

جامعة مولود معمري تيزي وزو.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم العلوم الإنسانية.

فرع علوم الإعلام والاتصال.



عنوان المذكرة

استخدام الطلبة الجامعيين لصفحات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
على موقع الفايسبوك.

"قناة الشروق نيوز نموذجا"

دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري
"تامدة" تيزي وزو.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة.

إشراف الأستاذة:

كريمة لمعوش

إعداد الطالبة:

ليلية حجام.

السنة الجامعية: 2018/2019.

كلمة شكر

نحمد الله ونشكره إذ أنعم علينا بنعمته وأكرمنا بفضله وعطائه بأن وفقنا وأمدنا بالقوة
وألهمنا هبة الصبر لإنجاز هذا العمل المتواضع، الذي نتمنى أن يكون منارة في درب طلب
العلم والمعرفة.

أتقدم بالشكر للأستاذة المشرفة "كريمة لمعوش" التي أفادتني وكانت لي خير موجه
وناصح لإتمام هذا العمل على أحسن وجه.

الإهداء

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب ونبع الحنان.. إلى بسمه الحياة

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي

أمي الحبيبة

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار والدي العزيز

إلى من هم أقرب إلي من روعي أخوي ماسينيسا و يوغرطة

إلى من شاركتني حضن الأم أختي ثينة

إلى صديقاتي وإلى كل قسم علوم الإعلام والاتصال

وإلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

أهدي لكم هذا العمل.

خطة الدراسة:

مقدمة

الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية وتساؤلات الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- منهج الدراسة وأدواته
- 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 7- تحديد المفاهيم
- 8- الدراسات السابقة
- 9- الخلفية النظرية لدراسة الاستخدامات والإشباع

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية شبكة الانترنت.

- المبحث 1: مفهوم شبكة الانترنت
- المبحث 2: لمحة تاريخية عن نشأة وتطور شبكة الانترنت
- المبحث 3: خصائصها
- المبحث 4: وظائفها
- المبحث 5: أهميتها
- المبحث 6: مزايا وعيوب الانترنت

الفصل الثاني: ماهية الإعلام الإلكتروني

- المبحث 1: مفهوم الإعلام الإلكتروني
- المبحث 2: أسماءه

المبحث3: خصائصه

المبحث4: وسائله

المبحث5: وظائفه

المبحث6: سلبيات الإعلام الإلكتروني

الفصل الثالث: ماهية الفايسبوك.

المبحث1: تعريف الفايسبوك

المبحث2: لمحة تاريخية عن الفايسبوك

المبحث3: خصائصه

المبحث4: تطبيقاته

المبحث5: إيجابيات وسلبيات استخدام الفايسبوك

الإطار التطبيقي:

الفصل الرابع: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو.

المبحث1 : التعريف بقناة الشروق نيوز.

المبحث2: توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة.

المبحث3: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتامة حسب الجداول البسيطة.

المبحث4: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتامة حسب الجداول المركبة.

خاتمة

مقدمة:

يعرف القرن العشرين بعصر السرعة نظرا للتطور الهائل الذي طرأ على تكنولوجيايات الاتصال التي أدمجت عدة وسائل في وسيلة واحدة، بهدف توصيل الرسالة إلى الجمهور وإحداث التأثير المطلوب، وقد أطلقت على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة تكنولوجيايات الاتصال التفاعلية، مرحلة الاتصال متعددة الوسائط. إن شبكة الانترنت التي بدأت عام 1969 كشبكة مسخرة لأهداف عسكرية تحولت فيما بعد إلى شبكة للتواصل المعرفي وهي أشهر خدمة تقدمها للبشرية، إذ تعد النافذة السحرية التي تطل منها العديد من وسائل الإعلام على جماهيرها في مختلف بقاع العالم دون قيود جغرافية أو مادية تذكر. فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات في أي مكان وزمان، كما كسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات المجتمع خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الدردشة التي أثرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل التفاعلي المباشر.

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، ومن بين هذه المواقع نجد " الفايسبوك Facebook " الذي يعتبر من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة في ظهور وسائل جديدة لتقديم الأخبار والفيديوهات والصور، حيث مكنت هذه البيئة الاتصالية الجديدة الكثيرين من صناعة الخبر وتقديمه للمتلقي بواسطة نقرة صغيرة، ففي هذه البيئة أصبح المستقبل هو المرسل وصانع الرسالة الإعلامية.

ومع ظهور صفحات إخبارية لقنوات تلفزيونية على موقع الفايسبوك تقوم بإيصال المعلومات إلى الأفراد، لاستعمال خدمات تفاعلية يتيحها الموقع استطاعت هذه الصفحات أن تستقطب عدد هائل من المستخدمين نظرا لسهولة استعمالها ومعالجتها لقضايا تهم المواطن بكل شفافية وحرية، فأصبحت هذه الصفحات منبرا للتفاعل مع المضامين والتعبير عن الآراء بكل حرية، مما ساعدنا على إشباع فضولنا بمعرفة كيف يتفاعل المستخدم مع الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.

حيث قمنا بمعالجة الموضوع من كل جوانبه، فتطرقنا إليه من الجانب النظري والتطبيقي على النحو التالي:

يبدأ البحث بالمقاربة المنهجية بصياغة الإشكالية وطرح التساؤلات، وإبراز الهدف من وراء هذه الدراسة موضحة المنهج المستخدم وأدواته واختيار العينة الممثلة لمجتمع الدراسة الذي يمثل الطلبة الجامعيين المتصفحون لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك.

ثم تطرقنا في الجانب النظري إلى ثلاث فصول وهذا من أجل التعرف أكثر على متغيرات الدراسة، فالفصل الأول خصصناه للانترنت أين حاولنا تعريفه وإبراز خصائصه، وفي الفصل الثاني تطرقنا إلى الإعلام الإلكتروني حيث عرفناه وقمنا بذكر أسمائه وأهم خصائصه ووظائفه، وقد تناولنا في الفصل الأخير موضوع الفيسبوك وحاولنا تقديم أهم خصائصه وتطبيقاته.

أما الإطار التطبيقي فيتضمن بطاقة تقنية حول قناة الشروق الإخبارية، وفيه حاولنا الإجابة عن أهم التساؤلات المطروحة في الدراسة، وهذا بتبويب وتحليل البيانات التي تحصلنا عليها من الميدان من أجل التعرف أكثر على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك والإشباع المحققة من ذلك، وحاولنا أيضا التعرف على دوافع تصفح الطلبة لهذه الصفحة والمضامين المقدمة، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج في نهاية الدراسة وفي الأخير قدمنا خاتمة للموضوع.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية وتساؤلات الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- منهج الدراسة وأدواته
- 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 7- تحديد المصطلحات
- 8- الدراسات السابقة
- 9- الخلفية النظرية لدراسة الاستخدامات والإشباع

1- إشكالية الدراسة:

شهدت أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين قفزة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال نتيجة للتطورات التكنولوجية الحديثة، بحيث عرفت شبكة الإنترنت انتشارا واسع المدى فقد ربطت وجمعت مختلف شعوب العالم وفتحت الطريق لتقارب وتعارف المجتمعات بتبادل الأفكار فيما بينها، خاصة مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي التي كان لها الأثر الفعلي في خلق نوع من الاتصال المباشر بين الأفراد، كما أثرت على مضمون وشكل الإعلام الحديث.

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في تسعينات القرن العشرين و قد أنشأت بهدف تحقيق الاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف داخل مؤسسة معينة، ثم أصبحت فيما بعد عامة ومفتوحة للجميع، وتعتبر هذه المواقع من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس في كافة أنحاء العالم، حيث أتاحت لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، المحادثات الفورية وإرسال الرسائل كما أصبح المتلقي فاعلا في العملية الاتصالية، وبمقدوره إنتاج الرسالة الإعلامية وتوزيعها وإشراك الآخرين في التعليق عليها، فقد أعطت هذه المواقع الاجتماعية ومن بينها "الفايسبوك" الفرصة للمواطن العادي ليكون فاعلا ويناقش بكل حرية وجرأة مختلف القضايا التي تهمه في فضاء إعلامي افتراضي.

وبعد أن أصبح الإعلام الجديد يستقطب عدد هائل من المستخدمين، ظهرت الحاجة لاستخدامه من طرف المؤسسات الإعلامية، فالعديد منها فتحت صفحات رسمية ذات وسائل متعددة (صوت، صورة...) من أجل تعزيز مكانها لدى الجمهور، ومن بين هذه المواقع نجد موقع "الفايسبوك" الذي يوفر خدمة تبادل الصور، مقاطع الفيديو، مشاركة الملفات، إجراء المحادثات الفورية والتفاعل المباشر بين المتلقين، وذلك بواسطة ما يعرف بالإعلام الإلكتروني.

لقد قدم الإعلام الإلكتروني نمطا حديثا من أشكال الاتصال وهو الاتصال الثنائي الاتجاه (الاتصال التفاعلي) الذي يركز على تلبية حاجات الأفراد المتلقين حسب اهتماماتهم التي يرصدها القائم بالاتصال من خلال رجع الصدى ومواكبة التطورات من خلال فتح مواقع الكترونية وصفحات إخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي.

ورغم التأخر الذي عرفته الصحافة الإلكترونية الجزائرية مثلها مثل بلدان العالم العربي إلى أواخر التسعينات، إلا أنها استطاعت أن تتخذ لها مكانة في السوق الإعلامية الجزائرية، أين بدأت المؤسسات الإعلامية بفتح مواقع إخبارية لها على شبكة

الانترنت ثم صفحات إخبارية على مواقع التواصل الاجتماعية منها "الفايسبوك"،
لعرض مختلف نشاطاتها ومناقشة مختلف القضايا التي تمس المتلقي بشكل مباشر، ومن
بينها نجد صفحة "الشروق نيوز" على موقع الفايسبوك، هذه القناة الإخبارية الجزائرية
المستقلة تعتبر ثاني قنوات باقة الشروق بعد قناة "الشروق تي في" لمالكها المرحوم
علي فوضيل والتي وفرت مضمون مناسب يلبي احتياجات المستخدم ويضمن نجاح
العملية التفاعلية في صفحاتها الإخبارية، التي يزورها الشاب الجزائري والطالب
الجامعي ، حيث يعتبر الفايسبوك بالنسبة إليهم مصدر للمعلومات ومتنفس للتعبير عن
الرأي.

وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي المتمثل في:

ما هي استخدامات طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي
وزو للصفحة الرسمية لقناة الشروق نيوز الإخبارية على موقع الفايسبوك؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات هي:

2- التساؤلات:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تيزي وزو
للصفحة الرسمية للقناة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك؟
- 2- ما هي دوافع تصفح طلبة علوم الإعلام والاتصال بتيزي وزو لصفحة قناة
الشروق نيوز الإخبارية على الفايسبوك؟
- 3- ما هي الإشباعات المحققة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تيزي وزو
بعد تصفحهم للصفحة الرسمية لقناة الشروق اليومي على موقع الفايسبوك؟
- 4- كيف يتفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين الأخبار التي تدرجها صفحة الشروق
نيوز على الفايسبوك؟

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

لقد تعددت أسباب اختيارنا للموضوع منها:

• الأسباب الذاتية:

- انتماؤنا لشريحة الشباب التي تهتم كثيرا بمواقع التواصل الاجتماعي منها الفايسبوك.
- حب الإطلاع على أهم البرامج والصفحات التي تثير اهتمام طلاب علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو.
- إشباع الفضول العلمي من خلال معرفة كيفية تفاعل الطلبة مع الأخبار في الصفحات الرسمية لقناة الشروق نيوز على الفايسبوك.

• الأسباب الموضوعية:

- ظهور صفحات رسمية للقنوات التلفزيونية الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي منها الفايسبوك تقوم ببث الأخبار على مدار الساعة.
- معرفة مدى استفادة طلبة جامعة مولود معمري من مضامين الصفحات الرسمية للقنوات الجزائرية الخاصة على الفايسبوك.
- ارتباط الموضوع بالتخصص الأكاديمي -اتصال جماهيري والوسائط الجديدة- في دراسة التفاعل على صفحة الشروق نيوز الإخبارية على موقع الفايسبوك.

3- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

- نقص الدراسات العلمية التي تناولت جمهور القنوات الخاصة على موقع الفايسبوك عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة.
- إبراز أهمية الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الخاصة كسند إعلامي لا يستطيع الفرد وخاصة الطالب الجامعي الاستغناء عنه في تلبية الحاجيات الإعلامية.
- حداثة البحث في الإعلام الإلكتروني خاصة ما يخص الصفحات الرسمية على الفايسبوك.

4- أهداف الدراسة:

- الكشف عن عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعيين للصفحات الإخبارية الرسمية على موقع الفايسبوك.
- إبراز كيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع الصفحات الإخبارية الرسمية على الفايسبوك.
- التعرف على إمكانية التفاعل عبر هذه الصفحات وإن كانت تلبّي رغبات المتلقي.
- التعرف على دوافع تصفح الطلبة الجامعيين للصفحات الرسمية على الفايسبوك والإشباع المحققة منها.

5- منهج الدراسة وأدواته:

ينبغي على الباحث عند دراسة أي موضوع علمي اختيار المنهج المناسب الذي يستجيب لطبيعة الموضوع المدروس، لذا نجد دراستنا تنتمي إلى الدراسات الوصفية وهي بحوث تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفيها أو كميها، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.¹

ويعرف المنهج في البحث العلمي على أنه العمود الفقري لكل دراسة فهو الموجه الأساسي لكل باحث، ولا يمكن الاستغناء عنه، فالمنهج هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.²

ومن أجل ذلك استخدمنا في هذه الدراسة المنهج المسحي، الذي يعرف في البحث العلمي على أنه أحد المناهج العلمية المعينة على اكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على الظاهرة، مما يستوجب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف بالبحث أو الدراسة.³

وقد استخدمنا الاستمارة كأداة لجمع البيانات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة، وتعرف الاستمارة بأنها " أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين

مروان، عبد المجيد: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2000، ص40.¹

عثمان، محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيقية، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص33.²
عقيل، حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، دط، مكتبة مدبولي للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص76.³

بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثيين في هذه البيانات.¹

وقمنا بإعداد استمارة بحث تتضمن 33 سؤالاً موجهة لمجتمع البحث الذي يمثلها طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو، وقد تنوعت هذه الأسئلة بين أسئلة مغلقة بسيطة وأسئلة مغلقة اختيارية وأخرى متعددة الاختيارات.

6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

بعد انتهاء الباحث من اختيار موضوع الدراسة، يقوم باختيار مجتمع البحث الذي سيجري عليه دراسته، ويعرف *موريس أنجرس* مجتمع البحث على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات، وفي هذه الحالة أو تلك نستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء²، ويعرف أيضاً على أنه: جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وهو المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة وغير المحدودة³، ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو.

ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات المجتمع، قمنا باختيار أسلوب العينة حيث اكتفينا بعدد من المفردات حددناها حسب الوقت والإمكانيات المتاحة لدينا، إذ تعرف العينة على أنها " اختيار مجموعة من الأشخاص من مجموع مجتمع البحث، وهؤلاء الأشخاص يكونون العينة التي يهتم بها الباحث لفحصها ودراستها، والعينة المختارة من مجتمع البحث يجب أن تكون ممثلة له.⁴

وفي هذه الدراسة اخترنا عينة قصدية تعرف بأنها العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة⁵، وتشمل (100) وحدة من طلبة علوم الإعلام والاتصال من جميع التخصصات، وقد اعتمدنا على العينة القصدية لأن العينة من الطلبة الجامعيين الذين يتصفحون الصفحات الرسمية على موقع الفيسبوك.

محمد، عبد الحميد: *دراسات الجمهور في بحوث الإعلام*، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص353.

موريس، أنجرس: *البحث العلمي في العلوم الإنسانية*، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دط، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص98.

ساعد، ساعد، محيية صبطي: *الصورة الصحفية*، دط، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص11.

محمد الحسن، إحسان: *الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي*، ط1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت، 1982، ص112.

1 محمد، عبيدات وآخرون: *منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات*، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة

الأردنية، الأردن، 1999، ص96

7- تحديد المفاهيم:

✓ القنوات التلفزيونية الخاصة:

- التعريف الاصطلاحي:

هي قنوات تقوم على نقل الأخبار، المعلومات والأحداث دون إضافات أو تشويه وعلى الأمانة، الشفافية والاستقلالية، أي عدم موارثها لأية إيديولوجية كانت داخل المجتمع.¹

- التعريف الإجرائي: هي قنوات ظهرت بظهور قانون الإعلام 2012، تعتبر قنوات تابعة لملاك وأشخاص لهم رأس المال، وتقوم بتمويل نفسها عن طريق الإشهار.

✓ الصفحات الرسمية:

- التعريف الاصطلاحي:

هي صفحات مملوكة على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن صفحات ثابتة تحتوي على معلومات عامة، أخبار وإعلانات عن تلك المؤسسة ونشاطاتها وخدماتها التي تقدمها.

- التعريف الإجرائي: هي صفحات لقنوات تلفزيونية تقوم بعرض محتوياتها ونشاطاتها على شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ الفاييبوك Face book:

- التعريف الاصطلاحي:

هو عبارة عن موقع على شبكة الانترنت، يتواصل من خلاله الملايين من البشر تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحدثات الفورية فيما بينهم.²

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفاييبوك على أنه: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004، يتيح النشر على الصفحات الخاصة Profiles، وقد وضع

¹ نوال بوحزام و مليكة، نعيبي: تجربة التعددية الإعلامية في الجزائر وأفاق الإصلاحات، مقال قدم إلى الملتقى الوطني الأول للإعلام والقضايا الراهنة، جامعة قلمة، (يومي 10 و11 ديسمبر 2012).

² حياة رحو وهناء، عمومن: مضامين صفحات الجامعات على الفاييبوك، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح/ ورقلة، 2014/2015، ص ص7، 25.

في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع فيما بعد ليشمل كل الأشخاص.¹

- التعريف الإجرائي: هو مجتمع افتراضي يسمح بتواصل الأفراد الذين تجمعهم ميولات مشتركة، له استخدامات متعددة كإنشاء المدونات، إجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل.

✓ الصحافة الإلكترونية:

- التعريف الاصطلاحي:

تعتبر الصحافة الإلكترونية نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.²

كما تعرف كذلك على أنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو موضوعات ذات طبيعة خاصة، وتتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، والصحيفة الإلكترونية تكون أحيانا مرتبطة بصيغة مطبوعة.³

- التعريف الإجرائي: هي صحيفة تنشر على الانترنت تجمع بين خصائص الصحافة المكتوبة والتطور التكنولوجي، حيث تقوم بإيصال المعلومات بسرعة ويمكن أن تكون لها نسخة ورقية.

¹ Marcel Danesi : **Dictionary of media communication**, M.E.sharpe, New York, 2009, p117.

زيد، منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2008، ص11.

مصطفى، يوسف كافي وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، ط1، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص70.

