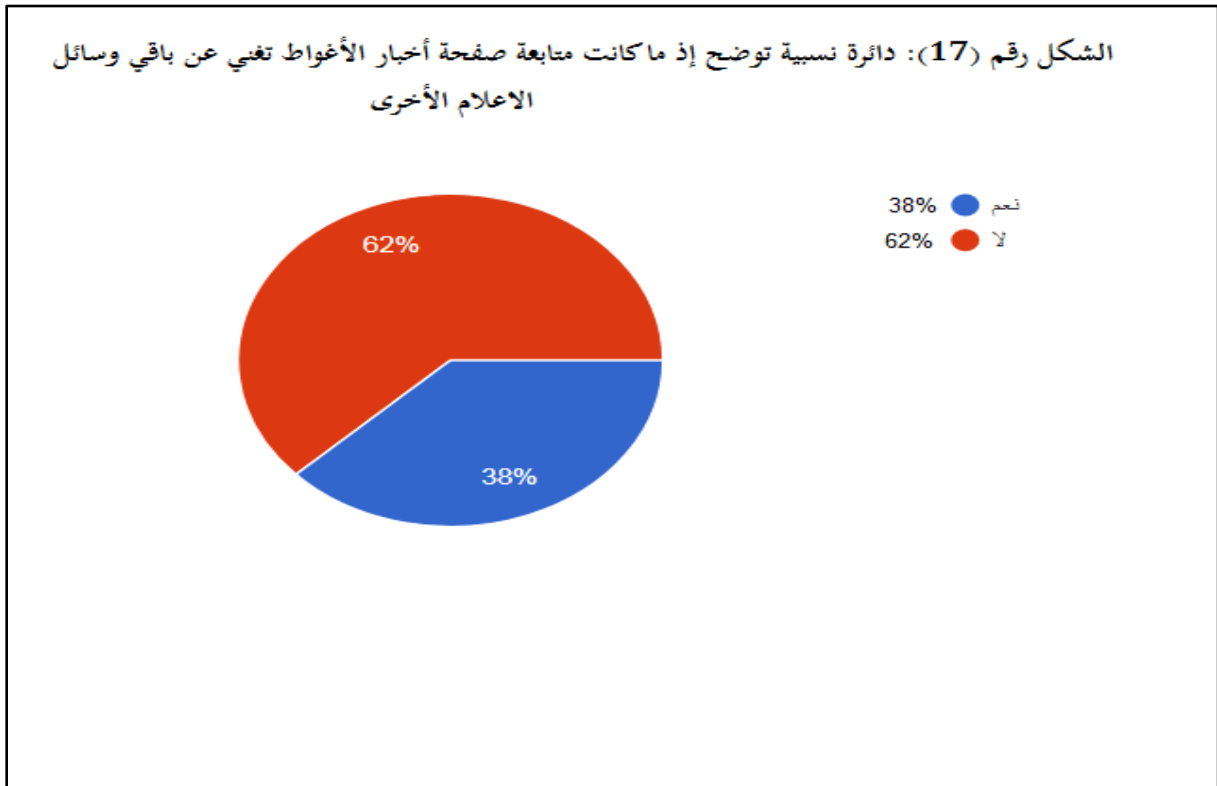
تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (16):

يتبين من خلال هذا الجدول المضامين أو المواضيع الأكثر متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط، وهنا يظهر التباين جليا حيث كانت حصة الأسد من نصيب المضامين الاجتماعية بنسبة 82.4%، لتليها المضامين الثقافية بنسبة 6.5%، ثم الرياضية 4.6% وبفارق طفيف تليها المضامين الاقتصادية 3.7% ثم السياسية 1.9%، فالدينية بنسبة 0.9% كآخر المضامين متابعة عبر صفحة أخبار الأغواط، في حين لم تتلقي المواضيع الصحية أي متابعة من قبل الباحثين .

ونفسر ذلك بأن ميولات وإهتمامات الباحثين تنحاز وبشكل واضح نحو المضامين الاجتماعية، لهذا تلقى متابعة أكبر في صفحة أخبار الأغواط، كونها تدور في نطاق مجاهم أي أخبار وأحداث البيئة والمجتمع الذي يعيشون ضمنه .