8- الدراسات السابقة:

لكل دراسة من الدراسات العلمية أهمية كبيرة لذا يجب أن نغوص في عمق الدراسات السابقة لما لها من تأثير وأهمية في تدعيم وسير عملية البحث العلمي، فعلى الباحث أن يتطلع إلى من سبقه من اللذين تناولوا مواضيع قريبة لموضوعه وهذا كله لأجل الاستفادة والتدعيم، وهذا ما اتبعناه في مذكرتنا هذه حيث اطلعنا على مجموعة من الأعمال البحثية السابقة والمتمثلة في:

• الدراسة الأولى:

- دراسة رابع عمار تحت عنوان " الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني" دراسة ميدانية للصحف الإلكترونية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة وهران 2017.
- تناول الباحث الإشكالية التالية: ما هي التغيرات التي صاحبت الصحافة الغربية في تبنيتها للنموذج الإلكتروني؟ وما هي أهم التحولات التي تعيشها الصحافة الجزائرية والتحديات التي تواجه قاعات تحرير الصحف: الخبر، الشروق، البلاد والجمهورية في توجيهها إلى الفضاء الرقمي؟ ومن بين التساؤلات التي طرحها:
- ما هي أهم التحولات التي مست الصحافة الورقية الغربية بسبب اندماجها في بيئة الويب؟
 - ما أهم التحديات المهنية التي تواجه الصحافة الإلكترونية الغربية؟
 - ما هي أهم التحولات التي مست الصحافة الورقية الجزائرية في توجيهها للنشر على الويب؟
 - ما هي أهم التحديات المهنية التي تواجه الصحفي الجزائري في قاعات التحرير؟
- تهدف الدراسة إلى: مساءلة مفهوم الصحافة الإلكترونية وبحث مشروعيته العلمية، محاولين بذلك عزله إجرائياً عن مختلف مضامين المنظومات الاتصالية على شبكة الانترنت والتي تتداخل وتتجاوز معه مسببة بذلك بعض اللبس والضبابية في تحديد المفهوم.
- اقتراح أدوات منهجية وإجرائية لدراسة المواقع الإعلامية باعتبار أن الصحافة الإلكترونية ظاهرة غير مستقرة تتطلب استنباط مقاربات نظرية ومنهجية جديدة.
 - اقتراح مجموعة من الاستراتيجيات التسويقية التي تستجيب للخصوصية الاقتصادية للصحافة الإلكترونية.
 - الكشف عن أهم التحديات المهنية التي تواجه الصحفي الجزائري في قاعات التحرير.

تتدرج دراسة الباحث ضمن البحوث الوصفية الإمبريقية التي تعتمد على المنهج المسحي، واستمارة التحليل والملاحظة المنتظمة كأداتين لإثراء البحث، وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- ضرورة تبني الاستراتيجيات التحريرية والمالية الكفيلة بضمان نجاح عملية الاندماج في بيئة الميديا الجديدة والتي تبدد المخاوف التي تحول دون ذلك.
- دعم أقسام الإعلام في الجامعات الجزائرية باختصاص الصحافة الإلكترونية.
- الاهتمام بالبيئة التحتية والتكنولوجيا المعلوماتية.
- التأهيل والتدريب المستمر للصحفيين للتعامل مع القضايا المرتبطة بالصحافة الإلكترونية ووسائل الإعلام الجديدة.
- السهر على نشر التقنية وتطبيقات الانترنت في المجتمع مع تكثيف الجهود لردم الفجوة الرقمية.

تتشترك هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها لموضوع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وتختلف في كونها رسالة دكتوراه بينما دراستنا مقدمة لنيل لنيل شهادة الماستر كما تعنى الدراسة بتحديات الفضاء الإلكتروني للصحف الإلكترونية الجزائرية بينما دراستنا تعنى باستخدامات الطلبة الجامعيين لها.¹

• الدراسة الثانية:

دراسة سليمان بورحلة تحت عنوان " أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة 2008

حاول الباحث في هذه الدراسة تناول الإشكالية التالية: ما هو أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم؟ وقد اعتمد على الفرضيات بدل التساؤلات وهي كما يلي:

- إن استخدام الانترنت من طرف الطلبة لا يجعلهم يكتسبون بعض السلوكيات غير السوية.
- لا توجد علاقة بين استخدام الانترنت ومشاعر العزلة الاجتماعية.
- لا توجد علاقة بين مدة الاستخدام وزيادة سوء استخدامها.

¹ رابح، عمار: الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2017.

تتمثل أهمية هذه الدراسة في تناولها وسيلة اتصالية حديثة لها من المميزات ما تنفرد به عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، وأنها تحاول أن ترصد الأشياء الايجابية في استغلال واستخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت في مجال البحث العلمي.

اعتمد الباحث على المنهج المسحي والاستمارة الاستبائية كأداة لجمع البيانات، واختار العينة القصدية التي يمثلها طلبة جامعة بن يوسف بن خدة. وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- أن الانترنت وسيلة جماهيرية كالتلفزيون، وأنها اكتسبت طابع اجتماعي في الأوساط الجامعية.
- إن الطلبة يستخدمون الانترنت بنسبة كبيرة سواء يوميا أو في نهاية الأسبوع وهذا بغرض البحث العلمي.
- أن أغلبية الطلبة يستخدمون الانترنت في المساء والليل لاعتبارها بمثابة أوقات الفراغ، وكذا مناسبة للاتصال الاجتماعي.
- إن أغلبية أفراد العينة يستعملون الانترنت لأغراض التعليم والتثقيف، وكذا حب الاستكشاف والاطلاع.

تتشترك هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها لموضوع الانترنت واستخدامات الطلبة الجامعيين، وتختلف عنها في كونها دراسة لنيل شهادة الماجستير ودراستنا هي دراسة لنيل شهادة الماستر.¹

• الدراسة الثالثة:

دراسة لأمنية مزيان تحت عنوان " تجربة الانفتاح الإعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص" مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الحاج لخضر باتنة، نوقشت في عام 2015، تناولت الباحثة في هذه الدراسة الإشكالية التالية: ما هو اتجاه الصحفيين الجزائريين لقناتي الشروق والنهار نحو فتح القطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر؟ ومن بين التساؤلات التي طرحتها نحد:

- هل قانون الإعلام الجديد سيسمح لتجربة التعددية السمعية البصرية بالتطور؟
- كيف يرى صحفيو قناتي الشروق والنهار في تجربة فتح المجال السمعي البصري؟
- هل تعتبر تجربة الانفتاح للقطاع السمعي البصري الخاص ناجحة بالنسبة لصحفي الشروق والنهار؟

¹ سليمان، بورحلة: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2008.

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو التجربة الحديثة للفضائيات الجزائرية الخاصة وتقييمهم لها.
 - محاولة الكشف عن أهم قراءات الإعلاميين الجزائريين خاصة صحفيي قناتي الشروق والنهار للمشهد العام للتعددية الإعلامية للقطاع السمعي البصري الخاص.
 - معرفة أهمية تجربة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة في دفع أداء النظام الإعلامي في الجزائر نحو التعددية واللامركزية وحرية الرأي والتعبير.
- اعتمدت الباحثة في داستها على المنهج المسحي واستخدمت كل من الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات، وتم توزيع الاستبيان على عينة قصدية من صحفيي الشروق والنهار. وقد أسفرت الدراسة على النتائج التالية:
- صحفيي القناتين لهم اتجاهات سلبية وإيجابية نحو تجربة فتح القطاع السمعي البصري الخاص إيماناً منهم بان النظام السياسي في الجزائر هو الذي يرفض فتح قنوات خاصة سواء بالنسبة للقطاع العمومي أو الخاص.
 - تخوف السلطة من تكرار التجربة التي خاضتها مع الصحافة المكتوبة خلال فترة التسعينات بظهور تجربة التعددية الإعلامية السمعية البصرية.
 - فتح مجال الاستثمار في السمعي البصري جاء متأخراً وأنه لم يصل بعد الى درجة من التقبل بالنسبة للسلطة.
- تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها لموضوع القنوات السمعية البصرية الخاصة في الجزائر، وتختلف عنها في كونها دراسة لنيل درجة الماجستير بينما دراستنا هي دراسة لنيل شهادة الماستر.¹

الدراسة الرابعة:

دراسة لامية سهيلي تحت عنوان " التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لايين والنهار أون لايين" مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة، نوقشت في عام 2015.

¹ أمينة، مزيان: تجربة الانفتاح الإعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.

- تناولت الباحثة لامية سهيلي الإشكالية التالية: هل توظف المواقع الإخبارية الجزائرية السمات الاتصالية لشبكة الانترنت المتمثلة في تطبيقات التفاعلية، وما هي الإمكانيات المتاحة عبر هذا الموقع؟ ومن بين التساؤلات التي طرحتها ما يلي:
- إلى أي مدى يتيح موقع الشروق أون لاین والنهار أون لاین لمستخدميها تعدد في خيارات نظام الوسائط المتعددة في نشر المادة الخيرية؟
 - هل يتيح موقع الشروق أون لاین والنهار أون لاین أدوات الاتصال الشخصي للمستخدمين؟
 - ما سرعة تحديث موقعي الشروق أون لاین والنهار أون لاین للمادة الخيرية؟

وتهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمفهوم التفاعلية في سياقاته المختلفة، كما تحاول التعرف عن كثب على هذه الظاهرة الجديدة، سواء في الجانب النظري أو الميداني والوقوف عند مظاهر التفاعلية.

كما سعت الدراسة إلى التعرف على أسباب الربط الإلكتروني التي تتيحها المواقع الإخبارية الجزائرية لجمهورها باستخدام نظام الوسائط المتعددة ثم الوصلات بما يؤدي إلى التفاعلية.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي مستعينة بتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، كما استعانت بعينة عشوائية تمثلها المواقع الإخبارية الجزائرية. وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

- عدم حرص المواقع الإخبارية الجزائرية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء.
 - عدم حرص المواقع الصحفية على استغلال الإمكانيات الكاملة للأنترنت.
 - لا تحرص المواقع الإخبارية الجزائرية على التجديد الفوري للأخبار، بل تكتفي بتحديث مادتها الإعلامية بشكل يومي.
- وتشترك هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها للمواقع الإخبارية الجزائرية وكذا في كونها مذكرة ماستر، وتختلف عنها لأنها درست المواقع الإلكترونية مباشرة بينما دراستنا اهتمت بالصفحات الرسمية على موقع الفايسبوك.¹

¹ لامية، سهيلي: التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، مذكرة ماستر غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015.

الخلفية النظرية للدراسة:

1- تاريخ ظهور بحوث الاستخدامات والإشباع:

إن إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام قد سمحاً بظهور منظور جديد للعلاقات بين الجمهور ووسائل الإعلام. فبعد أن كان ينظر للجمهور على أنه عنصر سلبي أصبح بفضل هذا المنظور فعال في انتقاء الوسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام. كما أنه قد نفى الرأي القائم على التأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور والقدرة على الإقناع التي جاءت بها النظريات التي ظهرت أثناء الحرب العالمية الثانية، مثل نظرية القذيفة السحرية.

فصعوبة التوصل إلى نتائج محددة حول التأثير المباشر لوسائل الإعلام أدت إلى ظهور اتجاه بحثي يعنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها، ومحور هذا الاتجاه الإجابة عن السؤالين: كيف؟ ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ أو بعبارة أخرى ما دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام؟ وما الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها؟، لذا اتجه الباحثون لدراسة ما يفعله الناس بوسائل الإعلام بدلا من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور.

إن بحوث الاستعمالات وإشباع الرغبات بكل بساطة تحاول أن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال الاستعمال. فنظرية الاستخدام تفترض أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط. واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال لازارسفيلد (Lazarsfeld)، ريفيز (Reeves)، وويلبرشرام (Wilburshramm) في القرن العشرين، ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهدفت للعلاقات بين متغيرات اجتماعية معينة واستخدام وسائل الاتصال.

وفي هذا السياق أشار كل من Tankard و Werner إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ ثلاثينات القرن الماضي، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، مسلسلات الراديو، الصحف اليومية، الموسيقى الشعبية وكذا أفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة.¹

¹ سهام ممو: تلفزيون الواقع والشباب، دراسة في الاستخدامات والإشباع، مذكرة ماجستير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009، ص (34،35).

كما توصل كل من Horton و Wohl في عام 1956 إلى تقديم أحد المفاهيم الرئيسية لمنظور الاستعمالات والاشباعات ألا وهو مفهوم التفاعل الاجتماعي الشبهي *L'interaction para-sociale* الذي يقصد به ذلك التفاعل أو الأخذ والرد الذي يتم بين الأشخاص الحقيقية (برامج الألعاب) أو الخيالية (فيلم، مسلسل) وأفراد الجمهور، ويتجلى التفاعل من خلال القيام بالاستجابة المفترضة لأفراد الجمهور.

وفي سنة 1961 قام كل من الباحثين AI و Schram بتحميل محتويات وسائل الإعلام من خلال الإشارة إلى أن أفلام رعاة البقر، الجريمة، الموسيقى الشعبية والاستعراضات الغنائية هي أساس محتويات أحلام اليقظة، وأن الوثائقيات، الحوارات المباشرة، برامج الشؤون العامة والتلفزيون التربوي هي أساس محتويات الواقع. فمحتوى الواقع يؤدي وظيفة الإشباع الآني لل رغبات أما محتويات أحلام اليقظة (fantasy) فلها وظيفة الإشباع المؤجل للرغبات.¹

2- الافتراضات الأساسية التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباعات:

- يركز مقترح الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من الافتراضات، حددها كل من كاتز "Katz"، بلومر "Blumer" وغروفيتش "Gurevitch" في مؤلفهم "Communication Mass Research" في خمسة فروض أساسية هي كالآتي:²
- 1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، واستخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
 - 2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
 - 3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
 - 4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.... فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.

¹ نفس المرجع السابق، ص 37.

² أسماء بوقرن: نظرية الاستخدامات والإشباعات، Asma communication، blogspot.com/2012/01/blog-past-09.html?m=1، يوم 2019/03/13 على الساعة 19:51.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة¹.

3- عناصر النظرية:

ترتكز نظرية الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محورها، وهي كما يلي:

1. افتراض الجمهور النشط: حيث يؤكد باحثون الاستخدامات والاشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيون ونشطون، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام... وبذلك فالجمهور شريك إيجابي في عملية الاتصال، ويختار بوعي وإدراك وسيلة الاتصال التي يرغب في التعرض لها.
2. نوع المحتوى الذي يشبع ما لديه من حاجات نفسية واجتماعية. وقد حدد "جونر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط التالية:
 1. الانتقائية Selectivity: فالجمهور لديه القدرة على اختيار الوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية، التي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له.
 2. العمدية Intentionality: حيث يوجه الجمهور المضمون الذي ينتقيه لخدمة حاجاته ودوافعه المختلفة.
 3. المنفعة Utility: إن استخدام الجمهور للوسائل والمضامين مرهون بما يعود عليه من إشباع لحاجاته المختلفة.
 4. الاستغراق Involvement: وهي الدرجة التي يدرك فيها فرد من الجمهور وجود رابطة أو صلة بينه وبين محتوى وسائل الإعلام، وكذلك الدرجة التي يتفاعل الفرد فيها مع وسيلة إعلامية أو محتواها.

- ويرى "بارين" أن الجمهور يكون نشطا من خلال محركين رئيسيين هما:
- أ- الاستغراق Absorption: وهي خطوة تحدث أثناء التعرض ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- ب- الإيجابية Positivity: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على المضمون الاتصالي، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة ويشعر الفرد أنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته، كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل الإعلام ورسائلها، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر الخاصة بإيجابية الجمهور، أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي.¹

4- الأهداف الأساسية لمنطلق الاستخدامات والإشباعات:

- 1- معرفة كيفية استخدام وسائل الإعلام باعتبار أن للجمهور دوافع وحاجات من وراء استخدامه لها.
- 2- الكشف عن حقيقة دوافع الاستخدام لوسيلة اتصال جماهيري دون أخرى.
- 3- الفهم العميق والغوص في عمق عمليات الاتصال.
- 4- معرفة الإشباعات والحاجات المطلوبة التي يسعى الجمهور لتلبيتها.
- 5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.²

محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، دار عالم الكتب، القاهرة، 1425هـ/2004، ص ص (223-224).¹
² المحاضرة السادسة: نظرية الاستخدامات والإشباعات، جامعة ورقلة، متاح على الرابط: <http://elearn-univ-ouargla.dz>document> يوم 2019/03/13 على الساعة 20:00.

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية شبكة الانترنت

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم شبكة الانترنت

المبحث الثاني: لمحة تاريخية عن نشأة وتطور شبكة الانترنت

المبحث الثالث: خصائصها

المبحث الرابع: وظائفها

المبحث الخامس: أهميتها

المبحث السادس: مزايا وعيوب الانترنت

خلاصة

تمهيد:

أصبح العالم اليوم قرية صغيرة بفضل التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده، حيث قدم البديل والمزيد من الاختيارات للناس. ومن أهم مظاهر هذه التكنولوجيا نجد شبكة الانترنت، التي أحدثت ثورة عالمية في مجال الاتصالات بفضل سرعتها الكبيرة في نقل المعلومات والرسائل وتبادلها بكل سهولة، بالإضافة إلى التطور التقني السريع الذي تتعرض له هذه الشبكة والتي جعلتها منتشرة عبر مختلف دول العالم.

ويهدف هذا الجزء من الدراسة إلى الكشف عن بعض الجوانب المتعلقة بشبكة الانترنت العالمية، والإمام بظروف نشأتها وتطورها وإبراز وظائفها.

المبحث الأول: تعريف الانترنت:

- الانترنت كلمة مشتقة من شبكة المعلومات الدولية، فهي مركبة من كلمتين:
- **أنترEnter**: وهي مأخوذة من الكلمة اللاتينية Enter Commenter وتعني الرابط أو الفاصل.
 - **نتNet**: وهي مأخوذة من الكلمة اللاتينية Net Work ومعناه الشبكات.

كما أطلقت عليها عدة تسميات منها: الشبكة (The Net)، الشبكة العالمية (Net World)، شبكة العنكبوت (The Web) والطريق الإلكتروني السريع للمعلومات.¹

والانترنت عبارة عن مجموعة من الشبكات المعلوماتية موصلة فيما بينها مكونة من أهم وأكبر وسائل الاتصال والرسائل واستقبال المعلومات على المستوى العالمي. وبواسطة البروتوكول (Tcp/Ip) يمكن لكل متصل بهذه الشبكة الوصول إلى كافة الخدمات المتوفرة لديها وعلى مستوى القواعد المنتشرة هنا وهناك في جميع القارات.²

وهي عبارة عن مجموعة من الشبكات المحلية والعالمية تديرها شركات خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة مثل: MCI، Sprint، AT&T. ومن شأن هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية، وكذلك الحواسيب المنزلية ببعضها البعض.³

فالانترنت هي تلك الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس بالمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية، حيث تسمح بعملية الاتصال بين شخص وآخر كما تسمح باسترجاع هذه المعلومات.⁴

ويشار إلى أنها دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشاركين فيها الحصول على المعلومات حول أي موضوع في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكتروني، لأنها تضم الملايين من أجهزة الحاسوب، تتبادل المعلومات فيما بينها، وتستخدم الحواسيب المرتبطة بالشبكة بما يعرف تقنيا بالبروتوكول (Protocol)، للنقل والسيطرة ولغرض تأمين الاتصالات الشبكية.⁵

عبد المالك، ريمان الدناني: **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت**، ط1، دار الراتب الجامعية، مصر، 2001، ص36.¹

عمر، القاضي: **الإعلام الألي للمبتدئين**، دط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2000، ص149.²

عبد الرزاق، محمد الدليمي: **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2011، ص50.³

حلمي، خضر ساري: **ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي**، ط1، دار المجد الأوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص19.⁴

ماديتا، تريتر: **كيف تستعمل الانترنت**، ترجمة: مركز التعريب والترجمة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1996، ص12.⁵

ويصفها أرنود ديفور (Arnaud Dufour) بأنها ظاهرة تعددت العبارات في وصفها: شبكة الانترنت، بيت العنكبوت العالمية، بيت العنكبوت الإلكترونية، السبير سبايس (Cyberspace).¹

ويرى Benot AUBECT بأنها تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك شبكة عالمية أكبر.²

وجاء في كتاب "الانترنت الشبكة الدولية للمعلومات" أن الانترنت هي ثمرة اندماج بين الحاسبات الآلية والاتصالات، وعن طريق هذه الشبكة يمكن الحصول على مزايا لا حصر لها.³

المبحث الثاني: نشأة وتطور شبكة الانترنت:

تعتبر الانترنت من الوسائل الاتصالية التي دام اكتمال خدماتها وتقنياتها لسنوات عديدة ولذلك يقول الكاتب " إبراهيم البنداوي " إن ميلاد شبكة الانترنت لم يكن صدفة ولكن جاء نتيجة طبيعة التراكم الثقافي والعلمي، إنها خلاصة اندماج أكثر من خمسة وعشرين احترافي.⁴

وقد بدأت شبكة الانترنت سنة 1957 إبان الحرب الباردة عندما فكرت وزارة الدفاع الأمريكية التي أوكلت لها مهمة تركيز شبكة تبادل المعلومات والاتصالات، قادرة على مواصلة الاشتغال عند الإضرار بجزء منها، فقامت الوكالة بدراسة في هذا الغرض لحساب الطيران العسكري بالولايات المتحدة الأمريكية، اعتمدت على مبدأ الشبكات اللامركزية والسرديّة، ويتمثل في ربط كل مركز بحث عسكري بكل المراكز الأخرى، ويتولى كل مركز وظيفة المراقبة عوض أن توكل إلى مركز واحد.⁵

ولهذا السبب تم بناء أول شبكة عام 1969 تسمى أربانات (Arpanet) بجامعة كاليفورنيا بلوس أنجلوس، تربط بين أربعة أدمغة إلكترونية.⁶

وفي فترة السبعينات وتحديدا سنة 1972، عند إلحاق عدة شبكات جامعية بشبكة الانترنت تم تشكيل فريق عمل الانترنت (Internet working Group) تترأسه جامعة

1 محمد، لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات- دراسة استكشافية للأنترناتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2001، ص105.

2. Benot AUBECT: les technologies de l'information et de l'organisation, Goetam main, Québec/canada, 1991, p124.

علي، محمد شمو: الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، ط1، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1999، ص227.

1 فلة، قيدوم: أثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية، مذكرة غير منشورة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال إستراتيجي، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر؛ 2009، ص60.

2 إبراهيم، يعزب: منتديات المحادثة والردشة الإلكترونية، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، (مذكرة ماجستير غير منشورة) كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2008، ص39.

محمد، لعقاب: الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دط، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 1999، ص25.

(Vinton Cerf) الذي قام بتحديد مجموعة من القواعد والمفاهيم للغة تخاطب الحواسيب وهي البروتوكولات والتي تتصل بناقل الملفات والبريد الالكتروني، وفي سنة 1979 تم إنجاز أول بروتوكول لمجموعة النقاش (New Group) الذي يتمثل في مجموعة نقاش تبحث في مواضيع تمدها بالمعلومات من جميع نقاط الشبكة، ومنذ ذلك الحين تم التركيز على وظائف الانترنت التي وقع استغلالها في الولايات المتحدة وخاصة الجامعات.¹

عرفت شبكة الانترنت في بداية الثمانينات عدّة تحسينات وتطورات في تقنياتها وخدماتها، ففي سنة 1980 قام (vinton cerf) باقتراح إنشاء خط رابط بين (Csnet) و (arpanet) باستعمال بروتوكول (Tcp/IP)، وفي 1983 قامت (Arpanet) بالاعتماد كلية على بروتوكول (Tcp/ip) متخلفة بذلك عن بروتوكول (Ncp)، وقبل ذلك أي في عام 1981 قام (Bill Joy) من جامعة كاليفورنيا وبدعم مادي من (Arpanet) بمزج (Tcp/ip) و (Unix) وتأسيس (Stand Ford University Network).

كما شهدت نفس السنة ظهور شبكة (bit net) ونظرا لاعتماد كل من (Arpanet) و (Snf) الهيئة القومية للعلوم على البروتوكول (Tcp/ip) فإن الانترنت قد عرفت تطورا ملحوظا.² وقد تواصلت التطورات والتحسينات في مختلف برمجيات وشبكات الإعلام الآلي والانترنت حتى جاءت سنة 1989 حيث قام المركز الأوروبي للبحث في النذرة (Cern) بابتكار تقنية عرض معطيات الموزعات على شكل نصوص (hypertexte) مع إضافة علاقة بين النصوص تعتمد على تقنية الهايبرليان (hyperlien) وتعرف هذه العملية بالإبحار أو الملاحة (Navigation)، وهي من بين التقنيات التي جعلت الانترنت تجلب الكثير من المستعملين فهي توفر إمكانية الإبحار في فروع، مواضيع ونصوص عدة.³

كما عرفت فترة التسعينات ارتفاعا في عدد المستعملين يختلف من بلد لآخر حسب نسبة تطوره ونموه، ويجرى الحديث حاليا عن الجيل الجديد للانترنت أو كما يسميه البعض (Next Generation Internet)، (NGI) ويعتبر هذا الجيل أكثر تطورا وسرعة حيث من المتوقع أن تصل سرعتها أكثر من ألف مرة الانترنت الحالية. وقد جاءت الانترنت للاستجابة للانفراج الهائل من المعلومات والاستعمال المتزايد لها خاصة في التجارة.⁴

أما بالنسبة للجزائر فقد ارتبطت بشبكة الانترنت سنة 1993 من نوع dialup عن طريق الخط الهاتفي، ومع حلول سنة 1994 تم ربط الجزائر بشبكة الانترنت وبخط متخصص عن طريق إيطاليا، وبعد ذلك بسنة تم السماح للباحثين العالميين بالاستعمال

محمد، بن عبد الله الزايد: مدخل إلى علم الانترنت، منشورات فينكس، تونس، 2005، ص14.¹

J-C-Guedon. Internet le monde en réseau. Gallimard. Paris. 1996. p40. ²

محمد، بن عبد الله الزايد: مدخل إلى علم الانترنت، مرجع سابق، ص15.³

بشار، عباس: ثورة المعرفة والتكنولوجيا التعليم بوابة مجتمع المعلومات، دط، دار الفكر، دمشق، 2001، ص69.⁴

المجاني للشبكة، وبعدها تم فتح أول مصلحة للاشتراك يستفيد منها المستعملون سنة 1995، وذلك في حدود الطاقة المحولة لهذا الارتباط المتخصص مما جعل الاشتراك مفتوحا فقط أمام الأشخاص الذين يمتلكون سجلا تجاريا أو محل عرض اجتماعي آخر.

وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم شبكة الانترنت سنة 1997 بخطتين هاتفيتين متخصصتين تصل سرعة الأول 6 كيلو بيت (kilobit) أما سعة الثاني فتقدر بـ 256 كيلو بيت.

وفي سنة 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي (Naa) الأمريكي بقدرة 1Mg/bit و 256Mg/bit، وخلال سنة 1999-2000 أقام المركز ارتباطا بالشبكة عن طريق القمر الصناعي في الرابط بالولايات المتحدة الأمريكية وأصبحت قدرة الانترنت في الجزائر بقوة 2Mg/bit للاستقبال و 256 Mg/bit للإرسال، وفي جويلية 2000 وصل إلى 8Mg/bit للاستقبال و 3Mg/bit للإرسال ثم تم إنشاء 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن.¹

المبحث الثالث: خصائص الانترنت:

- 1- التفاعلية: لا يقف دور المستقبل عند حد التلقي أو القيام بالعملية المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيدا عن المرسل، لكنه تحول إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصر العملية الاتصالية من خلال اختياراته ومشاهداته المتعددة.
- 2- التنوع: حيث توفر إمكانية الاتصال الكتابي والشفوي، البريد الإلكتروني، الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش والوصول إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف أو القنوات التلفزيونية.
- 3- التكامل: حيث يوفر الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار التكامل، يمكن أن يختار من بينها ما يراه مطلوبا للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على أقراص مدمجة.
- النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.²

¹ حسبية، قيودوم: الانترنت واستعمالها في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001ص46،

² دعاء، منذر: خصائص الانترنت- الانترنت /press.com/ <http://www.googl.com/ampls/enternet publicrelations.world> والعلاقات العامة يوم 19-04-2019 على الساعة 21:39.

- 4- الفردية والتجزئة: يرفع الاتصال من قيمة الفرد وتميزه، حيث توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرا كبيرا من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال.
- توفر المقومات الثلاثة التي تتمثل في تأمين البيانات والمعلومات وسيرتها والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفردية.
 - يرفع من شأن الاهتمامات والتفصيلات الجمعية مهما كان حجم هذا الاهتمام والتفضيل، هذا ما يظهر في المنتديات والمدونات.
- 5- تجاوز الحدود الثقافية: تلقت في مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية وتزداد كل عام بنسبة كبيرة.
- يتجاوز الحدود الجغرافية ويتميز بالعلمية الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال.
 - تدعم الحوار بين النظم الثقافية الاجتماعية، وتدعم حرية الأفراد والشعوب في الاتصال والإعلام والحرص على تأكيد القيم الاجتماعية السائدة في مواجهة الثقافات الوافدة عبر الشبكات الاتصالية بمستوياتها المختلفة.
- 6- تجاوز وحدة الزمان والمكان: اتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد.
- تطور الأجهزة الرقمية إلى أجهزة محمولة سهلة النقل من مكان إلى آخر وفر إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات.
 - التزامن الذي لم يعد شرطا لحصول العملية الاتصالية كما كان في السابق.
- 7- الاستغراق في عملية الاتصال:
- انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها.
 - إقبال المستخدمين للحاسوب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج لوقت طويل.
 - طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها بهدف اكتساب المعلومات أو التسلية.¹

المبحث الرابع: وظائف الانترنت:

تقدم الانترنت شأنها شأن وسائل الإعلام والاتصال الأخرى سواء كانت تقليدية أو حديثة، مجموعة من الوظائف لمستخدميها والتي تحقق بدورها مجموعة من التأثيرات المتنوعة، نلخصها فيما يلي:

- الوظيفة الاتصالية: تقدم الشبكة خدماتها الشهيرة في هذا المجال فهي تمكن مستخدميها من الاتصال ببعضهم البعض بفضل خدمات الدردشة وخدمات الفيديو، فتمكنهم من تبادل الآراء والتجارب وتخلق فرق النقاش وتبادل البريد الإلكتروني، وهي في هذا الشأن تعد من أفضل الوسائل الاتصالية لأن الشبكة توفر لمستخدميها مستويات اتصالية فريدة، فهناك الاتصال اللحظي المتمثل في المحادثة التفاعلية والاتصال المتزامن أو غير المتزامن من فرد لآخر من خلال البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى اتصال فرد بجماعة أو جماعة بجماعة بشكل غير متزامن مثلما يحدث في جماعة الأخبار والقوائم البريدية.
- الوظيفة الترفيهية: من بين أشكال الترفيه التي توفرها الشبكة ما يعرف "بالواقع التخليقي أو الافتراضي" *Virtually Reality* وهذا يتحقق بميزة الوسائط المتعددة *MultiMedia*، ففي الشبكة توجد متاحف ومعارض افتراضية *Virtuality* *Muséums* ويمكن لمستخدمي الانترنت أن يزوروا بهدف التسلية والترفيه أو الاطلاع على معروضاتها واستعراض تاريخها (...).

وضمن وظيفة الانترنت الترفيهية يوجد ما يعرف بالسياحة الافتراضية التي تسمح لمستخدمي الانترنت بزيارة مناطق سياحية عن بعد، أو الاطلاع على أدلة السياحة (مدن، فنادق، مطاعم...) التي تعرضها العديد من المؤسسات. وهذا بالإضافة إلى الألعاب الإلكترونية التي تتوافر عليها الشبكة مستفيدة من خصائص الانترنت كالتفاعلية، فيمكن لعب الشطرنج مع شخص آخر في مكان آخر من العالم الفسيح عبر شبكة الانترنت.

- الوظيفة التثقيفية: تتجلى الوظيفة التثقيفية في الانترنت في تبادل المعلومات عن طريق الحواسيب أو من خلال الشبكة التي فتحت باب الحوار والاتصال الإنساني بين البشر من مختلف الثقافات، بالإضافة إلى سيل المعلومات المتدفق، والذي سيؤدي إلى خلق نوع من الشفافية على مستوى العالم لم يشهده من قبل، كما يمكن للتثقيف أن يتجلى في العدد الهائل من الموسوعات، الكتب والمقالات القابلة للتحميل من قبل المستخدم الذي يستفيد منها على المستوى العلمي والتثقيفي على حدّ سواء، ولكن هناك من الباحثين من يرى عكس ذلك إذ يرون أن الانترنت لا تقوم بالتثقيف وإنما تقوم بالغزو الثقافي.
- وبهذا الشكل تشكل شبكات المعلومات سلاحا بالنسبة للذين يحسنون استعمال خدماتها، حيث تتقارب ثقافة الشعوب المتجانسة على عكس المجتمعات الضعيفة التي تزداد ضعفا بفضل الثقافة الخارجية المفروضة عليها بقوة، لأن التكنولوجيا الحديثة في

مجتمعاتنا لازالت مستوردة بالكامل وهي تحمل معها بالضرورة بذور وجينات الثقافات الأجنبية وبالتالي فهي حين نستوردها تؤثر حتما على الثقافات الوطنية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

- الوظيفة الإخبارية الإعلامية: يمكن وصف الانترنت بأنها فضاء اتصالي تتعايش فيه وسائل إعلامية مختلفة، إذ بإمكان المستمع الاطلاع على صحيفة أو مجلة عن طريق الشبكة أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون بدون اللجوء إلى وسائل الالتقاط التقليدية لا اعتبارها وسيط تقني لها خصوصياتها تتشكل داخل المضامين بطريقة معينة. والانترنت وسيط إعلامي كسر الحواجز بين المرسل والمستقبل (...)، بفضل خاصية التفاعلية التي جعلت جمهورها (الانترنت) يبعد عن نفسه صفة المتلقي السلبي التي عرفت بها في وسائل الإعلام التقليدية ليصبح اليوم في موقع المستخدم الإيجابي الذي يناقش كل القضايا المطروحة في مواقع الانترنت.
 - الوظيفة الإعلانية: يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة وهو الوسيلة الحديثة لترويج السلع التي عرفت أشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، وقد أضحت الانترنت اليوم فضاء جديدا للإعلانات في خطوة أخرى لخطف الأضواء من وسائل الإعلام التقليدية، فان كان الإعلان قديما وسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس بهدف تغيير آرائهم وتعزيزها. فإنه ليس من المستغرب إطلاقا أن نجد شبكة الويب (www) اليوم تعج بالإعلانات على مختلف أنواعها، وهذه الإمكانية التي توفرها هذه الشبكة للمعلنين بشكل خاص تجعلها من أكثر وسائل الترويج جاذبية وحضورا خاصة إذا ما أحسن استخدامها وعرفت أسرارها وآلياتها.
 - وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات: وهي من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ لها دور هام في تكوين الرأي العام ولا يمكن عزل هذه الوظيفة عن الوظائف الأخرى مثل: وظيفة الإخبار والإعلام، لكنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف منها حيث تعني بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور وبذلك تدخل الدعاية والعلاقات العامة ضمن هذه الوظيفة؛ فالدعاية والمغالطات أمور حاضرة بقوة في مجموعات النقاش وفي صفحات الويب.
- هذه الأخيرة التي تمكن الأفراد في وقت وجهد بسيط من إشباع فضولهم في مختلف المجالات الفكرية، العلمية، الأدبية والفلسفية والاطلاع على آخر التقارير السياسية الصحفية.¹

¹ سليمان، بورحلة: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 2008، صص (79-81).

المبحث الخامس: أهمية الانترنت:

تتمثل أهمية الانترنت فيما يلي:

- **تعزيز التعليم:** تلعب الانترنت دورا مهما في المشوار الدراسي للطلبة، إذ تستخدم لتنزيل برامج تعليمية للدراسة، الانضمام للدروس والدورات عبر الانترنت، تشكيل جماعات دراسية بين الطلبة للدراسة معا في نفس الوقت ويستخدم للبحث عن معلومات تخص المدرسة والواجبات المدرسية، فالانترنت يحتوي على مصدر غير محدود من المعلومات في كافة مجالات الحياة.
- **تقليل التكلفة:** للانترنت أهمية كبيرة في عالم الأعمال التجارية، حيث أنه ساهم كثيرا في تقليل أو توفير تكاليف العمل وذلك بفضل سرعة البحث عن المعلومات عبر الانترنت، الأمر الذي يساعد على توفير الكثير من المال للبعض، وصنع الكثير منه للبعض الآخر وأيضا لأن العديد من الوظائف الحسابية في العمليات التجارية أصبحت أوتوماتيكية كالمحاسب، مما ساهم في تبسيط العمليات التجارية وتقليل تكاليف العمالة.¹
- **سهولة التواصل مع الآخرين:** تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الطريقة الرئيسية التي يتواصل بها البشر مع بعضهم البعض في الآونة الأخيرة، مما يدل على مدى أهمية الانترنت في حياة الناس حاليا حيث تتيح الاقتراب من البعيد والتواصل معه، مثل: الأصدقاء، الأقارب، المغتربين، ومقابلة أناس جدد عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: الفيسبوك، تويتر وغيرها الكثير من المواقع الشعبية المشهورة، بالإضافة إلى ذلك تساعد الانترنت على إجراء محادثات ومكالمات فيديو مجانية لأغراض تجارية بسرعة انتقالية ثابتة للصوت والصورة، وغيرها من الخصائص التي تميز شبكات التواصل الاجتماعي.
- **البحث عن فرص العمل:** تعتبر الانترنت وسيلة ممتازة للبحث عن فرص عمل جديدة، فحاليا يوفر البريد الإلكتروني خيار الإشعارات لتلقي رسائل إلكترونية عن فرص عمل مطروحة من قبل مؤسسات حكومية وشركات خاصة، وعبر المواقع الإلكترونية التي تكون مفصلة بكافة الطلبات والخبرات والمؤهلات المطلوبة للوظيفة، بدلا من الطرق القديمة والتقليدية للبحث عن فرص عمل كالصحف الورقية.²

¹Bradly James Bryan: **what are the benefits of the internet to business?**, www.smallbuhsnass.chon.com, Retrieved 2-5-2018 Edited. محمود، مروان: **ما لأهمية الانترنت في حياتنا؟** ² <http://mawdoo3.com/> تم الاطلاع عليه يوم 2019-04-19 على الساعة 21:43 مساءً،

المبحث السادس: مزايا وعيوب الانترنت:**1- مزايا الانترنت:**

- تتميز الانترنت بمجموعة من المزايا التي جعلتها مختلفة عن باقي وسائل الإعلام الأخرى وهي:
- سرعة نقل وتمرير المعلومة: أكثر الخدمات استعمالا في شبكة الانترنت هي خدمة البريد الإلكتروني التي تسمح لكل من له عنوان بريدي على الشبكة بأن يبعث ويستقبل رسائل بواسطة البريد الإلكتروني.
 - بنوك ومجتمعات المعلومات: موجودة تقريبا في جميع المجالات وتغطي غالبية المواضيع كالموسوعات والقواميس.
 - الانترنت كحقيبة معلومات شخصية متنقلة مع المستخدم: لأن كل شخص قادر على بناء موقع يتضمن المعلومات التي يريدها، وهو قادر على الوصول إلى هذا الموقع في أي زمان ومكان.
 - تعدد الوسائط في الشبكة العالمية (www): الشبكة العنكبوتية العالمية world wide web تعتبر أكبر شبكة حاسبة من بين الشبكات المكونة لشبكة الانترنت التي تسمح بإظهار المعلومات بأشكال مختلفة (صور، نصوص، رسومات...).
 - الانترنت مكتبة لكل شخص: في الانترنت كتب عديدة وقيمة إضافة إلى الجرائد، المجالات والمقالات في العديد من المجالات التي يمكن الاستفادة منها.
 - مجموعات الحوار والمحادثات: تستعمل لتبادل الأفكار مع أشخاص آخرين، ومن أجل طرح الأسئلة على مجموعة خبراء والحصول على مساعدة في المجال المطروح.
 - نشر العلم والنافع والأخلاق الحسنة.
 - معرفة العلوم الكونية والأخذ بأسباب التقدم والرقى.
 - الاستفادة منه في الأبحاث العلمية.¹

¹ دانة، وليد المروى وأخريات: إيجابيات وسلبيات الانترنت وأثرها على فتيات المجتمع في قطر، دط، مركز علي بن مسعود للبحث العلمي، قطر، 2010/2009، ص ص (14-13).