الجدول رقم (17): يوضح إذ ما كانت متابعة الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط تُغني عن باقي وسائل الاعلام الأخرى

النسبة	التكرار	/
38%	41	نعم
62%	67	لا
100	108	المجموع



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (17):

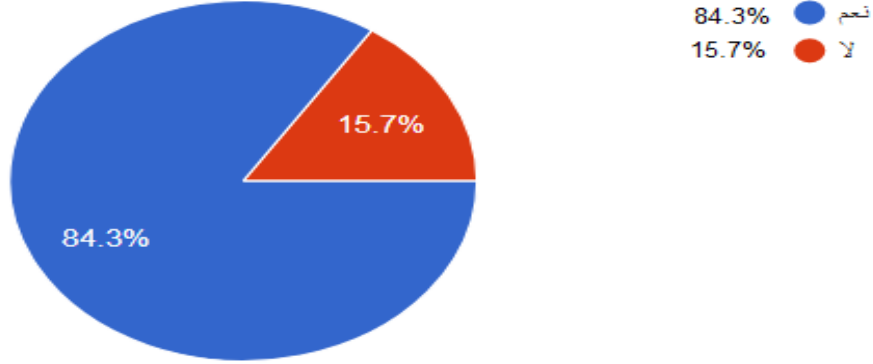
يبين هذا الجدول إذ كانت متابعة الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط تُغني عن بقية وسائل الاعلام الأخرى، بحيث يظهر من إجابات المبحوثين أن أكثر من نصف العينة لا يوافق على ذلك وقد جاء ردهم بـ "لا" بنسبة 62%، في حين يرى 38% من أفراد العينة غير ذلك، ويوافقون على أن متابعة الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط تُغني عن باقي وسائل الاعلام الأخرى .

ونستنتج من هذه النتائج أنه ومع الأهمية الكبيرة التي يحظى بها الفايسبوك في حياة الأفراد، إلا وأنه لا يزال لا يعتبر كوسيلة إخبارية بالدرجة الأولى، وعليه فأفراد العينة على إتصال بوسائل الاعلام الأخرى وتُشكل لهم المصدر الأساسي للأخبار.

الجدول رقم (18): يوضح إذ كانت صفحة أخبار الأغواط تساهم في إثراء الساحة الاعلامية المحلية

/	التكرار	النسبة
نعم	91	84.3%
لا	17	15.7%
المجموع	108	100

الشكل رقم (18): دائرة نسبية توضح إذ كانت صفحة أخبار الأغواط تساهم في إثراء الساحة الاعلامية المحلية



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (18):

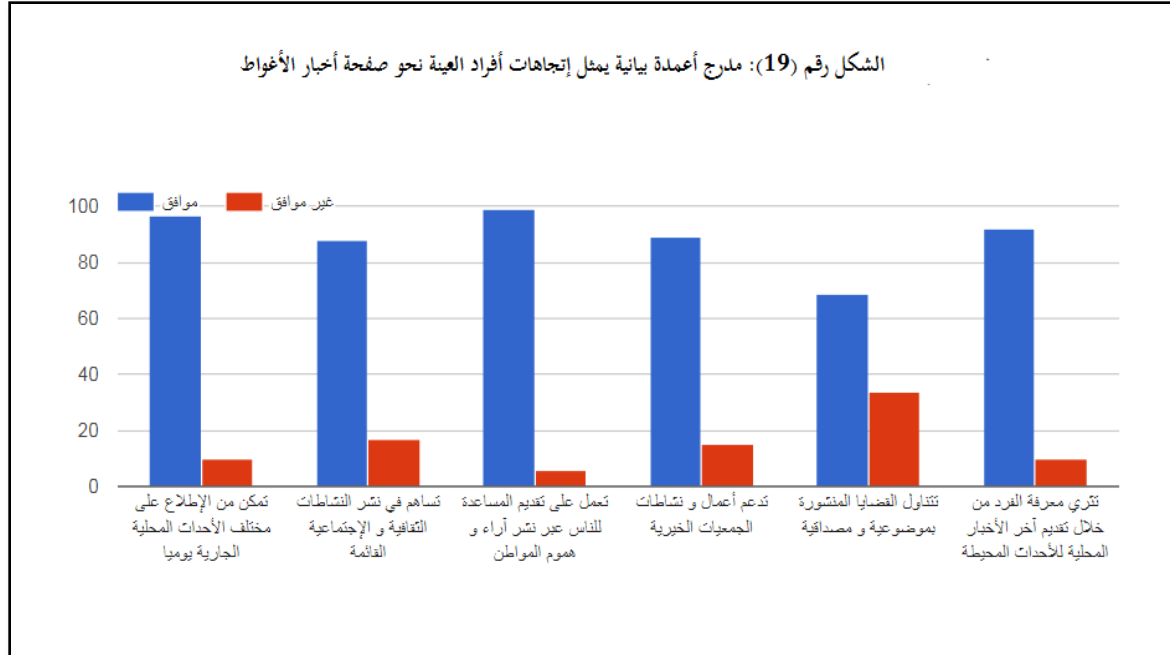
يوضح الجدول أعلاه إذ ما كانت صفحة أخبار الأغواط تساهم في إثراء الساحة الاعلامية المحلية، حيث أجاب 84.3% من المبحوثين بنعم، في حين 15.7% لم يوافقوا على ذلك وأجابوا "لا" ولهذا دلالة على أن صفحة أخبار الأغواط تُساهم وبشكل فعال بنشر الأخبار المحلية لولاية الأغواط وعلى مدار الساعة .