2- عيوب الانترنت:

تتمثل عيوب الانترنت فيما يلي:

- عدم الإلمام بالحاسوب وبرامجه وطريقة استخدامه يؤدي إلى العجز عند استخدام الانترنت.
- عدم دقة المعلومات وعشوائيتها في بعض الأحيان.
- الانترنت ليس مصدرا علميا دقيقا وموثوقا.
- اللغة قد تكون عائقا أمام مستخدمي الانترنت، وقد يكونون من العرب على سبيل المثال اللذين لا يوجدون الإنجليزية والفرنسية.
- الانحلال الخلقي وتدمير الأخلاق من خلال المواقع الإلكترونية الإباحية والسيئة التي تعبت بأخلاق ودين الإنسان.
- يؤدي استعمال الانترنت إلى الإصابة بمختلف الأمراض، مثل أمراض العيون بسبب إشعاعات الشاشات، بالإضافة إلى آلام وأوجاع الظهر كآلام الفقرات.
- يؤدي استخدام الانترنت بكثرة للإدمان وعدم القدرة على التخلص منه أو استخدامه باعتدال والدخول في متاهات الأمراض والاضطرابات النفسية.
- يستهلك الانترنت وقت وجهد الإنسان، حيث يقضي كثير من الناس وقتا طويلا في استخدام الانترنت.
- يسبب العزلة الاجتماعية.
- الابتزاز وتجارة الأعضاء والسوق السوداء.¹

فداء، أبو حسن: مزايا وعيوب الأنترنت¹ <http://mawdoo3.com/> تم الاطلاع عليه يوم 2019/04/04، على الساعة 22:19.

الخلاصة:

من خلال استعراضنا لما جاء في هذا الفصل يمكننا القول أن شبكات الانترنت يتسارع نموها يوماً بعد يوم أين وجدت تكنولوجيات غطت العالم بأسره وذلك نتيجة التراكم الثقافي والعلمي الذي غير مجرى الحياة البشرية بتقريبها للمسافات البعيدة، وذلك بتسهيل التواصل بين الأفراد وذلك بتجاوز الحدود المكانية والزمنية.

الفصل الثاني: ماهية الإعلام الإلكتروني

تمهيد

المبحث 1: مفهوم الإعلام الإلكتروني

المبحث 2: أسماءه

المبحث 3: خصائصه

المبحث 4: وسائله

المبحث 5: وظائفه

المبحث 6: سلبيات الإعلام الإلكتروني

خلاصة

تمهيد:

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبير في تاريخ الإنسانية، فقد أحدثت تغيير كبير في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات ، إنتاجها، نشرها والتشارك في مضامينها، حيث أدى ظهور مصطلح الإعلام الجديد في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل: الأفلام، الصور، الموسيقى، الكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، حيث ساهمت في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والانفتاح على ثقافات العالم.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الإلكتروني:

إن مصطلح الإعلام الإلكتروني أو الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد ليس له تعريف واحد، ويتميز عن الإعلام القديم بخاصية الحوار بين الطرفين (صاحب الرسالة ومستقبلها)، مع ذلك نجد أن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه.

ويعرفه قاموس الكمبيوتر Computer Dictionary عبر مدخلين هما:

- 1- إن الإعلام الإلكتروني يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصال والأجهزة المحمولة في هذا السياق، ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوترات على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.
- 2- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية لما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجميع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.¹

كما عرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary على أنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".²

يعد الإعلام الإلكتروني العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاث عناصر هي: الكمبيوتر، الشبكات والوسائط المتعددة. وتعتمد وسائل الإعلام على الحاسب الآلي في إنتاج، تخزين وتوزيع المعلومات وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض. أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.³

كما يعرف قاموس الانترنت الموجز الإعلام الإلكتروني بأنه أجهزة الإعلام الرقمية عموما أو صناعة الصحافة على الانترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة

¹ Definition:New Media.Computing

Dictionary.><http://computing.dictionar.thefreedictionary.com/new+media>>Accessed:Sep 2006.

Definition New Media.High-Tech

Dictionary<http://www.computeruser.com/resourses/dictionary/dictionary.html>accessed:Oct2006. ²

³ <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files> عباس صادق: الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، متاح على الرابط

يوم 2019/07/10 على الساعة 11:00

لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير افتراضي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو والسينما.¹

المبحث الثاني: أسماء الإعلام الإلكتروني:

لقد تعددت أسماء الإعلام الجديد ولم تقف على اسم موحد، ومن هذه الأسماء نجد:

- 1- الإعلام الرقمي: يصف التطبيقات التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي وغيرهما أو الإشارة إلى نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.
- 2- الإعلام التفاعلي: طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت، التلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.
- 3- الإعلام الشبكي: على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.
- 4- الوسائط السيبرونية: من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي "وليام جيبسون" في روايته التي أصدرها عام 1894.
- 5- إعلام المعلومات: للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات ويندمج فيها.
- 6- إعلام الوسائط المتعددة: حالة الاندماج الذي تحدث داخله بين النص، الصورة والفيديو.²

¹ شفيق، حسين: الإعلام الجديد (الإعلام البديل) تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة والنشر، دون بلد النشر، 2010 ص59.

² نسرين، حسونة: الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، مدونة الصحافية نسرين حسونة، متاح على الرابط <http://blog.amin.org/nisreenhassona> يوم 2019/04/04

المبحث الثالث: خصائص الإعلام الإلكتروني:

يتميز الإعلام الإلكتروني بالعديد من الخصائص منها:

- 1- **التفاعلية Inreactivity:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
- 2- **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.
- 3- **المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الإلكتروني لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
- 4- **الحركة والمرونة:** أين يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسوب المتنقل، حاسوب الانترنت والهاتف النقال... الخ بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
- 5- **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال غير عالمية، تتخطى حواجز الزمان، المكان والرقابة.
- 6- **اندماج الوسائط:** في الإعلام الإلكتروني يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص، الصوت، الصورة الثابتة، الصورة المتحركة، الرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... الخ.
- 7- **الانتباه والتركيز:** لأن المتلقي في وسائل الإعلام الإلكترونية يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.
- 8- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.¹
- 9- **التنوع Variety:** وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في خدمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.
- 10- **اللاجماهيرية Demassification:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان

¹فهد، بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، متوفر على الرابط:

<http://www.google.com/amp/s/samaae/samony.wordpress.com> يوم 2019/07/08 على الساعة 22:11.

في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

11- التكامل Integration: تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.

12- تجاوز الحدود الثقافية: يطلق على شبكة الانترنت أنها شبكة تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب التنبؤ بأعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الانترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء الاتصال بالعالمية أو الكونية على مستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.

13- الاستغراق في عملية الاتصال: من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد تطوير برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية.¹

المبحث الرابع: وسائل الإعلام الإلكتروني:

يطلق مصطلح الإعلام الإلكتروني على الطرق الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب، الهواتف الذكية، الشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد، ومن وسائله:

1- مواقع التواصل الاجتماعي: انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي، وأشهرها موقع "الفايسبوك" وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصور الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على

نسرين، حسونة : مرجع سابق.¹

مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا.¹

- **موقع الفايسبوك:** هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب عدد كبير من الناس خصوصا فئة الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها سنة 2004، في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج"، كانت مدونته "الفايسبوك" محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة والأصدقاء. فلم يخطر في بال زوكربيرج الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر هو وصديقيه أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي في فترة زمنية قصيرة جدا وتتخطى شهرتها حدود الجامعة حيث انتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة.²

2- المدونات: تعتبر مدونات الانترنت واحدة من أهم تطبيقات الإعلام الجديد وهي "البلوغ Blog" أو "ويب لوج Weblog" ما أطلق عليه عربيا "المدونة". وهي عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين كالسياسة أو الأخبار المحلية، كما يمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية تنشر بالنصوص، الصور، الفيديو والصوتيات، وتحمل وصلات لمدونات أخرى، مواقع انترنت أو وسائل أخرى متعلقة بالمقال.³ وهي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسب وإرساله فور الاتصال بشبكة الانترنت ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج عمدا بين المعلومات والآراء كما تترافق مع الربط بمصدر فكرة أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها.⁴

3- الصحافة الإلكترونية: أصبحت الصحافة الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث، حيث يستمد منها الكثير من الأفراد الأخبار والمعلومات عن طريق الاطلاع السهل عليها بواسطة شبكة الانترنت باستخدام وسائل عديدة كالهاتف، جهاز الكمبيوتر، الألواح الإلكترونية... الخ. وتعتبر الصحافة الإلكترونية وليدة التطورات الحاصلة في تكنولوجيا صناعة الكمبيوتر ما أعطاهها صفة العالمية، كما ساهمت شبكة الانترنت في ظهور ما يسمى بالقارئ الإلكتروني والصحفي الإلكتروني.

صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشرق، عمان، 2008، ص55.

منير سليمان زيد: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص134.

صادق عباس مصطفى: مرجع سابق، ص117.

نسرين، حسونة: مرجع سابق.

والصحافة الإلكترونية وسيلة حديثة لا يتعدى عمرها عشرون سنة، وقد عرفت الانطلاقة الحقيقية لها في تسعينات القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية مع صحيفة "شيكاغو تريبيون" التي ظهرت سنة 1992 بعد ظهور الصحيفة الشبكية " هيل نورج أبلاد" سنة 1991.¹

4- التلفزيون التفاعلي الرقمي: الأصل في التلفزيون التفاعلي الرقمي هو اندماج بين تكنولوجيا التلفزيون، تكنولوجيا الأفلام وتكنولوجيا الكمبيوتر، إذ تولّد عنها جهاز متطور اختزل طبق التقاط البث التلفزيوني Dish وجهاز استقبال البث Recevir وجهاز الكمبيوتر Computer في جهاز واحد يتم التحكم به من خلال جهاز التحكم (Remout control)، هذا الجهاز الجديد هو التلفزيون التفاعلي (Interactive.TV).

اشتق مصطلح التلفزيون التفاعلي من (الانترنت+التلفزيون) حيث In هي أول حرفين من كلمة Internet، و Vision هي آخر ستة أحرف من كلمة .Télévision.

ويعرف كذلك باسم تلفزيون عالي التقنية الذي يتميز بوجود خط راجع بين الجهاز وجهة البث، أي أن المشاهد لديه الفرصة الكاملة لإرسال المعلومات أو الطلبات وتلقي إجابات بصفة شخصية بحتة كما يستطيع أن يتحكم في الصورة التي أمامه من حيث الحجم، التوقيت والإيقاف والحصول على معلومات تفصيلية تكون ذات صلة بالمشهد أمامه أو خدماتية بحتة.²

5- راديو الانترنت: راديو الانترنت موجود منذ نهاية التسعينات، حيث استخدمت الإذاعة التقليدية الانترنت في بث برامجها وفقراتها في نفس الوقت وبالتزامن مع الأثير الوسيط الأصيل للبث الإذاعي، بمعنى أنه يمكنك الاستماع إلى نفس الفقرة أو البرنامج عبر جهاز الراديو أو عبر الانترنت في نفس الوقت دون أي تأخير أو إبطاء. ويمر راديو الانترنت حالياً بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق اتساعه ومداه بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت، ولم يعد البث الإذاعي عبر الانترنت يقتصر على المحطات الإذاعية الكبرى بل اتسع الأمر حتى أصبح بإمكان أي شخص أو جهة أو شركة إنشاء محطة راديو عبر الانترنت.

طور **كارل ملامود** أول محطة راديو انترنت في التاريخ في عام 1993، استخدم تقنية أسماها "عصب البث المتعدد على الانترنت" باستخدام بروتوكول الانترنت، وفي فبراير

²حورية، بولعبيدات: مطبوعة بيداغوجية بعنوان: الصحافة الإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية/علوم الإعلام والاتصال، جامعة الصديق بن يحي، جيجل 2008، ص6.

³ طارق، علي محمود: التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول، مجلة الباحث الإعلامي العدد 13، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ص ص (110، 112).

1995 بدأت أول محطة إذاعية بثها على الانترنت وهي محطة راديو هاجر/كوفمان، كانت تبث الموسيقى الخاصة بالفرق الموسيقية المستقلة.¹

6- خدمات الهاتف النقال: تقدم الهواتف النقالة لمستخدميها عدة خدمات مميزة تسهل عليه التواصل مع غيره والاطلاع على الأخبار والمستجدات في محيطه وهي كما يلي:

1- خدمة الرسائل القصيرة (Short Message Service: SMS): تسمح لمستخدمي الهاتف النقال بتبادل رسائل نصية قصيرة فيما بينهم بحيث لا تتجاوز الرسالة الواحدة 160 حرف.

2- خدمة الواب (Wap): بروتوكول التطبيقات اللاسلكية (Wireless Application Protocol)، هو معيار عالمي يتضمن مواصفات وقواعد اتصالات محددة يساعد المستخدمين في الدخول إلى الانترنت لاسلكيا باستخدام الأجهزة اللاسلكية الصغيرة المحمولة مثل الهواتف النقالة. وقد منح الواب للأجهزة النقالة القدرة على الانتقال إلى أجهزة تفاعلية، ويختلف الواب Wap عن الويب Web: فالأول هو خاص بالأجهزة النقالة كأجهزة الهواتف النقالة، حاسبات الجيب والأجهزة الذكية في الدخول إلى الانترنت، أما الثاني فهو خاص بأجهزة الحاسوب والانترنت.

3- خدمة التراسل بالحزم العامة للراديو GPRS: تقنية GPRS هي تقنية مبتكرة جديدة تسمح للهواتف النقالة بالدخول إلى الانترنت بسرعة فائقة وإمكانية استقبال البيانات والملفات وتخزينها واسترجاعها وتبادلها لاسلكيا بسرعة في حدود 1712 كيلوبايت في الثانية والوصول إلى كم أكبر من المعلومات المتاحة من خدمة الواب وبتكلفة وجهد أقل حيث يتم حساب التكلفة بناء على حجم البيانات وليس على مدة الاتصال. ويحتاج الهاتف النقال إلى أن يكون مهياً لاستخدام تقنية GPRS والاشتراك في خدمة GPRS WAP. وتعتبر أجهزة الهواتف النقالة الحديثة مجهزة بهذه التقنية حيث يستطيع المستخدم الدخول إلى الانترنت Mobil internet وقراءة البريد الإلكتروني والرد عليه وإرسال واستقبال رسائل الوسائط المتعددة MMS.

4- خدمة البلوتوث Bluetooth: تقنية الاتصال اللاسلكي بلوتوث Bluetooth Technology Wireless تربط مجموعة من أجهزة الاتصال المحمولة مع بعضها بروابط لاسلكية قصيرة المدى مثل الهواتف النقالة والحاسوب الجيبى لتبادل البيانات والملفات بينها لاسلكيا.

5- خدمة الوسائط المتعددة MMS: تتيح هذه الخدمة للمستخدم إرسال واستقبال الرسائل متعددة الوسائط MMS، حيث يمكن تبادل الرسائل النصية، لقطات الفيديو، الرسوم المتحركة والصور الملونة.

¹ نادية، النشار: راديو الانترنت، بوابة كنانة أونلاين، متوفر على الرابط:

http://Kenanaonline.com/users/Dr_Nadia_Elnashar/posts/712034 يوم 2019/07/24 على الساعة 08:54.

لقد أطلقت دول كثيرة حاليا الجيل الثالث (3G) من الهواتف النقالة بسرعة تصل إلى 2 ميجابايت في الثانية، وتلاه إطلاق الجيل الرابع (4G) وزيادة سرعة الهاتف إلى 100 ميجابايت في الثانية، تسمح إمكانية هذين الجيلين بتقديم مجموعة كبيرة من الخدمات اللاسلكية كإجراء اتصالات مرئية تفاعلية مباشرة بالصوت والصورة حيث يرى المتصلون بعضهم بعضا من خلال الهواتف النقالة المتوافقة مع تقنية هذين الجيلين ونقل البيانات، كما تتيح إمكانية الاتصال بالإنترنت بسرعة عالية وتسمح بتبادل رسائل الوسائط المتعددة وتنظيم مؤتمرات الفيديو وتوفير خدمة تحديد المواقع عبر الهاتف النقال مع سرعة إنجاز هذه الخدمات.¹

المبحث الخامس: وظائف الإعلام الإلكتروني:

- 1- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود هذه العزلة يتم بالاتصال بغيره من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات، الحوارات والبريد الإلكتروني، ومع أشخاص لا يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.
- 2- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.²
- 3- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي ينادي بها قادة الرأي ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع " المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تساهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.
- 4- غياب المصادر وتحري المصادقية تساهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تساهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية.

¹ هبة، دويدار: الخدمات التي تقدمها الهواتف النقالة، منتدى تكنولوجيا التعليم، <http://education.Own0.com/t131-topic> يوم

2019/07/17 على الساعة 10:48.

زيد، منير سليمان، مرجع سابق ذكره ص133. ²

- 5- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.
- 6- هناك توسعا كبيرا في استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدما ملموسا بالاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي.
- 7- وجدت وظيفة التسويق والإعلان صدى كبيرا لدى المعلنين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة كبيرة من الاستخدام حيث نجحت في خدمتها شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، وتعتبر هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا على اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.
- 8- مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، ساهم الإعلام الإلكتروني في ذلك بتوفير خدمة التسلية والترفيه التي حققت حاجات جمهور المستخدمين لها.¹

¹ بحث عن الإعلام الجديد، متاح يوم 2019/08/10 على الساعة 19:33 على الموقع:

<https://karimhisham.wordpress.com/2016/05/23/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF/#ftn2>

المبحث السادس: سلبيات الإعلام الإلكتروني:

يمكن تلخيص سلبيات الإعلام الإلكتروني في النقاط التالية:

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.¹

نسرين، حسونة: مرجع سابق ذكره.¹

الخلاصة:

من خلال استعراضنا لما سبق يتضح أن الإعلام الإلكتروني أو الجديد هو إعلام متعدد الوسائط، أين أحدث ثورة نوعية في العملية الاتصالية فهو يتضمن نصوص، فيديو، صور وملفات الصوت، وقد انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية من خلال وسائله كالصحافة الإلكترونية، المدونات، مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.

الفصل الثالث: ماهية الفايسبوك.

تمهيد

المبحث 1: تعريف الفايسبوك

المبحث 2: لمحة تاريخية عنه

المبحث 3: خصائصه

المبحث 4: تطبيقاته

المبحث 5: إيجابيات وسلبيات استخدام الفايسبوك.

خلاصة

تمهيد:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي الذي يدور في الفضاء الإلكتروني، أين قرب المسافات وألغى الحواجز بين الشعوب وتزاوجت الثقافات فيما بينها، ويسمى هذا النوع من الاتصال باتصال الشبكات الاجتماعية الموجودة على الانترنت، ومن بينها نجد موقع الفايسبوك الذي يحظى بقبول وتفاعل كبير من الناس وخاصة فئة الشباب والمراهقين في جميع أنحاء العالم.

المبحث الأول: تعريف الفايسبوك:

يعبر مفهوم الفايسبوك بالإنجليزية Face book عن موقع الويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم المواقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات الأمريكية المتحدة إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.¹

ومصطلح الفايسبوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ما، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية لبعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.²

أما قاموس الإعلام والاتصال فيعرف الفايسبوك على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس وللموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.³

كما تعرفه سامية مهدي على أنه موقع ويب اجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً، تديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها. فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.⁴

1 وائل مبارك خضر، فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، دط، المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان/ الخرطوم، 2012، ص (12).

2 عبد القادر، عصام الطاهر: الفايسبوك والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب المغربي، بحث لنيل شهادة الإجازة في شعبة علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المغرب، 2011، ص (13).

3 مريم ناريمان، نورمار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 64.

4 سامية، مهدي: مواقع التواصل الاجتماعي فاييسبوك، مذكرة ماستر غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسة الجمهور، جامعة الجزائر، 2012، ص 58.

المبحث الثاني: نشأة وتطور موقع الفايسبوك:

انطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فايسماتش"، نوع لمجموعة hot or not التابعة لجامعة "هارفرد" وهو يعتمد على نشر صور من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية.

يرجع تأسيس موقع الفايسبوك لكل من *داستين موسكوفيتز* و"*كرهيويز*" اللذان تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب وهما رفيقي "*زوكربيرج*" في جامعة هارفرد الأمريكية، وهنا وقعت أحداث "*جريمة الاختراع*" التي بدأت دوافعها بسبب عدم توفير الجامعة لأسماء وصور في دليل أساسي، وهو دليل متعارف عليه لدى الجامعات الأخرى باسم كتاب "*وجوه الطلبة*"، بالمقابل أراد *زوكربيرج* إنشاء نسخة إلكترونية من هذه المعلومات لكن الجامعة نكرت أن هناك الكثير من الأسباب تحول دون جمع تلك المعلومات وفي إحدى ليالي بداية السنة الثانية اخترع *زوكربيرج* سجلات الطلبة الإلكترونية في الجامعة وأنشأ موقع بسيط أطلق عليه اسم "*فايسماتش*" والذي يعمل على مقارنة صور الطلبة مع صور الزائرين لتحديد أيهم جاذبية شكلا وخلال أربع ساعات قدم إلى الموقع 450 زائر، وشهدت 2200 صورة وعندما كشف أمره قطعت إدارة جامعة هارفرد وصل الانترنت على *زوكربيرج*. لكنه في النهاية عمد إلى مراوغة الإدارة فقام بعمل نموذج لكتاب الوجه وطلب من زملائه إدخال بياناتهم بأنفسهم وإرسال بريد إلكتروني يدعو فيه الطلاب لزيارة الموقع والمشاركة بملاحظاتهم، وفي 4 أبريل 2004 انطلق موقع www.facebook.com.

انتشر استخدام الفايسبوك بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا، بريطانيا وكندا، ويتطور الموقع من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل، ترعاه شركة فايسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع.¹

أصبح الفايسبوك الأول على صعيد العام الذي يستخدم للتواصل الاجتماعي، حيث بلغ عدد الحسابات حسب إحصائيات 2011 إلى 800 مليون مشترك وقد تحول الموقع من مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعلى الأحزاب الفعلية على الأرض وكذا لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابتها

سامية، مهدي: نفس المرجع السابق، ص 60.

وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى موقع الفايسبوك وظيفة الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.¹

المبحث الثالث: خصائص الفايسبوك:

يحظى الفايسبوك بتحديثات كثيرة وإضافات عديدة، ففي كل فترة يتم تطوير خاصية معينة أو إتاحة خيار جديد من أجل إرضاء المستخدمين، ومن بين هذه الخصائص نجد:

1- خاصية Wall: (لوحة الحائط)، وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

2- خاصية Pokes: (نكزه/غمزه)، تتيح إرسال نكزه افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخص المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب.

3- خاصية Status: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

4- التعليقات Notes: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد تمكن المستخدم من جلب أو ربط المدونات وهذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل، الدردشة وإرسال الهدايا الافتراضية.²

سامية، مهدي: نفس المرجع السابق، ص 60.¹
¹ صالحة، الدماري: الطلاب والشبكات الاجتماعية، دراسة ميدانية في استخدامات وإشباعات طلاب كلية الفنون الإعلام للفايسبوك كشبكة، دن، دون بلد، ماي 2010، ص 4.

المبحث الرابع: تطبيقات الفايسبوك:

يشمل الفايسبوك على عدة تطبيقات نذكر منها:

- **المجموعات Groups:** يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة، ويتم إنشاء المجموعات لاهتمامات المشتركين من طرف مدير "admin"، ينظم اليه أعضاء لهم نفس الميول والاهتمامات.
- **الصفحات Pages:** الصفحات لها نفس ميزات واستخدامات المجموعات فيها، عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في (fanclub) لكل المستخدمين وغالبا ما يكون لهذا التطبيق في الصفحة الرئيسية معجبون للمشاهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع شخصيات معينة.
- **الصفحة الرئيسية Home:** يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذين أضفتهم إليك، ذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية بمشاهدة محتويات صفحته.
- **الألعاب Games:** يوجد في الفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة مثل مغامرات إستراتيجية، كرة القدم... الخ، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى. والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).
- **المناسبات Event:** إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماعي على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين إليه وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك.¹

وانل، مبارك خضر فضل الله: أثر الفايسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان/الخرطوم، 2011، ص14.¹

المبحث الخامس: تأثيرات الفايسبوك:**1- الآثار الإيجابية:**

- لقد أضاف الفايسبوك بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر وأحدث تغييرات ثقافية، اجتماعية، سياسية واقتصادية في حياة المجتمعات، ومن أهم هذه الإيجابيات نجد:
- أصبح الفايسبوك مطلبا رئيسيا للعديد من الناس لنقل أخبارهم الشخصية وتشكيل صداقات جديدة ومعرفة ما يدور في العالم من خلال صفحاته المخصصة لنقل الأحداث بالفيديو والصورة.
 - فرصة لتعزيز الذات فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
 - أكثر انفتاحا على الآخرين: إن التواصل مع الغير سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين، العقيدة، الثقافة، العادات والتقاليد، اللون، المظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.
 - الناس يسعون دائما لإقامة علاقات جديدة للتواصل مع العلاقات القديمة فجاء الفايسبوك في العالم الافتراضي الذي اكتسب مع الزمن أهميته ودوره.¹
 - ساهم الفايسبوك كثيرا وتلقائيا في عملية النشر الإلكتروني فأى مستخدم للإنترنت يجد أن معدل كتاباته وقراءاته قد ارتفع بشكل كبير.
 - يقدم فرص رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة.²
 - الفايسبوك أسرع وسيلة لنشر الإعلانات والمساهمة في تثقيف وتوعية المواطنين.
 - المشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام لمجموعة معينة قد تمثل أنت وأصدقائك نسبة مقدرة في قياسات الرأي العام لتلك الفكرة.³

وأئل، مبارك خضر فضل الله: نفس المرجع، ص 20.

موسى، جواد موسى وآخرون: **الإعلام الجديد، تطور الاداء والوسيلة**، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع للنشر والتوزيع، بغداد، 2011، ص 47.

³ حياة، بهاء: **الشباب الجامعي والمواقع الاجتماعية في الإنترنت**، مذكرة ماستر غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 56.

2- الآثار السلبية:

- الفايسبوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر، فإلى جانب المجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال مفيدة وتحقيق الكثير من الأهداف فهناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه نجد منها:
- **إضاعة الوقت:** بمجرد الدخول للموقع يجد المستخدم نفسه ينتقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر، ولا يدرك حجم الوقت الذي يقضيه في التعليق على صور الأصدقاء فهناك من يقضي أكثر من عشر ساعات في تصفح الموقع فقط.
 - **انتحال الشخصية:** كثرة عمليات الانتحال لشخصية المشاهير في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا للتشويه، الابتزاز، ترويح الشائعات، كسب المال وتحريف الحقائق عن مسارها.
 - **الإدمان وإضعاف مهارات التواصل:** هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن الواقع الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.¹
 - **الإعلانات الدعائية المزعجة:** ظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من الإعلانات الدعائية التي تدعو لكسب المال وآخرون تدعوهم لزيارة مكان معين، وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي تزيد عن الألف عضو.
 - **صعوبة الدخول إلى الموقع في حالة فقدان مفتاح الدخول (Mot de passe).**²

سامية، مهدي: مواقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، مرجع سبق ذكره ، ص71.¹
وانل مبارك ،خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، مرجع سبق ذكره، ص21.²

الخلاصة:

يتضح من خلال ما سبق عرضه في هذا الفصل أن الفايسبوك أصبح جزءا هاما في الحياة اليومية للأفراد ويشمل جميع الميادين نظرا لسهولة استخدامه وقلة تكلفته، أين ساهمت الخصائص التي يوفرها في نجاحه وانتشاره فهو يتيح إمكانية إقامة صداقات ما سمح للأفراد بالتعرف على ثقافات جديدة ومتنوعة.

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي:

الفصل الرابع: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو.

المبحث 1 : التعريف بقناة الشروق نيوز.

المبحث 2: توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة.

المبحث 3: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتمادة حسب الجداول البسيطة.

المبحث 4: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة علوم الإعلام والاتصال في جامعة مولود معمري بتمادة حسب الجداول المركبة.

المبحث الأول: البطاقة الفنية لقناة الشروق نيوز الإخبارية والهيكل التنظيمي:

1- بطاقة فنية لقناة الشروق نيوز:

الشروق نيوز أو الشروق الإخبارية: هي قناة تلفزيونية إخبارية جزائرية، تقوم بنشر الأخبار الوطنية والدولية، وتسهر القناة أيضا على نقل الأخبار العاجلة والساخنة في كل المجالات حول العالم.

انطلق البث الرسمي للقناة يوم 19 مارس 2014 في احتفالية خاصة بمناسبة السنة الثانية لإطلاق أول قناة تابعة لمؤسسة الشروق (الشروق تي في)، لتكون الشروق الإخبارية ثاني قنوات الباقية ثم تليها الشروق بلوس.

تعود ملكية القناة إلى المرحوم "علي فضيل" المدير العام لجريدة الشروق، اشتغل في الميدان الإعلامي بداية التسعينات لما أسس أسبوعية الشروق العربي، ثم أسس يومية الشروق الجزائرية والتي من خلالها تم تأسيس باقة الشروق. ويديرها "سمير بوحاجة".

- اختصاصها: إخبارية خاصة.
- المقر: عمان/ الأردن.
- الشعار: كن أول من يعلم.
- تردد القناة: على النايل سات 10922 عمودي، معدل الترميز 1.27500.
- الموقع الإلكتروني: www.echoroukonline.com

- برامج القناة:

- تقدم قناة الشروق نيوز برامج متنوعة نذكر منها:
- ✓ **الجزائر هذا المساء:** برنامج يومي يتناول بالنقاش والتحليل مختلف المستجدات على الساحة الوطنية، تقديم "قادة بن عمار".
- ✓ **الشعب يريد:** برنامج يعطي الكلمة للشعب للتعبير عن انشغالاته، ويسعى لتوصيلها إلى المسؤولين عبر مختلف ولايات الوطن. يعتمد البرنامج بالدرجة الأولى على عمل المراسلين في المدن الكبرى، القرى، المداشر والأرياف، تقديم "ناصر بن طاهر".
- ✓ **ساعة اقتصاد:** برنامج اقتصادي أسبوعي يعالج كل المواضيع المتعلقة بالاقتصاد الوطني، وهو فضاء مفتوح لكل الفاعلين الاقتصاديين لإثراء النقاش حول الاقتصاد الوطني وسبل الدفع به إلى الأمام، تقديم "فاتح بومرجان".

- ✓ **نقاط على الحروف:** برنامج يتناول الأحداث التي تدعو لوقفة وتأمل وتحليل ونقاش ومعرفة حقيقة خلفية المواضيع الآتية، تقديم "ليلي بوزيدي".
- ✓ **منبر الجماهير:** برنامج رياضي أسبوعي يهتم بمناقشة القضايا والأحداث الرياضية التي تهتم النوادي والمنتخب الوطني من خلال رؤية الأنصار، البرنامج مساحة حرة للأنصار للتعبير عن آرائهم بكل حرية وبعيدا عن كل الرسميات، ويهدف إلى إيصال صوت المناصر إلى كل المسؤولين، ونبذ العنف والتقليل منه من خلال غرس ثقافة الحوار والنقاش وتبادل الآراء، تقديم "خالد توهامي".
- ✓ **أستوديو فوت:** برنامج رياضي أسبوعي من تقديم "حمو بلحمر".
- ✓ **الثقافة والناس:** برنامج ثقافي أسبوعي، من تقديم "رشيد رضوان".
- ✓ **الساعة الدولية:** يهتم بأبرز الأحداث الدولية، تقديم "غوماري عيسى".
- ✓ **لغز الجريمة:** برنامج نصف شهري يواكب مآسي المجتمع الجزائري، تقديم "نوال بيلي".
- ✓ **مراسلون:** برنامج أسبوعي من تقديم "عمر ملايني".
- ✓ **الشروق تحقق:** برنامج أسبوعي لتحقيقات مثيرة وهامة.

بالإضافة إلى برنامج التاسعة صباحا، يحدث في الجزائر ولقاء خاص¹.

2- الهيكل التنظيمي للقناة:

تحتوي القناة على مجموعة من المديريات ولكل منها مهام خاصة بها وحسب كل تخصص، نذكر منها:

- مديرية البرمجة وفيها مدير البرمجة، مسؤول قسم البرامج.
- قسم خاص بالبث.
- مديرية المالية.
- قسم الأخبار.
- قسم التقنية.
- رئيس التحرير.

بالإضافة إلى مجموعة هائلة من الصحفيين القائمين على سير البرامج التي تقدمها القناة².

¹ Tv.echoroukonline.com / الشروق، يوم 2019/07/31 على الساعة 10:56.

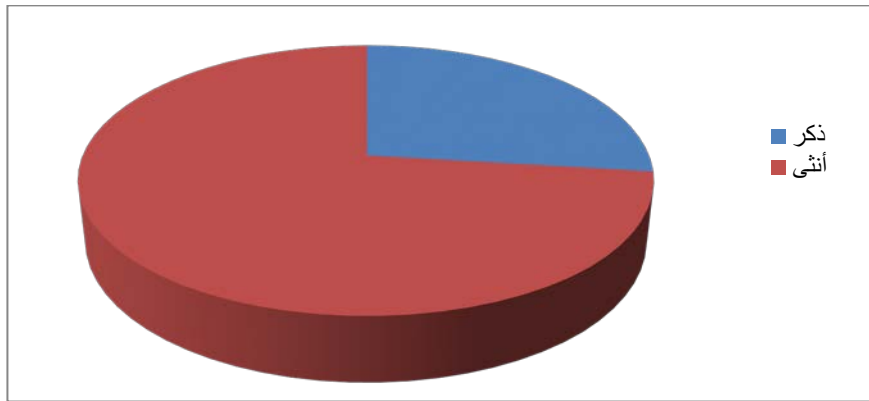
² إيمان، قتاتلية وأخرى: استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية، دراسة ميدانية بقناة الشروق تي في، مذكرة ماستر منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016/2015.

المبحث الثاني: توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة:

جدول رقم (01) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس / التكرارات
35%	35	ذكر
65%	65	أنثى
100%	100	المجموع

تحدد السمات الديموغرافية لعينة الدراسة من خلال عدد من المتغيرات مثل الجنس، السن، المستوى الجامعي ومكان الإقامة. وفيما يتعلق بمتغير الجنس نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن نسبة الإناث المتمثلة في 65% هي أكبر من نسبة الذكور التي بلغت 35%. وهذا راجع إلى كون الإناث أكثر إقبالا على الجامعة مقارنة بالذكور في المجتمع الجزائري، خاصة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تعد قبلة للإناث عكس الذكور اللذين يفضلون اختصاصات أخرى.