وقد ظهر ذلك جليًا في الجدول "12" الذي يبين العدد الكبير لمتابعي الصفحة الإخبارية .

الجدول رقم (19): يوضح إتجاهات أفراد العينة نحو صفحة أخبار الأغواط

غير موافق		موافق		الإتجاهات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%9.2	10	%89.8	97	تُمكن من الاطلاع على مختلف الاحداث المحلية
%15.7	17	%81.4	88	تساهم في نشر النشاطات الثقافية والاجتماعية
%5.5	6	%91.6	99	تعمل على تقديم المساعدة عبر نشر آراء المواطن
%13.8	15	%82.4	89	تدعم أعمال ونشاطات الجمعيات الخيرية
%31.4	34	%63.8	69	تتناول القضايا بموضوعية ومصداقية
%9.2	10	%85.1	92	تشري معرفة الفرد من خلال تقديم آخر الأخبار

الشكل رقم (19): مدرج أعمدة بيانية يمثل إتجاهات أفراد العينة نحو صفحة أخبار الأغواط



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (19):

نلاحظ من خلال الجدول أن 89.8% يرى أن صفحة أخبار الأغواط تُمكن من الإطلاع على مختلف الاحداث المحلية، في حين يعارض على ذلك 9.2% من المبحوثين، وفي ما يخص مساهمة الصفحة في نشر النشاطات الثقافية و الاجتماعية فإن 81.4% يوافق على هذا، ويعارضه 15.7% من أفراد العينة وبالنسبة لتقديم المساعدة عبر نشر آراء المواطن فيوافق على ذلك 91.6% من المبحوثين، غير أن 5.5% يرى خلاف ذلك ولا يوافق

82.4% من المبحوثين يوافقون على أن الصفحة تدعم أعمال ونشاطات الجمعيات الخيرية، 13.8% لا يوافقون الرأي . تتناول صفحة أخبار الأغواط القضايا بموضوعية ومصداقية جاء رد المبحوثين 63.8% بموافق ، في حين 31.4% منهم لا يوافق ذلك

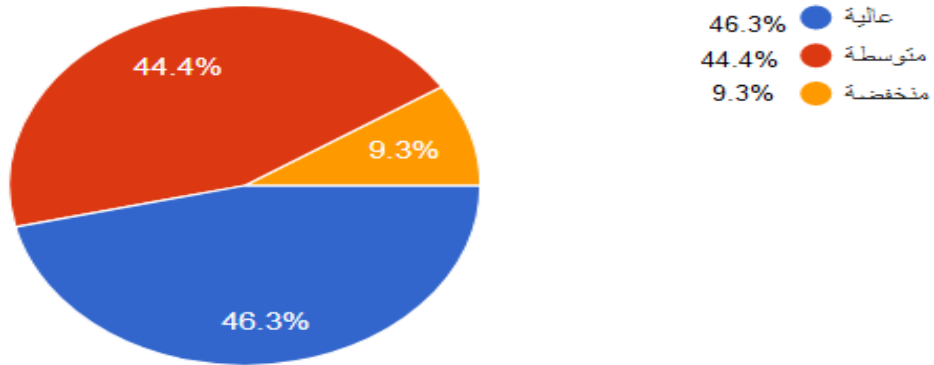
أما بالنسبة لعمل الصفحة على إثراء معرفة الفرد بتقديم آخر الأخبار المحلية للاحداث المحيطة فإن 85.1% يوافق على هذا و 9.2% يعارض ولا يوافق .