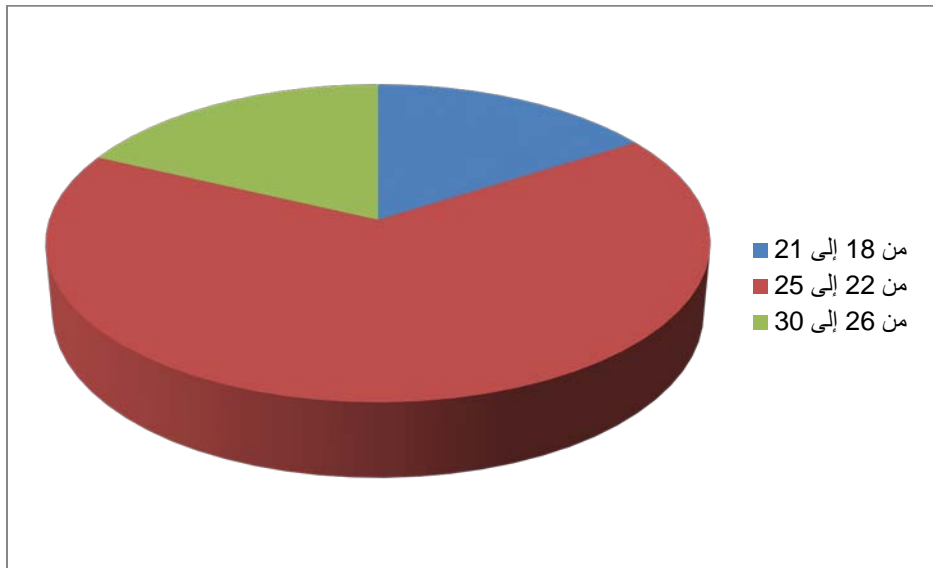


الشكل رقم (01) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

جدول رقم (02) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة السن
16%	16	من 18 إلى 21 سنة
66%	66	من 22 إلى 25 سنة
18%	18	من 26 إلى 29 سنة
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (02) أن نسبة الطلبة اللذين تتراوح أعمارهم من 22 إلى 25 سنة هي 66% وهي تمثل أعلى نسبة، بينما نسبة الطلبة اللذين تتراوح أعمارهم ما بين 26 إلى 29 سنة هي 18%، أما نسبة 16% فهي تعود للطلبة اللذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 21 سنة. وهذا راجع إلى كون أغلبية الطلبة تنحصر أعمارهم ما بين 22 إلى 25 سنة والطلبة الجدد من 18 إلى 21 سنة، بينما فئة من 26 إلى 29 سنة فهي الفئة التي انقطعت عن الدراسة لفترة معينة ثم عادت لمزاومتها.



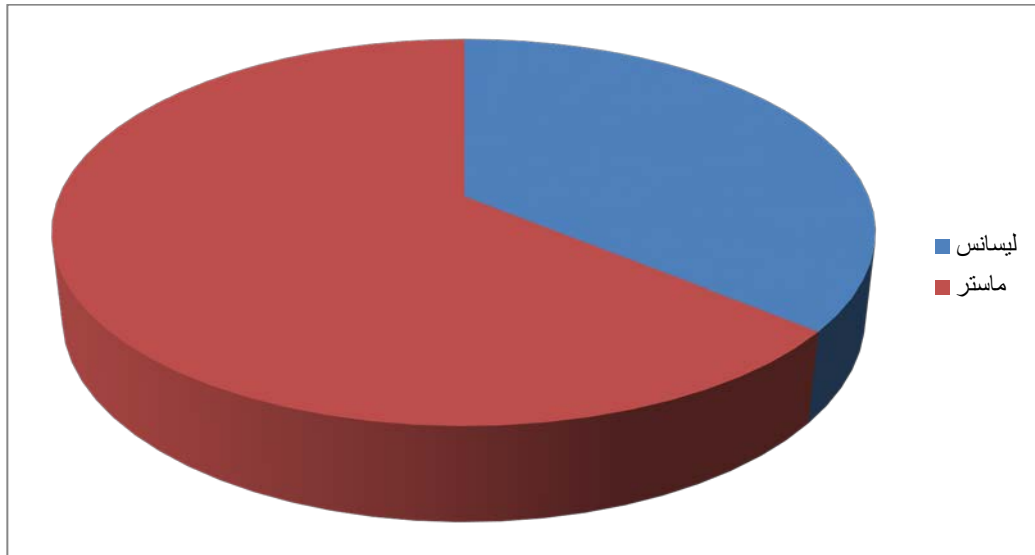
الشكل رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

جدول رقم (03) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المستوى الجامعي
%36	36	ليسانس
%64	64	ماستر
%100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول (03) أن أكثر التكرارات تركزت على مستوى الماستر حيث قدرت نسبة المبحوثين فيه بـ 64 %، ثم تليها نسبة طلبة الليسانس بـ 36 %.

ويمكن تفسير هذه النسب في كون طلبة الماستر يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل كسب المعلومات والمعارف في مجال علوم الإعلام والاتصال، لأنهم مقبلون على التخرج ودخول ميدان الصحافة، فيحاولون عبر هذه المنابر الاحتكاك أكثر بمهنة الصحافة لمعرفة خباياها.



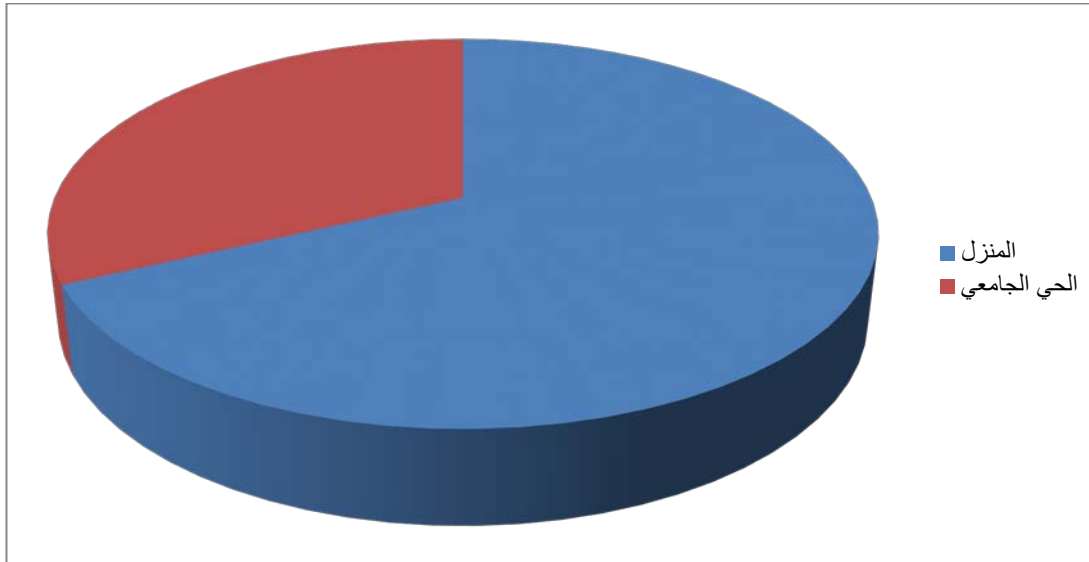
شكل رقم (03) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (04) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة مكان الإقامة
%68	68	المنزل
%32	32	الحي الجامعي
%100	100	المجموع

يبين الجدول رقم (04) أن نسبة الطلبة اللذين يقيمون في المنزل تقدر بـ68% مقابل 32% لنسبة الطلبة الذين يقيمون في الأحياء الجامعية.

وهذا دليل على أن كلا الحالتين الطلبة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي وأن مكان الإقامة لا يؤثر على مدى تصفح الفايسبوك من طرف الطلبة الجامعيين، لكون الفايسبوك غير مكلف ويعتبر كنافذة للطالب إلى العالم الخارجي ومنبرا للترفيه عن النفس.



الشكل رقم (04) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتامة حسب الجداول البسيطة:

المحور الأول: استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك:

جدول رقم (05) يبين استخدام الطلبة للفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%54	54	دائما
%26	26	أحيانا
%12	12	نادرا
%08	08	غالبا
%100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (05) أن نسبة الطلبة الجامعيين اللذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة دائمة هي %54، تليها نسبة %26 التي تستخدمه أحيانا ونسبة %12 لنادرا، وأخيرا نجد نسبة %8 تمثل الذين يستخدمون الفايسبوك غالبا.

وهذا راجع للتسهيلات التي قدمتها خدمات الهواتف النقالة في الجزائر بإطلاقها لأجيال الانترنت (2G، 3G، 4G) التي ساهمت في تصفح مختلف الأخبار مباشرة من موقع الفايسبوك .

الجدول رقم (06) يبين منذ متى يستعمل الطلبة موقع الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
11%	11	منذ سنة
11%	11	منذ سنتين
33%	33	منذ ثلاث سنوات
45%	45	مدة أخرى
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (06) أن أعلى نسبة وهي 45% تعود إلى مدة أخرى وهي أكثر من أربع سنوات، تليها نسبة 33% لمتغير منذ ثلاث سنوات، ويحظى متغير منذ سنة ومنذ سنتين بنفس النسبة وهي 11%.

وهذا بفضل استفادة الشباب الجامعي من التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال حيث أبهرته التسهيلات التي منحها له استخدام موقع الفايسبوك

الجدول رقم (07) يمثل مكان تصفح الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرارات والنسبة الخيارات
62.5%	70	في البيت
14.28%	16	في الجامعة
11.60%	13	في الحي الجامعي
2.67%	03	في مقهى الانترنت
8.92%	10	في الفضاء العمومي
100%	112	المجموع

يوضح الجدول رقم (07) أن نسبة الطلبة الذين يتصفحون موقع الفايسبوك في المنزل هي الأكثر بنسبة تقدر بـ 62.5% وتليه نسبة 14.28% للجامعة، وفي المرتبة الثالثة بنسبة تمثل 11.60% الحي للجامعي، ثم في الفضاء العمومي بنسبة 08.92%، وأخيرا في مقهى الانترنت بنسبة تقدر بـ 2.67%.

وهذا راجع إلى دخول خدمة الانترنت إلى المنازل الجزائرية بسرعة فائقة واستعمالهم للحواسيب المحمولة، بالإضافة إلى انتشار خدمة الجيل 3 (3G) والجيل 4 (4G) في أوساط المجتمع الجزائري وسهولة استخدامه في أي مكان وزمان فهو يحتاج فقط إلى هاتف ذكي.

جدول رقم (08) يمثل حجم الوقت الذي يستغرقه الطلبة في استخدامهم للفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة
		الخيارات
18.51%	15	نصف ساعة
32.02%	26	ساعة
25.92%	21	ثلاث ساعات
23.45%	19	أربع ساعات
100%	81	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (08) أن حجم الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في استخدامهم لموقع الفايسبوك يختلف من شخص لآخر فأعلى نسبة هي 32.02% تعود لمدة ساعة، تلتها مدة ثلاث ساعات بنسبة 25.92% وأربع ساعات في المرتبة الثالثة بنسبة 23.45% ونجد آخر نسبة تمثل 18.51% تعود لمتغير نصف ساعة.

وهذا راجع إلى تنوع أسباب استعمال موقع الفايسبوك والغرض الذي يستخدم من أجله، فالمتعة التي يشعر بها الطلبة عند استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت خاصة مع سهولة الولوج إليه عبر هواتفهم النقالة في أي مكان وزمان.

جدول رقم (09) يمثل الفترة المفضلة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري لتصفح الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%5.60	6	الفترة الصباحية
%56.07	60	الفترة المسائية
%38.31	41	ليس لدي وقت محدد
%100	107	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (09) أن نسبة المبحوثين اللذين ليس لديهم وقت محدد لتصفح موقع الفيسبوك تقدر بـ %38.31، ثم تليها نسبة %56.07 لمتصفح الفترة المسائية، أما النسبة الأخيرة فتتمثل بـ %5.60 وتعود للفترة الصباحية.

وهذا راجع إلى كون أغلبية الطلبة يستعملون الهواتف الذكية وخدمات الهاتف النقال التي تسمح لهم بالولوج إليها دون عناء في أي مكان وزمان، أما الذين يتصفحون الفيسبوك في الفترة المسائية فهم في الأغلب منشغلين في الفترة الصباحية.

جدول رقم (10) يمثل الغرض من استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%27.27	42	للدردشة والنقاش
%20.77	32	للحصول على المعلومات
%33.11	51	للاطلاع على آخر المستجدات
%18.83	29	للتسلية والترفيه
%100	154	المجموع

يبين الجدول رقم (10) أن أعلى نسبة وهي تقدر بـ 33.11% تعود للإطلاع على آخر المستجدات، تليها في المركز الثاني نسبة 27.27% للدرشة والنقاش وبنسبة 20.77% للحصول على المعلومات وآخر نسبة للتسلية والترفيه تقدر بـ 18.83%.

وهذا راجع إلى تنوع الخدمات التي يقدمها موقع الفايسبوك بفضل دخول التكنولوجيات الحديثة التي سهلت حياة المبحوثين ويسرت عملية البحث العلمي وطريقة الحصول على المعلومات.

جدول رقم (11) يمثل كيفية استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
80%	84	فرديا
09.52%	10	مع الأصدقاء
04.76%	05	مع زملاء الدراسة
05.71%	06	مع العائلة
100%	105	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن أعلى نسبة وهي 80% تعود إلى استعمال الفايسبوك فرديا ثم نجد نسبة 09.52% لاستخدامه مع الأصدقاء في المرتبة الثانية، وبنسب متقاربة لاستخدامه مع العائلة وزملاء الدراسة بنسب 05.71% و 04.46%. وهذا راجع لكون المبحوثين يميلون إلى الخصوصية في تصفحهم لهذا الموقع.

جدول رقم (12) يمثل الخصائص التي تجذب الطالب لاستخدام موقع الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
44.73%	51	سهولة استخدامه
35.96%	41	ثراء وتنوع المضامين
19.29%	22	غير مكلف
100%	114	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن سهولة الاستخدام تحظى بأعلى نسبة وتقدر بـ 44.73%، ثم تليها نسبة 35.96% التي تعبر عن ثراء وتنوع المضامين، وفي الأخير نجد نسبة 18.25% لمتغير غير مكلفة.

وهذا يوضح أن الفايسبوك أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الطلبة الجامعيين الجزائريين وذلك لسهولة استخدامه وتنوع المضامين التي يقدمها.

المحور 02: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة مولود معمري لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

جدول رقم (13) يمثل تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
10%	10	دائماً
49%	49	أحياناً
35%	35	نادراً
06%	06	غالباً
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13) أن نسبة الطلبة الجامعيين الذين يتفاعلون مع صفحة الشروق نيوز أحيانا هي أعلى نسبة وتقدر بـ 49%، ثم تليها نادرا بـ 35%، وتأتي بعدها نسبة بصفة دائما في المرتبة الثالثة وتقدر بـ 10% وغالبا في المرتبة الأخيرة بنسبة 6%.

وهذا راجع لكون الطالب الجامعي بطبعه يحب أن يطلع على الأخبار التي تهمة فقط لذلك لا يتابع الصفحة بصفة دائمة بل حسب الأحداث التي تهمة.

جدول رقم (14) يمثل الفترة التي بدأ فيها الطالب الجامعي متابعة صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
53.60%	52	منذ بضعة أشهر
19.58%	19	منذ سنة
11.34%	11	منذ سنتين
15.46%	15	منذ ثلاث سنوات
100%	97	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (14) أن نسبة 53.60% تعود إلى متتبعي الصفحة منذ بضعة أشهر وهي تمثل أعلى نسبة، ثم تليها نسبة 19.58% لمتتبعي الصفحة منذ سنة واحدة، ونسبة 15.46% للمتتبعين منذ ثلاث سنوات في المركز الثالث، وآخر نسبة لمتتبعي الصفحة منذ سنتين بنسبة 11.34%.

وهذا راجع إلى الوضع الراهن الذي تعيشه الجزائر من حراك شعبي ومحاولة الشباب الجزائري بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة الاستفادة من أي معلومة حتى ولو كانت صغيرة.

جدول رقم (15) يمثل حجم الوقت المستغرق في تصفح صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%73.56	64	نصف ساعة
%22.98	20	ساعة
%03.44	03	ساعتين
%100	87	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (15) أن مدة نصف ساعة هي التي تحظى بأعلى نسبة وتقدر بـ %73.56، تليها مدة ساعة بنسبة %22.98، ومدة ساعتين بنسبة %03.44.

لأن المبحوثين يبحثون في كل مرة عن الجديد ويتفقدون الصفحة في محاولة منهم للحصول على المعلومات أو البقاء في الصورة ومعرفة المتغيرات التي تطرأ على الساحة الإعلامية.

جدول رقم (16) يمثل الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح صفحة الشروق على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%12.72	14	الفترة الصباحية
%10	11	الظهيرة
%25.45	28	الفترة المسائية
%23.63	26	الفترة الليلية
%28.18	31	حسب الظروف
%100	110	المجموع

يوضح الجدول رقم (16) أن أعلى نسبة تعود إلى حسب الظروف بـ 28.18% ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 25.45%، والفترة الليلية بنسبة 23.63% ونجد نسبة الفترة الصباحية تقدر بـ 12.72% في المرتبة الرابعة وفترة الظهيرة تمثلها نسبة 10% في المرتبة الأخيرة.

وحسب هذه النسب نجد أن الطالب الجامعي لا يملك أوقات معينة للفراغ فهي تختلف من يوم لآخر على حسب ظروفه، لكن مع ذلك خصص الأوقات المسائية والليلية لمتابعة الصفحة الإخبارية لأنها تعتبر أوقات مقصودة يتعرض فيها الطالب للأخبار الرئيسية والبرامج المهمة.

جدول رقم (17) يمثل مكان زيارة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسب الخيارات
72.38%	76	في المنزل
09.52%	10	في الجامعة
05.71%	06	في مقهى الانترنت
12.38%	13	في الحي الجامعي
100%	105	المجموع

يبين الجدول رقم (17) أن أعلى نسبة لمكان زيارة صفحة الشروق نيوز تعود للمنزل بنسبة 72.38%، ثم نسبة 12.38% للحي الجامعي، تليها الجامعة بنسبة 09.52%، ونجد مقهى الانترنت في آخر مرتبة بنسبة 05.71%.

وقد يعود هذا إلى كون أغلب المبحوثين يعودون إلى منازلهم كل مساء وهذا ما وضحه جدول توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة، بالإضافة إلى توفر شبكة الانترنت التي سهلت عملية التصفح على عكس الحي الجامعي الذي تكون فيه الشبكة متذبذبة وأحيانا منعدمة.

جدول رقم (18) يمثل الأعمال التي يقوم بها الطالب عند تصفح صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
37.69%	49	قراءة العناوين
21.53%	28	قراءة التعليقات الإلكترونية
26.15%	34	مشاهدة الفيديوهات
14.61%	19	مشاهدة البث الحي
100%	130	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (18) أن الطلبة الجامعيين يهتمون بقراءة العناوين بنسبة أكبر وهي 37.69%، ثم مشاهدة الفيديوهات بنسبة 26.15%، وقراءة التعليقات الإلكترونية بنسبة 21.53% ومشاهدة البث الحي بنسبة 14.61%.

لأن العناوين تعتبر واجهة الأخبار وعامل جذب لمتابعتها أو العزوف عنها فإذا كان محتوى العنوان مهما وجذابا فسيواصل الطلبة المطالعة بالإضافة إلى مشاهدة الفيديوهات، أما بالنسبة لقراءة التعليقات الإلكترونية فإن الطالب الجامعي يحب معرفة رأي المواطنين في الأخبار التي تعرضها قناة الشروق نيوز على صفحتها الرسمية على الفيسبوك.

جدول رقم (19) يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطالب على صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
27.97%	47	أخبار سياسية
20.83%	35	أخبار رياضية
27.97%	47	أخبار اجتماعية
16.07%	27	أخبار ثقافية
07.14%	12	أخبار اقتصادية
100%	168	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول رقم (19) أن أعلى نسبة تعود إلى الأخبار السياسية والاجتماعية بـ 27.97% بحيث يهتم الطلبة كثيرا بما يحدث في الساحة السياسية خاصة مع الحراك الشعبي الذي تشهده الجزائر في الأيام الأخيرة وكذلك الأخبار الاجتماعية نظرا لتدني المستوى المعيشي للأسرة الجزائرية والارتفاع الذي تشهده الأسعار في الأسواق، ونجد الأخبار الرياضية تمثل نسبة 20.83% لكون الملاعب هي المنتفس الوحيد للشباب الجزائري، وتعود نسبة 16.07% للأخبار الثقافية في محاولة منهم معرفة أحوال الفن والفنانين، ونجد في الأخير نسبة 07.17% تعود للأخبار الاقتصادية.

جدول رقم (20) يمثل طبيعة الأخبار التي يطلع عليها الطالب في صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%23.94	34	أخبار محلية
%46.47	66	أخبار وطنية
%07.04	10	أخبار إقليمية
%22.53	32	أخبار دولية
%100	142	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(20) أن الأخبار الوطنية هي التي تحظى بأعلى نسبة وهي تمثل %46.47، تليها في المرتبة الثانية الأخبار المحلية والدولية بنسب متقاربة وهي %23.94 و %22.53 على التوالي، فيما نجد الأخبار الإقليمية في المرتبة الأخيرة بنسبة %07.04.

وهذا يرجع إلى كون الطالب الجامعي يهتم أكثر بالأخبار التي تجري على الساحة الوطنية وداخل التراب الوطني، بالإضافة إلى الأخبار المحلية التي تعنى بالمحيط الذي يعيش فيه، وكذا محاولته معرفة كل ما يحصل خارج التراب الوطني، فبحكم تخصصه يحب دائما الاطلاع على كل جديد.

جدول رقم (21) يمثل اللغة التي يتابع بها الطالب أخبار صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
51.02%	50	اللغة العربية
21.42%	21	اللغة الفرنسية
27.55%	27	كلاهما معا
100%	98	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (21) أن أعلى نسبة وهي 51.02% تعود للغة العربية، يليها كلاهما معا بنسبة 27.55% وفي الأخير نجد اللغة الفرنسية بنسبة 21.42%. وقد يعود هذا إلى كون أغلب أخبار الصفحة تبث باللغة العربية، فبحكم التعليم الجامعي الذي يتم باللغة العربية لا نجد كل الطلبة متمكنين من اللغة الفرنسية.

جدول رقم (22) يمثل أبرز الأنواع الصحفية التي يتابعها الطالب الجامعي في صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسب الخيارات
38.02%	54	الخبر القصير
11.97%	17	التقرير
09.15%	13	البورتريه
27.46%	39	ريبورتاج
13.38%	19	التحقيق
100%	142	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (22) أن الخبر القصير يمثل أعلى نسبة وهي تقدر بـ38.02%، يأتي الريبورتاج في المرتبة الثانية بنسبة 27.46%، أما التحقيق فتقدر نسبته بـ13.38% ونجد في المرتبتين الأخيرتين التقرير بنسبة 11.97% والبورتريه بـ09.15%.

قد يعود السبب لكون الطالب الجامعي يحب الاطلاع على الأخبار التي تفصل في الحدث، والتقارير التي تكون حول حدث مهم يهم الرأي العام، بالإضافة إلى التحقيقات التي تكون حول قضايا تهتم المجتمع والشارع الجزائري.

المحور 03: دوافع تصفح طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

جدول رقم (23) يمثل أسباب تصفح الطلبة الجامعيين لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
16.08%	23	لأنها غير مكلفة
12.58%	18	لأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين
13.28%	19	لأنها أكثر حرية
08.39%	12	لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل
19.58%	28	سهولة التصفح
30.06%	43	سرعة نقل المعلومات
100%	143	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) أن الأسباب التي جعلت الطلبة يقومون بتصفح صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك هي بالترتيب سرعة نقل المعلومات بنسبة 30.06%، ثم تليها سهولة التصفح بـ19.58%، ولأنها غير مكلفة بنسبة 16.08% ولأنها أكثر حرية بنسبة 13.28%، ولأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنسبة 12.58%، وآخر نسبة لكونها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل تقدر بـ08.39%.

وهذا راجع لكون الطالب الجامعي يتصفح صفحة الشروق نيوز لأسباب مختلفة تساعد على تلبية حاجياته المعرفية وإشباعها، فالطالب الجامعي يحب التفاعل مع الأخبار والتعرف على المستجدات في أوانها.

جدول رقم (24) يمثل سبب تفضيل الطلبة متابعة صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	الخيارات / التكرار والنسبة
25.89%	29	لأنها تعالج مواضيع محلية
44.64%	50	نظرا لسرعة التحديث المستمر للمعلومات
29.46%	33	لأنها حرة في معالجة المواضيع
100%	112	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (24) أن سبب تفضيل طلبة جامعة مولود معمري لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك يعود لسرعة التحديث المستمر للمعلومات بنسبة تقدر بـ 44.64%، ولأنها حرة في معالجة المواضيع بنسبة 29.46%، ولأنها تعالج مواضيع محلية بنسبة 25.89%.

وهذا راجع إلى كون الطالب الجامعي خاصة طلبة علوم الإعلام والاتصال يحبون الاطلاع على آخر الأخبار والمستجدات والحصول على المعلومة في أوانها، لذلك ينجذبون إلى الصفحات التي تعالج المواضيع بكل حرية.

جدول رقم (25) يمثل دوافع تعرض الطلبة لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
12.12%	16	مصادقية الأخبار
16.66%	22	مضمونها المتميز
41.66%	55	أنية الأخبار
04.54%	06	الشعار
18.18%	24	أسلوبها في عرض الأخبار
06.81%	09	لأنها تتسم بالدقة والموضوعية في تناول الأخبار
100%	132	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (25) أن أعلى نسبة تقدر بـ 41.66% تعود إلى أنية الأخبار ثم يليها في المرتبة الثانية متغير أسلوبها في عرض الأخبار بنسبة 18.18%، ومضمونها المتميز بنسبة 16.66% ومصادقية الأخبار تأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 12.12%. لأن الطالب الجامعي بصفة عامة وطلبة علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة يبحثون دائما عن الخبر الحي والآني وعرض الأخبار والمضمون بأسلوب جيد.

جدول رقم (26) يمثل الخصائص التي تجذب الطالب الجامعي للتعرض لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
24.19%	30	سرعة تحديث المحتوى
23.38%	29	توظيف الوسائط الجديدة
27.41%	34	سهولة التعرض لمحتوياته
25%	31	إمكانية التعليق
100%	124	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (26) أن الخصائص التي تجذب الطالب الجامعي لصفحة الشروق نيوز هي كالتالي: سهولة التعرض لمحتوياته بنسبة 27.41%، ثم إمكانية التعليق بنسبة 25%، سرعة تحديث المحتوى بنسبة 24.19%، وتوظيف الوسائط الجديدة بنسبة 23.38%. لأن الطالب الجامعي محب للاطلاع وقد سهلت له التكنولوجيات الحديثة هذه المهمة، فسهولة التعرض لمحتويات الصفحة وإمكانية التعليق على الأخبار وكذا توظيف الوسائط الجديدة جعلت الطالب الجامعي يتابع ويتفاعل مع الصفحة الإخبارية لقناة الشروق نيوز على الفيسبوك.

جدول رقم (27) يمثل أسباب تصفح الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
34.14%	42	سهولة الاستخدام
34.14%	42	السرعة في تناول الأخبار
13%	16	إمكانية الإطلاع على الأرشيف
18.69%	23	إمكانية التحميل والمشاركة
100%	123	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (27) أن سهولة الاستخدام والسرعة في تناول الأخبار يحظيان بأعلى نسبة تقدر بـ 34.14%، ثم إمكانية التحميل والمشاركة بنسبة 18.69%، وتأتي إمكانية الإطلاع على الأرشيف في آخر نسبة تقدر بـ 13%. ويعود الفضل في ذلك إلى المميزات التي وفرتها صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك للطالب، حيث سهلت عملية الحصول على الأخبار وإمكانية حفظها واسترجاعها في أي وقت يريد.

المحور 04: يمثل الإشباع التي يحققها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو من تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

الجدول رقم (28) يمثل مدى تلبية صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك لحاجيات الطلبة:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%23.23	23	بدرجة عالية
%73.73	73	بدرجة متوسطة
%03.03	03	بدرجة ضعيفة
%100	99	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أن صفحة الشروق نيوز تلبية حاجات الطلبة الجامعيين بدرجة متوسطة بنسبة تقدر بـ %73.73، ثم تليها بدرجة عالية في المرتبة الثانية بنسبة %23.23، وبدرجة ضعيفة في الأخير بنسبة %03.03.

حيث نجد أغلبية الطلبة الجامعيين يطلعون على الأخبار في هذه الصفحات ويكتسبون معارف لكن لا تلبية احتياجاتهم بنسبة كبيرة فهي تتسم دائما بالسطحية في معالجتها للمواضيع أو عدم وجود مصدر للمعلومة أو الكذب في بعض الأحيان وهذا ما يجعلهم غير راضين عنها بصفة كبيرة.

جدول رقم (29) يمثل الفوائد المحققة للطلبة من متابعة صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
42.06%	53	تثري الثقافة الإعلامية
19.04%	24	تعلمك كيفية صياغة العناوين
17.46%	22	اكتساب مهارات لغوية
21.42%	27	تساعد على اكتشاف قواعد صحفية جديدة
100%	126	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) أن أعلى نسبة من الفوائد المحققة تقدر بـ 42.06% لتثري ثقافتك الإعلامية، ثم نجد نسبة 21.42% لتساعد على اكتشاف قواعد صحفية جديدة، وتعلمك كيفية صياغة العناوين بنسبة 19.04%، واكتساب مهارات لغوية في آخر مرتبة بنسبة 17.46%.

وهذا يوضح سبب اهتمام طلبة علوم الإعلام والاتصال بالصفحات الإخبارية من أجل إثراء معلوماتهم في مجال تخصصهم ومحاولتهم اكتساب مهارات جديدة في جمع المعلومات حول العمل الصحفي مستقبلاً.

جدول رقم (30) يبين الشعور الذي يحس به الطالب عند تعرضه لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%26.26	26	مقتنع
%28.28	28	مرتاح وراضي
%00	00	منزعج
%03.03	03	متوتر
%42.42	42	لم يتغير شيء
%100	99	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (30) أن أعلى نسبة للشعور الذي يحس به الطالب عند تصفحه لصفحة الشروق نيوز هي %42.42 وتعود لخيار لم يتغير شيء، وبنسب متقاربة لمرتاح وراضي ومقتنع بنسبة %28.28 و%26.26، وفي الأخير نجد نسبة %03.03 تمثل إجابة متوتر، كون الطالب الجامعي يعي حقيقة أن الأخبار التي تقدمها الصفحة لا تتمتع بالمصداقية الكاملة وأحيانا ما تخفي الحقائق أو تهمل بعض المواضيع لأنها لا تملك الحرية المطلقة.

جدول رقم (31) يمثل كيفية تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
%52.48	61	بالإعجاب
%22.41	26	بالتعليق
%13.79	16	بالمشاركة
%11.20	13	ملتيميديا
%100	116	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن التفاعل بالإعجاب يحظى بأعلى نسبة وهي تقدر بـ 52.18%، ثم بالتعليق في المركز الثاني بنسبة 22.41% وبالمشاركة في المركز الثالث بنسبة 13.79% وتأتي المرتبة الأخيرة بنسبة 11.20% للملتميديا. وقد يعود السبب إلى طبيعة الخبر الذي يثير اهتمام الطلبة الجامعيين مقارنة بأخبار أخرى تقدمها الصفحة.

جدول رقم (32) يبين طبيعة الصفحات الأخرى التي يتصفحها الطالب الجامعي على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الخيارات
43.63%	48	صفحة البلاد
24.54%	27	صفحة النهار
31.81%	35	صفحة دزاير نيوز
100%	110	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (32) أن أعلى نسبة تعود لصفحة البلاد بنسبة 43.63%، ثم صفحة دزاير نيوز بنسبة 31.81% في المرتبة الثالثة، وصفحة النهار في المرتبة الأخيرة بنسبة 24.54%. حيث يسعى الطالب الجامعي للتعرف على نوعية الأخبار التي تقدمها كل صفحة وطريقتها في المعالجة، كما أن هناك أخبار معينة تتطرق لها قناة دون الأخرى.

جدول رقم (33) يمثل تقييم طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو لصفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة
		الخيارات
%46.46	46	صفحة جيدة
%52.52	52	صفحة متوسطة
%01.01	01	صفحة ضعيفة
%100	99	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33) أن أعلى نسبة في تقييم الطلبة لصفحة الشروق نيوز تقدر بـ %52.52 وتعود لكون الصفحة متوسطة، وفي المرتبة الثانية نجد نسبة %46.46 لكون الصفحة جيدة، وفي المرتبة الأخيرة نجد كون الصفحة ضعيفة نسبة %01.01. وهذا راجع كما قلنا سابقا إلى كون الصفحة لا تلبي كل احتياجات الطلبة بصفة كبيرة فهي تتميز بالسطحية في معالجتها لبعض المواضيع وافتقارها للحرية الكاملة.

المبحث الرابع: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتامدة حسب الجداول المركبة:

المحور 01: استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك:

جدول رقم (34) يمثل استخدام طلبة جامعة مولود معمري لموقع الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي ومكان الإقامة:

مكان الإقامة		المستوى التعليمي		السن			الجنس		المتغيرات	
									الخيارات	
الحي الجامعي	المنزل	الماستر	الليسانس	29-26	25-22	21-18	أنثى	ذكر	ن	س
16	37	34	20	09	36	09	37	17	ن	دائما
%51.61	%56.92	%54.83	%55.55	%52.94	%56.25	%52.94	%56.92	%48.57	س	
07	19	17	09	06	14	06	14	12	ن	أحيانا
%22.58	%29.23	%27.41	%25	%35.29	%21.87	%35.29	%21.53	%34.28	س	
05	05	05	05	02	06	02	09	02	ن	نادرا
%16.12	%07.69	%08.06	%13.88	%11.76	%09.37	%11.76	%13.84	%05.71	س	
03	04	06	02	00	08	00	05	04	ن	غالبا
%09.67	%06.15	%09.67	%05.55	%00	%12.05	%00	%07.69	%11.42	س	
32	68	64	36	18	66	16	65	35	ن	المجموع
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	س	

يمثل الجدول رقم (34) استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي ومكان الإقامة، أين يتضح في متغير الجنس أن أعلى نسبة للذكور تقدر 57,48% لدايما تليها أحيانا بنسبة 71,34%، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة نجده غالبا بنسبة 11,42% وفي الأخير نجد نسبة 05,71% لنادرا، أما بالنسبة للإناث

فأعلى نسبة تعود لداثما والتي تقدر بـ 56.92%، وتليها أحيانا بنسبة 21.53%، ثم نادرا بنسبة قدرت بـ 13.84% أما بالنسبة لغالبا فقدرت نسبته بـ 7.69%.

يتضح من خلال الجدول أعلاه بالنسبة لمتغير السن أن الفئة من 18 إلى 21 سنة ومن 26 إلى 29 سنة يحظيان بنفس النسب وتعود أعلى نسبة لداثما و قدرت بـ 52.94%، تليها أحيانا بـ 35.29%، أما بالنسبة لنادرا فقدرت بـ 11.76%، في حين لم تحصل غالبا على أي نسبة. أما بنسبة لفئة من 22 إلى 25 سنة نجد أن أعلى نسبة عادت لداثما والمقدرة بـ 56.25%، وأحيانا بـ 21.87%، غالبا بـ 12.05% في حين قدرت نسبة نادرا بـ 9.37%.

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي فنجد فئة الليسانس في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 55.55% في حين عادت المرتبة الثانية لأحيانا نسبة 25%، و 13.88% لنادرا، و نسبة 5.55% لغالبا. أما فيما يخص فئة الماستر فنجد نسبة 54.83% لداثما، و 27.41% لأحيانا، و 9.67% لغالبا وكان نصيب نادرا نسبة 8.06%.

أما فيما يخص مكان الإقامة فنجد أن أعلى نسبة لاستخدام الفايسبوك في المنزل عادت لداثما بـ 56.92%، تليها 29.23% لأحيانا ونسبة 7.69% لنادرا في حين عادت نسبة 6.15% لغالبا. أما فيما يخص الحي الجامعي نجد أن أعلى نسبة والمقدرة بـ 51.61% عادت لداثما في حين أحيانا قدرت نسبته بـ 22.58%، ونسبة 16.12% لنادرا، وآخر نسبة وهي 9.67% لغالبا.

نلاحظ من خلال الجدول والتحليل الكمي له أن المتغيرات الأربعة من جنس (ذكر وأنثى)، سن (18-21، 22-25، 29-62)، المستوى التعليمي (ليسانس وماستر) ومكان الإقامة (المنزل والحي الجامعي) أجمعوا على استخدامهم موقع الفايسبوك بصفة دائمة، فيمكن الولوج إليه سواء بهاتف ذكي أو حاسوب، وهذا راجع لكون الفايسبوك أحد أهم الوسائط الجديدة المتاحة للتعرف، التواصل، تبادل وتناقل الأخبار وتكوين صداقات.

جدول رقم (35) يمثل غرض استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي:

المستوى التعليمي		الجنس		المتغيرات	
ليسانس	ماستر	أنثى	ذكر	الخيارات	
17	26	26	17	التكرار	للدردشة والنقاش
%32.07	%26	%24.52	%29.31	النسبة	
09	20	19	15	التكرار	للحصول على المعلومات
%16.98	%20	%17.92	%25.86	النسبة	
17	36	39	20	التكرار	للإطلاع على آخر المستجدات
%32.07	%36	%36.79	%34.48	النسبة	
10	18	22	06	التكرار	للتسلية والترفيه
%18.86	%18	%20.75	%10.34	النسبة	
53	100	106	58	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	%100	النسبة	

يمثل الجدول رقم (35) غرض استخدام طلبة جامعة مولود معمري لموقع الفاييسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي، فبالنسبة لمتغير الجنس نجد أن فئة الذكور احتلت أعلى نسبة في الاطلاع على آخر المستجدات والتي قدرت بـ34.48%، أما بالنسبة للدردشة والنقاش فكانت النسبة مقدرة بـ29.31%، ونسبة 25.86% للحصول على المعلومات، وآخر نسبة وتقدر بـ10.34% للتسلية والترفيه. في حين نجد أنه بالنسبة لفئة الإناث عادت أعلى نسبة والمقدرة بـ36.79% للاطلاع على آخر المستجدات، تليها نسبة 24.52% للدردشة والنقاش، و نسبة 20.75% للتسلية والترفيه، وأخر نسبة وهي 17.92% للحصول على المعلومات.