وهذه النتائج ترجع لمنظور رؤية كل فرد من أفراد العينة ،وعليه يتبين بأن صفحة أخبار الأغواط تقدم خدمات ونشاطات إخبارية واسعة المجال ، من خلال نشر آراء وأخبار المواطن الأغواطي .

الجدول رقم (20): يوضح درجة ثقة أفراد العينة بمضامين صفحة أخبار الاغواط

درجة الثقة	التكرار	النسبة
عالية	50	46.3%
متوسطة	48	44.4%
منخفضة	10	9.3%
المجموع	108	100

الشكل رقم (20): دائرة نسبية تمثل درجة ثقة أفراد العينة بمضامين صفحة أخبار الأغواط



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (20):

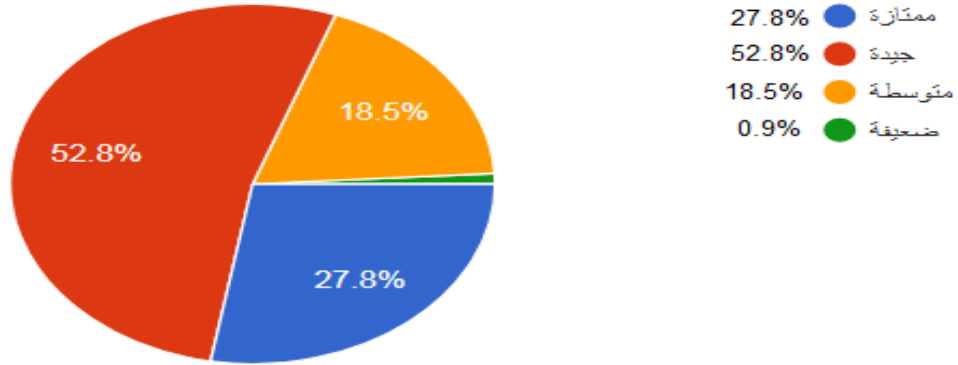
يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب درجة ثقتهم بمضامين صفحة أخبار الأغواط عبر الفايبر، حيث يظهر بعض التقارب، أجاب 46.3% من المبحوثين بأنهم يثقون بمضامين الصفحة الإخبارية بدرجة عالية، في حين أجاب 44.4% بدرجة متوسطة، وبدرجة منخفضة نسبة 9.3% وعليه يظهر بأن ثقة أفراد العينة بالمضامين المنشورة من طرف صفحة أخبار الأغواط تتراوح بين عالية ومتوسطة .

وتعد هذه نتيجة منطقية بالنسبة لصفحة إخبارية غير رسمية، وفي نفس الوقت إقرار بمجهود الصفحة التي استطاعت الإستحواذ على ثقة متابعيها عبر خدماتها الإخبارية .

الجدول رقم (21): يوضح تقييم أفراد العينة لصفحة أخبار الأغواط

التقييم	التكرار	النسبة
ممتازة	30	27.8%
جيدة	57	52.8%
متوسطة	20	18.5%
ضعيفة	1	0.9%
المجموع	108	100

الشكل رقم(21): دائرة نسبية توضح تقييم أفراد العينة لصفحة أخبار الأغواط



تحليل وتفسير نتائج الجدول رقم (21):

يُمثل هذا الجدول توزيع أفراد المبحوثين حسب تقييمهم لصفحة أخبار الأغواط ، حيث يرى 52.8% أنها جيدة ، في حين 27.8% من المبحوثين قيّموها على أنها ممتازة ، و 18.5% بأنها متوسطة وكآخر تقييم بنسبة 0.9% على أنها ضعيفة .

نستنتج من هذه النتائج أن صفحة أخبار الأغواط تلقى إهتماما كبيرا بين متابعيها حيث تراوح تقييمهم لها بين ممتازة وجيدة ، وعليه يمكن إرجاع ذلك للخدمات الإخبارية المتميزة وعملها لتقصي ونشر الأخبار لتحقيق هذا التقييم العالي .

المطلب الثالث : نتائج الدراسة

موقع التواصل الاجتماعي Facebook ، وبشكل عام يستحوذ على إهتمام وتجاؤب الكثير من الناس فهو الرائد بلا منازع من حيث أكثر مواقع التواصل الاجتماعي إستخداما ،ولاسيما في السنوات الأخيرة أين تزايدت إستخداماته وتطورت خدماته ،ليتحظى بذلك كونه مجرد وسيلة تواصل وتكوين صداقات جديدة الى أداة لنشر الأخبار والاحداث الجارية ،وحتى أنه أصبحت هناك العديد من الصفحات المتخصصة عبره في شتى المجالات والميادين،منها الصفحات الإخبارية التي لقت رواجاً وإقبالا كبيرا من المتابعين .

وعليه فقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عما يلي :

1. عدد الذكور في عينة الدراسة تفوق على عدد الإناث ، وعليه تُعد فئة الذكور الأكثر إستخداما لموقع الفايسبوك بولاية الاغواط .
2. تتراوح أعمار غالبية أفراد العينة في الفئة العمرية من 23 الى 33 وذلك بنسبة 63% ،أي غالبية الباحثين من فئة الشباب
3. يتمثل أغلب أفراد العينة بفئة الجامعيين بنسبة 82.4%
4. جلّ أفراد العينة يقطنون المدينة وذلك بنسبة 91.7% ، وذلك لكون أصحاب المدينة أكثر تجاوبا وإندماجا مع مواقع التواصل الاجتماعي على خلاف الذين يقطنون بالريف .
5. يستفيد الباحثين من موقع الفايسبوك بدرجة عالية .
6. يبلغ معدل إستخدام أفراد العينة للفيسبوك بأكثر من 3 ساعات باليوم وذلك بنسبة 47.2%
7. تُعد أكثر الفترات المفضلة بالنسب للباحثين لتصفح الفايسبوك هي ليلا وذلك بنسبة 64.8% ، كونها الفترة الأكثر ملائمة بعيدا عن أشغال النهار
8. يرى أفراد العينة بأن أهم دافع لإستخدام الفايسبوك هو للاطلاع على آخر الاخبار وذلك بنسبة 62% .

9. الموضوعات الاجتماعية هي أكثر المواضيع التي تستحوذ على إهتمام الباحثين ، وذلك بنسبة 62%.

10. يُقر الباحثين بأن أكثر الإشباع المحققة من خلال تصفحهم لموقع الفيسبوك حاجات إخبارية وإشباع حب الاستطلاع و معرفة الاحداث المحيطة من حولهم .

11. تُعد درجة متابعة الصفحات الاخبارية عبر موقع الفيسبوك عالية ، وهذا يظهر في عدد المتابعين الكبير لديها .

12. تلقى صفحة أخبار الأغواط إقبالا كبيرا من المتابعين حيث يتابعها أفراد العينة بشكل دائم

13. يُعد التفاعل مع منشورات أخبار الأغواط متوسط .

14. يكون عادة التفاعل مع صفحة أخبار الأغواط بتسجيل إعجاب أو تفحص فقط .

15. تُعد أكثر المضامين متابعة عبر الصفحة الإخبارية ، هي المضامين الاجتماعية حيث تشهد إستقطاب جُل الباحثين بنسبة 82.4% .

16. لا تُعني متابعة الأخبار عبر الصفحات الإخبارية عن متابعتها في باقي وسائل الاعلام

17. تساهم صفحة أخبار الأغواط في إثراء الساحة الاعلامية المحلية بأخر الأخبار و القضايا الجارية

18. تُقدم صفحة أخبار الأغواط خدمة إخبارية متميزة وعلى مدار الساعة ، وذلك من خلال الاحاطة بكافة الاحداث ونشاطات الجارية وكذا دعم الجمعيات الخيرية .

19. ثقة متابعي صفحة أخبار الأغواط بمضامين التي تنشرها عالية.

20. نالت صفحة أخبار الأغواط تقييم "جيدة" حسب غالبية الباحثين .

المطلب الرابع: التوصيات و الإقتراحات

من خلال ما سالف ذكره تتضح جليا مكانة موقع الفايسبوك والدور الكبير الذي يلعبه ليس فقط كوسيلة تواصل وتعارف بين الاصدقاء ،بل كأداة لنشر الأخبار وتقديمها وذلك عبر صفحات متخصصة بذلك ،حيث تستحوذ على دور فعال في تقديم الخدمات الإخبارية ، ولذا وجب وضع عدد من التوصيات والاقترحات لإستفادة من هذه الخدمة على أكمل وجه وبطريقة سليمة :

- ✓ باعتبار هذه الصفحات الإخبارية صفحات غير رسمية فيجب عليه إتباع مبادئ وقيم الأخلاقية لهذه الخدمة والوظيفة .
- ✓ الموضوعية والمصدقية في نشر الاحداث والأخبار وابتعاد عن التحيز ، فالفرد هنا يتقمص دور الصحفي الاعلامي .
- ✓ عمل على تقديم خدمات إخبارية متميزة وفورية .
- ✓ فتح المجال لتبادل الآراء ووجهات النظر حول القضايا المطروحة ،وكذا لجذب وإستقطاب متابعين أكثر .
- ✓ التفاعل والتواصل مع متابعين بشكل أكبر .

الخاتمة

يُعتبر موضوع شبكات التواصل الاجتماعي محورا هاما ، للإستحواذها على إهتمام العالم شتى فقد طبعت هذه المواقع بصمتها في حلّ الميادين ، ونذكر بشكل خاص المجال الاعلامي الذي يمس نطاق إهتمامنا ، أين أصبح البعض يعتبرها كوسيلة إعلامية يستقي منها آخر الأخبار و الاحداث الجارية مزاحمة بذلك وسائل الاعلام التقليدية ومنافسة لهم كذلك .

وعليه فقد سعينا من خلال دراستنا الى تناول موضوع تفاعل الجمهور مع مضامين الصفحات الإخبارية عبر موقع الفايسبوك ، إختارنا موقع الفايسبوك لكونه أحد أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والأكثر إستخداما في مجتمعنا

وحاولنا بذلك التعرف على أهم الصفحات الاخبارية المحلية في الفايسبوك والكشف عن أهميتها وتأثيرها على الجمهور ، ومدى تفاعل المتابعين معها

وإنطلاقا من هذه التساؤلات بنينا دراستنا وحاولنا التوصل الى اجابات و نتائج حول موضوع الدراسة

وعليه توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج التي تجلت بأن :الصفحات الإخبارية تستحوذ على إهتمام كبير وتحصد عدد هائل من المتابعين عبر حساباتها في موقع الفايسبوك ، الأمر الذي جعل منها تعمل على مدار الساعة لنشر وتقديم الخدمات الإخبارية لجمهور مستخدمي الفايسبوك ، وكذا تهدف لتحقيق تفاعل عالي عبر مساهماتها ونشاطاتها الفعالة في إثراء الجمهور المحلي بآخر الأخبار .

وبعد الخوض الى الجانب الميداني من الدراسة تم التوصل الى أن الفرد فضولي بما يدور حوله من أحداث ومتعجل لمعرفة آخر الأخبار ،لذا وجد في الصفحات الإخبارية الحيز المناسب لإستقاء الأخبار بشكل أسهل و فوري .

المراجع والمصادر

الكتب :

1. إبراهيم اسماعيل، الاعلام المعاصر، قطر، 2014
2. جابر قميحة، أثر وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، 1995
3. د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997
4. د. حسن عماد مكاوي ود. ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، عربية للطبع والنشر، القاهرة، 1997
5. د. حسن عماد مكاوي ود. عاطف عدلي العيد، نظريات الاعلام، القاهرة، 2007
6. خالد ابراهيم يسري، وسائل الاعلام الالكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2014
7. خليل شقرة علي، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014
8. رحي مصطفى عليان، البحث العلمي (أسسه. مناهجه وأساليبه. إجراءاته)، المؤتمر للتوزيع، عمان
9. د. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2007
10. د. رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني، 2007
11. شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الأنباء رؤية جديدة، دار المعارف، القاهرة

12. د.عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان
13. د.عبود عبد الله العسكري، منهجة البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار النمير، دمشق، 2004
14. د.علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي ،عالم المعرفة ،الكويت، 2008
15. د. محمد معوض ود. بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000
16. د.محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الاعلامية، الرياض، 2004
17. د.منال طاعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، مصر، 2001
18. د.نبيل راغب ،العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، لونجمان، القاهرة، 1999

الرسائل و الأطروحات :

1. زهير بوسيلة، الصحافة المكتوبة والديموقراطية في الجزائر، رسالة لنيل درجة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005
2. سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ،جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007
3. فلاح طلعت عبد الحميد عيسى ،إستخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسكينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، رسالة لنيل درجة الماجستير في الصحافة الجامعة الاسلامية، غزة، 2015

4. فؤاد بداني، سوسيولوجية القيم الاخبارية بالاذاعة الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والاتصال، جامعة وهران 2016، 2،

5. قبلان عبده قبلان حرب، إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الاخبارية في التلفزيون الأردني، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، 2008

6. مريم نريمان نومار، إستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج بلخضر، باتنة، 2012

7. هشام أحمد عبد الكريم شكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، رسالة لنيل درجة الماجستير في الصحافة والاعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015

المذكرات :

1. حنان السعيد وعائشة ضيف، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015

2. فطوم لطرش، إستخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامعة والاشباعات المحققة منه، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في اتصال و العلاقات العامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014

3. ليلي حسن، إتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك وتويتر)، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015

4. مريم بن سهيل، تفاعلية مستخدمي الفايسبوك مع المواقع الرسمية للصحف الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015

المجلات والمحاضرات:

1. د. حسين أبوشنب ،الاعلام التفاعلي،محاضرات
2. د. هشام بوبكر ،مؤسسات الاعلام والاتصال ،محاضرات في مقياس مؤسسات الاعلام والاتصال
جامعة محمد الصديق بن يحي،جيجل،2017
3. د.مجانى باديس،الصورة وإستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية،مجلة ميلاف للبحوث
والدراسات،جامعة الحاج لخضر،باتنة،2017

المواقع الالكترونية:

<http://mawdoo3.com>

<https://en.calameo.com/books/000626478585517fb2cc5>

<http://mqqal.com/الوظيفة-الإخبارية-للصحافة>

https://www.marefa.org/نشرة_الأخبار

<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/2016/03/160320122949710.html>

<https://www.sasapost.com>

<https://www.youm7.com>

https://www.facebook.com/news.laghouat/?ref=br_rs

الملاحق

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان

تفاعل الجمهور مع الاحداث المحلية عبر صفحات الفيسبوك الإخبارية

(صفحة أخبار الأغواط الزرقاء نموذجاً)

إشراف الأستاذ:

- مساعدي حسين

إعداد الطالبتين :

بن شاعة خديجة

زقير فاطمة

في إطار إعداد رسالة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، نرجوا منكم الإجابة بصدق وأمانة عن أسئلة الإستبيان من وجهة نظركم حول الموضوع ، و ذلك بوضع علامة في الخانة المناسبة ، ونحيطكم علماً أن إجابتكم ستحضى بالسرية ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي

تقبلوا منا فائق الإحترام .

السنة الجامعية :2017/2018

البيانات الشخصية:

(1) الجنس:

ذكر

انثى

(2) السن:

أقل من 23 سنة

من 23 إلى 33 سن

من 34 إلى 40

أكبر من 40

(3) المستوى التعليمي:

متوسط

ثانوي

جامعي

(4) المكان :

المدينة

الريف

المحور الأول: عادات و أنماط التعرض للفايسبوك

1) ما درجة إستفادتك من موقع التواصل الإجتماعي الفاييسبوك ؟

عالية جدا

عالية

متوسطة

منخفضة

2) ماهو حجم الوقت الذي تقضيه عبر تصفح الفاييسبوك؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

3) ما هي الفترات التي تفضل تصفح الفاييسبوك فيها؟

صباحا

مساءا

ليلا

4) ماهي دوافع إستخدامك للفايسبوك؟

الدردشة و التواصل مع الآخرين

تفاعل و تبادل الآراء

التعليق على المنشورات

الاطلاع على الأخبار الجديد

..... دوافع أخرى

5) ماهي الموضوعات التي تتابعها بشكل أكبر عبر حسابك في الفايسبوك؟

إقتصادية

سياسية

إجتماعية

دينية

رياضية

6) ماهي الإشباعات التي تحققها من تصفح الفايسبوك؟

الإستمتاع و الترفيه

تمضية وقت الفراغ

تلبية حاجات معرفية

الإحاطة بالأحداث التي تدور من حولي

تلبية حاجيات عاطفية

المحور الثاني: التفاعلية على صفحة أخبار الأغواط

1) ما درجة متابعتك للصفحات الإخبارية عبر الفايسبوك؟

عالية جدا

عالية

متوسطة

منخفضة

(2) هل تتابع صفحة أخبار الأغواط؟

بشكل دائم

أحيانا

نادرا

(3) هل تتفاعل مع المضامين المنشورة عبر صفحة أخبار الأغواط؟

بشكل دائم

أحيانا

نادرا

(4) كيف يكون تفاعلك مع منشورات صفحة أخبار الأغواط؟

إعجاب

تعليق

مشاركة

تفحص فقط

ارسال رسائل لمديري الصفحة

(5) ماهي درجة تفاعلك مع الصفحة؟

عالية

متوسطة

منخفضة

منعدمة

(6) ما هي المضامين التي تتابعها بشكل أكبر عبر صفحة أخبار الأغواط؟

إجتماعية

سياسية

إقتصادية

دينية

ثقافية

صحية

رياضية

(7) هل يغنيك تتبع الأخبار عبر صفحة أخبار الأغواط في الفايسبوك عن بقية وسائل الإعلام الأخرى؟

نعم

لا

(8) هل تساهم صفحة أخبار الأغواط في إثراء الساحة الإعلامية المحلية بمواضيع مهمة؟

نعم

لا

9) ما إتجاهاتك نحو صفحة أخبار الأغواط على الفاييسبوك ؟

غير موافق	موافق	
		تمكن من الإطلاع على مختلف الأحداث المحلية الجارية يوميا
		تساهم في نشر النشاطات الثقافية و الإجتماعية القائمة
		تعمل على تقديم المساعدة للناس عبر نشر آراء و هموم المواطن
		تدعم أعمال و نشاطات الجمعيات الخيرية
		تتناول القضايا المنشورة بموضوعية و مصداقية
		تثري معرفة الفرد من خلال تقديم آخر الأخبار المحلية للأحداث المحيطة

10) ماهي درجة ثقتك بالمضامين التي تنشرها صفحة أخبار الأغواط ؟

عالية

متوسطة

منخفضة

11) ما تقييمك لصفحة أخبار الأغواط ؟*

ممتازة

جيدة

متوسطة

ضعيفة

*ملاحظة: تم تحكيم و ضبط الاستبيان من طرف الأستاذ خير الدين حجار و الأستاذ جخدم موسى.

الملحق رقم: 02

ثقتكم بنا... هي مصدر قوتنا
شكرا لكم أنتم
180K ألف

أخبار الأغواط

أخبار الأغواط
@news.laghouat

Home
Posts
Photos
Videos
Reviews
Events
About
Community
YouTube
Twitter
Groups

Liked Following Recommend ... Use App Send Message

About Suggest Edits

FIND US

Laghouat Laghouat Get Directions

@news.laghouat Send Message

تابعونا ...

عنا أخبار الأغواط
@News_Laghouat
News_Laghouat

أخبار الأغواط
www.facebook.com/news.laghouat

الصفحة الرسمية لـ أخبار الأغواط. صفحة إعلامية تنشر الخبر بأمانة عن الأغواط

أخبار الأغواط

أخبار الأغواط - WEDNESDAY, DECEMBER 13, 2017

صفحة أخبار الأغواط : صفحة إعلامية فيسبوكية تهتم بنشر أخبار الجزائر عامةً و الأغواط خاصة، تتطرق لأخر المستجدات المحلية و الوطنية و حتى الدولية، في مجالات مختلفة كالسياحة و الثقافة و الاقتصاد و الرياضة و السياحة و تاريخ و تراث المنطقة، تملك جمهورا واسما يتعدى الـ 180 ألف معجب على صفحتها الرسمية في موقع التواصل الإجتماعي، و بذلك أصبحت صفحة رائدة على المستوى المحلي و حتى الوطني و هذا نتاج العمل الدؤوب لمطاميرها الصحفي الشاب الذي يحرص على السبق الصحفي لنشر آخر الأخبار بكل مسداقية و موضوعية و بدون تحيز لجهة ما.

تمتلك الصفحة شبكة مراسلين يتوزعون عبر مختلف مناطق ولاية الأغواط و حتى خارجها و تتمثل بنظام مهيكّل، موزعةً لمطاميرها على فري للمعمل (فريو الرد على الرسائل - فريو المونتاج - فريو التصوير - فريو النشر - فريو البث المباشر - فريو التصميم و التطوير).

تمنح الصفحة حق الرد لأي شخص أو هيئة تطلب ذلك، كما تفتح الصفحة المجال للجمهور لنشر مشاركاتهم و التعبير عن انشغالاتهم و تقديم مقترحاتهم و آراءهم في شتى المواضيع. و تفتح كذلك المجال للسلطات المحلية و المؤسسات العمومية للتواصل مع الشعب و إيصال رسائلهم و إعلاناتهم.