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي لطلبة الليسانس فنجد استخدام الفاييسبوك للدردشة والاطلاع على آخر المستجدات بنفس النسبة والتي قدرت بـ32.07%، تليها وظيفة التسلية والترفيه بنسبة 18.86%، وآخر نسبة لوظيفة الحصول على المعلومات والتي قدرت بـ16.98%، أما بالنسبة لفئة الماستر نجد أن أعلى نسبة وهي 36%

للاطلاع على آخر المستجدات، في حين عادت نسبة 26% للردشة والنقاش، أما بالنسبة للحصول على المعلومات قدرت بـ 20%، ونسبة 18% عادت للتسليية والترفيه كأدنى نسبة.

وهذا يوضح أن كل من متغير الجنس (ذكر وأنثى) والمستوى التعليمي الليسانس والماستر) يستعملون الفايسبوك لغرض الاطلاع على آخر المستجدات وللردشة والنقاش وذلك لغرض إشباع فضولهم المعرفي ورغبتهم في التعرف على كل ما هو جديد.

المحور 02: عادات وأنماط متابعة طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للصفحة الرسمية لقناة الشروق نيوز على الفايسبوك:

جدول رقم (36) يمثل نسبة تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس:

الجنس		الجنس		الخيارات
أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	دائما
12.30%	08	11.42%	04	أحيانا
47.69%	31	45.71%	16	نادرا
33.84%	22	34.28%	12	غالبا
06.15%	04	08.57%	03	المجموع
100%	65	100%	35	

يمثل الجدول رقم (36) علاقة متغير الجنس بنسبة تفاعل الطلبة الجامعيين مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك أين نجد أعلى نسبة والتي تتمثل في فئة الذكور تقرب 45.71% للتفاعل بأحيانا، تليه نسبة 34.28% التي يكون فيها التفاعل نادرا، في حين جاءت نسبة 11.42% أين يكون فيها التفاعل بدائما، ونجد آخر نسبة وهي 08.57% للتفاعل بغالبا.

في حين جاءت الإناث تقريبا في نفس رتبة الذكور، حيث جاء التفاعل بأحيانا في أعلى نسبة بـ 47.69%، وتليها نادرا بنسبة 33.84% ثم دائما بنسبة 12.30%، وآخر نسبة وهي 06.15% المتمثلة في التفاعل يكون غالبا.

قد يعود سبب عدم اهتمام كلا الجنسين بمتابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وذلك حسب النتائج المتوصل إليها في أن التفاعل يكون أحياناً، حيث جاء هذا الأخير في أعلى نسبة أن المتصفح للفايسبوك لا يتابع صفحة الشروق نيوز إلا في حالة الأحداث المهمة والمصيرية التي تحدث في البلاد كالحدث الذي تمر به الجزائر حالياً والمتمثل في الحراك الشعبي الرافض لنظام الحكم والسعي إلى تغييره من جذوره، فالمتصفح يجد غايته في معرفة كل المستجدات بصفة آنية وبذلك يهتم بهذه الصفحة، وقد تعود قلة التفاعل لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك إلى كون المتصفح لا يجد غايته في معرفة كل جديد وفقدانه ثقته بالإعلام.

جدول رقم (37) يمثل حجم الوقت الذي يستغرقه الطلبة في تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي:

المستوى التعليمي		الجنس		المتغيرات	
		أنثى	ذكر	الخيارات	
الماستر	الليسانس	41	25	التكرار	نصف ساعة
		%77.35	%86.20	النسبة	
45	20	10	03	التكرار	ساعة واحدة
		%18.86	%10.34	النسبة	
10	08	02	01	التكرار	ساعتين
		%3.77	%03.44	النسبة	
02	01	53	29	التكرار	المجموع
		%100	%100	النسبة	
57	29	53	29	التكرار	المجموع
		%100	%100	النسبة	

يمثل الجدول رقم (37) علاقة متغير الجنس والمستوى التعليمي بحجم الوقت الذي يستغرقه الطلبة في تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك، أين نجد أن الذكور يتصفحون الصفحة لمدة نصف ساعة بنسبة 86.20%، تليها ساعة واحدة بنسبة 10.34%، فيما جاءت نسبة ساعتين في المرتبة الأخيرة بـ 03.44%. أما بالنسبة

للإناث فقد جاءت النصف ساعة في المرتبة الأولى وقدرت بـ 77.35%، تليها ساعة واحدة بنسبة 18.86%، وآخر نسبة لمدة ساعتين والتي قدرت بـ 3.77%.

وفيما يخص متغير المستوى التعليمي نجد طلبة الليسانس يتصفحون صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك لنصف ساعة بأعلى نسبة والتمثلة في 68.96%، تليها مدة ساعة بنسبة 27.58%، وآخر نسبة والتمثلة في ساعتين قدرت بـ 03.44%. وتقريبا في نفس الترتيب جاءت نسب طلبة الماستر حيث نجد أعلى نسبة والتي قدرت بـ 78.94% لمدة نصف ساعة، تليها ساعة واحدة بنسبة 17.54%، وآخر نسبة والتمثلة في ساعتين بنسبة 03.50%.

حسب النسب التي جمعت كلا من الجنسين الذكر والإناث بمختلف مستوياتهم ليسانس وماستر نلاحظ أن نسب التصفح للشروق نيوز على الفايسبوك ضئيلة، حيث أنهم لا يتعمقون في الأخبار بل يسعون إلى فهم الفكرة العامة عن الخبر ولا يهتمون بكل المعلومات التي تعرض، بل يبحثون عن ما يستهويهم ويثير فضولهم، حيث يقومون بالاطلاع على العناوين الرئيسية فقط ولا يتعمقون في المحتوى إلا إذا كان الخبر أو الموضوع مثير وحصري وقد يكون المتصفحون القلائل اللذين يتابعون الصفحة لمدة ساعتين هم أعضاء دائمين لها يفضلون التدقيق في الخبر والتوسع فيه للفهم أكثر، وفي الكثير من الأحيان ما يتفاعلون مع الصفحة.

جدول رقم (38) يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطالب الجامعي على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس والمستوى التعليمي:

المستوى التعليمي		الجنس		المتغيرات	
				الخيارات	
ماستر	ليسانس	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة
35	12	23	26	التكرار	أ.سياسية
%30.17	%22.64	%22.11	%41.26	النسبة	
24	12	13	23	التكرار	أ.رياضية
%20.68	%22.64	%12.5	%36.50	النسبة	
33	15	37	07	التكرار	أ.اجتماعية
%28.44	%28.30	%35.57	%11.11	النسبة	
16	11	23	04	التكرار	أ.ثقافية
%13.79	%20.75	%22.11	%06.34	النسبة	
08	03	08	03	التكرار	أ.اقتصادية
%06.89	%05.66	%07.69	%04.76	النسبة	
116	53	104	63	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	%100	النسبة	

يمثل الجدول رقم (38) نوعية الأخبار التي يتابعها الطالب الجامعي على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس والمستوى التعليمي، أين نجد لدى متغير الجنس بداية فئة الذكور تمثل أعلى نسبة والتي تقدر بـ 41.26% والمتمثلة في الأخبار السياسية، تليها الأخبار الرياضية بنسبة 36.50%، ثم الاجتماعية بنسبة 11.11%، وجاءت النسبة ما قبل الأخيرة التي تمثل الأخبار الثقافية بنسبة 6.34%، وأخيرا جاءت الأخبار الاقتصادية بنسبة 4.76%. أما بالنسبة لفئة الإناث جاءت الأخبار الاجتماعية في أعلى نسبة المتمثلة في 35.57%، وتليها الأخبار السياسية والثقافية بنفس النسبة والتي تقدر بـ 22.11%، والأخبار الرياضية بنسبة 12.05%، وفي الأخير نجد الأخبار الاقتصادية بنسبة 7.69%.

في حين في متغير المستوى التعليمي جاءت الأخبار الاجتماعية في أعلى نسبة والتي تقدر بـ 28.30% بالنسبة لطلبة الليسانس، تليها الأخبار السياسية والرياضية بنفس النسبة وهي 22.64%، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة نجد الأخبار الثقافية بنسبة 20.75%، وأخيرا الأخبار الاقتصادية بنسبة 05.66%. أما بالنسبة لطلبة الماستر نجد أعلى نسبة تتمثل في الأخبار السياسية والتي تقدر بـ 30.17%، تليها الأخبار الاجتماعية بنسبة 28.44%، والأخبار الرياضية بنسبة 20.68%، ثم الثقافية بنسبة 13.79%، وفي الأخير نجد الأخبار الاقتصادية بنسبة 06.89%.

من خلال النسب نلاحظ اختلاف في نوعية الأخبار التي يتابعها الطلبة، أين نجد الذكور يهتمون أكثر بالأخبار السياسية والرياضية، على غرار الإناث اللواتي يهتمن أكثر بالأخبار الاجتماعية فهنا يظهر الاختلاف من طرف كلا الجنسين.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي نجد طلبة الليسانس يميلون أكثر للأخبار الاجتماعية تليها السياسية والرياضية، في حين أن طلبة الماستر يهتمون أكثر بالأخبار السياسية وقد يعود هذا إلى فارق السن، فكلما كبر الفرد زاد وعيه وحاول الإحاطة بكل مستجدات ما يحدث خاصة في السياسة، وكونه مقبل على التخرج ودخول عالم الشغل يجد نفسه مجبرا على الاحتكاك بكل شرائح المجتمع، وان يبدي رأيه في القضايا المهمة فعلى سبيل المثال الحراك الذي تعيشه الجزائر حاليا، والطالب ملزم بتأقلم مع بيئته والاطلاع على كل ما يحدث فيها، فكلما تنوعت الشروق نيوز في عرض مضامينها وأخبارها كلما زاد الاهتمام لأنها تقدم للمشاهد فرصة لاختيار ما يلبي رغباته.

جدول رقم (39) يمثل طبيعة الأخبار التي يطلع عليها الطلبة على موقع الفايسبوك وعلاقتها بمتغير السن والمستوى التعليمي:

المستوى التعليمي		السن			المتغيرات الخيارات	
		29 -26	25 -22	21-18		
ماستر	ليسانس				التكرار	أ.محلية
20	14	05	21	07	النسبة	
%20.61	%30.43	%17.85	%22.34	%33.33		
43	24	16	40	12	التكرار	أ.وطنية
					النسبة	
%44.32	%52.17	%57.14	%42.55	%57.14		
09	01	02	08	00	التكرار	أ.إقليمية
					النسبة	
%09.27	%02.17	%07.14	%08.51	%00		
25	07	05	25	02	التكرار	أ.دولية
					النسبة	
%25.77	%15.21	%17.85	%26.59	%09.52		
97	46	28	94	21	التكرار	المجموع
					النسبة	
%100	%100	%100	%100	%100		

يمثل الجدول رقم (39) طبيعة الأخبار التي يطلع عليها الطلبة على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير السن والمستوى التعليمي، أين نجد في متغير السن أن فئة من 18 إلى 21 سنة مثلت الأخبار الوطنية بأعلى نسبة وهي 57.14%، تليها الأخبار المحلية بـ33.33%، والدولية بنسبة 9.52%. في حين نجد فئة من 22 إلى 25 سنة مثلت أكبر نسبة والتي تقدر بـ42.55% والمتمثلة في الأخبار الوطنية، تليها الأخبار الدولية بنسبة 26.59%، بعدها جاءت الأخبار المحلية بنسبة 22.34% وفي الأخير الأخبار الإقليمية بنسبة 8.51%. ونجد عند فئة من 26 إلى 29 سنة أن أعلى نسبة تعود للأخبار الوطنية المقدر بـ57.14%، تليها الأخبار المحلية والدولية بنفس النسبة والمقدرة بـ17.85%، وآخر نسبة تتمثل في الأخبار الإقليمية وتقدر بـ7.14%.

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي بدأ بطلبة الليسانس نجد أن أعلى نسبة هي 52.17% المتمثلة في الأخبار الوطنية، تليها الأخبار المحلية بنسبة 30.43%، بعدها جاءت الأخبار

الدولية بنسبة 15.21%، وفي الأخير جاءت الأخبار الإقليمية بنسبة 09.27%. أما عند طلبة الماستر جاءت أيضا الأخبار الوطنية في أعلى نسبة والمقدرة بـ 44.32%، تليها الأخبار الدولية بنسبة 25.77%، بعدها الأخبار المحلية بنسبة 20.61%، وفي الأخير جاءت الأخبار الإقليمية بنسبة تقدر بـ 09.27%.

قد يعود سبب اهتمام الطلبة في كل من متغير السن والمستوى التعليمي بالأخبار الوطنية بالدرجة الأولى إلى رغبتهم في التعرف على كل المستجدات المتعلقة بوطنهم كالحراك الشعبي الذي تشهده الجزائر حاليا فهي قضية مصيرية تجمع كل الشعب من مختلف المناطق والولايات، في حين جاءت الأخبار المحلية والدولية بنسب متفاوتة فالفرد يهتم بالأخبار التي تمثل منطقتهم بصفة أكبر ونفس الشيء بالنسبة للدولية فالمتصفح يسعى إلى الاطلاع على الأحداث المهمة فقط، في حين حظيت الأخبار الإقليمية بنسب ضعيفة لكلا المتغيرين على عكس الدولية التي شهدت أكبر نسبة وقد يعود ذلك إلى اهتمام الطلبة بالدول الأخرى خاصة المتطورة، خاصة مع شيوع هاجس الهجرة إليها فمعرفة الأخبار عنها يتيح لهم الحصول على فكرة عامة عن كيفية عيشهم وما يمرون به، على عكس الأخبار الإقليمية التي قد لا تستهوي الطلبة أو لا يجدون داع للاطلاع عليها.

جدول رقم (40) يمثل اللغة التي يتابع بها الطلبة الأخبار في صفحة الشروق على الفيسبوك وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي:

الماستر		الليسانس		المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الخيارات
45.16%	28	68.75%	22	اللغة العربية
24.19%	15	15.62%	05	اللغة الفرنسية
30.64%	19	15.62%	05	مزيج لغوي
100%	62	100%	32	المجموع

يمثل الجدول رقم (40) فئة اللغة التي يتابع بها الطلبة الأخبار في صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي للطلبة الجامعيين، أين نجد لدى طلبة الليسانس أن أعلى نسبة والتمثلة في 68.75% لمتابعة الأخبار باللغة العربية، وجاءت اللغة الفرنسية والمزيج اللغوي بنفس النسبة والمقدرة بـ 15.62%. بينما عند

طلبة الماستر نجد أعلى نسبة تمثل اللغة العربية وتقدر بـ 45.16%، يليها المزيج اللغوي بنسبة 40.64%، وفي الأخير نجد اللغة الفرنسية بنسبة 24.19%.

قد يعود سبب إطلاع الطلبة بجامعة مولود معمري بتامة على أخبار صفحة الشروق نيوز باللغة العربية إلى أن الصفحة تعرض أخبارها بكثرة بالعربية أين يكون الطالب مجبرا على متابعتها بهذه اللغة، وقد يعود أيضا إلى أن محتويات الصفحة عرضت باللغة العربية، في حين اعتمدت على المزيج اللغوي في بعض برامجها وقد يعود ذلك إلى رغبتهم في إيصال المعلومة على نطاق واسع وأن يفهم المتلقي جيدا المحتوى، دون إغفال أن صفحة الشروق نيوز اعتمدت أيضا على اللغة الفرنسية في تقديم نشراتها كونها لغة ثانية في الوطن.

المحور 03: دوافع تصفح طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

جدول رقم (41) يمثل أسباب تصفح الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس، المستوى التعليمي ومكان الإقامة:

مكان الإقامة		المستوى التعليمي		الجنس		المتغيرات	
						الخيارات	
الحي الجامعي	المنزل	ماستر	ليسانس	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة
06	17	15	08	12	11	التكرار	لأنها غير مكلفة
%15	17.52 %	%16.12	%15.68	%13.18	%20.75	النسبة	
06	12	14	04	10	08	التكرار	لأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين
%15	12.37 %	%15.05	%07.84	%10.98	%15.09	النسبة	
05	14	09	10	16	03	التكرار	لأنها أكثر حرية
%12.5	14.43 %	%9.67	%19.60	%17.58	%5.66	النسبة	
04	08	07	05	09	03	التكرار	لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل
%10	8.24 %	%7.52	%09.80	%9.89	%5.66	النسبة	
08	20	18	11	18	11	التكرار	سهولة التصفح
%20	20.61 %	%19.35	%21.56	%19.78	%20.75	النسبة	
11	26	30	13	26	17	التكرار	سرعة نقل المعلومات
%27.5	26.80 %	%32.25	%25.49	%28.57	%32.07	النسبة	
40	97	93	51	91	53	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	%100	%100	%100	النسبة	

يمثل الجدول رقم (41) أسباب تصفح الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايبروك وعلاقته بمتغير الجنس، المستوى التعليمي ومكان الإقامة، حيث نجد في متغير الجنس بالنسبة للذكور أن أعلى نسبة تعود لسرعة نقل المعلومات المتمثلة في 32.07%، وتليها سهولة التصفح وغير مكلفة بنفس النسبة وهي 20.75%، توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنسبة 15.09%، وجاءت كل من أنها أكثر حرية وأيضا تميل إلى التفصيل والتحليل بنفس النسبة والمتمثلة في 05.66%. بينما نجد عند الإناث سرعة نقل المعلومات بنسبة 28.57%، وسهولة التصفح بنسبة 19.78%، تليها أنها أكثر حرية بنسبة 17.58%، وأنها غير مكلفة بنسبة 13.18%، وأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنسبة 10.98% وفي الأخير لأنها تميل إلى التفصيل والتحليل بنسبة 09%.

وفي المستوى التعليمي نجد لدى طلبة الليسانس أعلى نسبة لسرعة نقل المعلومات بنسبة 25.49%، وجاءت سهولة التصفح بنسبة 21.56%، تليها لأنها أكثر حرية بنسبة 19.60%، ثم لأنها غير مكلفة بنسبة 15.68%، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت لأنها تميل للتفصيل والتحليل بنسبة 09.80% وفي الأخير لأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بـ 07.84%. بينما لدى طلبة الماجستير نجد أعلى نسبة هي سرعة نقل المعلومات التي تقدر بـ 32.25%، تليها سهولة التصفح بـ 19.35%، ثم كونها غير مكلفة بنسبة 16.12%، ولأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنسبة 15.05%، بعدها جاءت لأنها أكثر حرية بنسبة 09.67% وفي المركز الأخير نجد لأنها تميل إلى التفصيل والتحليل بنسبة 07.52%.

بالنسبة لمكان الإقامة نجد حسب الجدول المركب رقم (41) أن أعلى نسبة تتمثل في 26.80% لسرعة نقل المعلومات بالنسبة للطلبة المتصفحين الصفحة في المنزل، تليها سهولة التصفح بنسبة 20.61%، بعدها لأنها غير مكلفة بنسبة 17.52%، ثم كونها أكثر حرية بنسبة 14.43%، فقد جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة لأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنسبة 12.37% وفي الأخرى لأنها تميل للتفصيل والتحليل بنسبة 08.24%. أما بالنسبة للطلبة المقيمين بالحي الجامعي نجد سرعة نقل المعلومات بأعلى مرتبة بنسبة 27.05%، تليها كل من لأنها غير مكلفة ولأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين بنفس النسبة والمتمثلة في 15%، تليها لأنها أكثر حرية بنسبة 12.05%، بعدها سهولة التصفح بنسبة 20% وأخيرا لأنها تميل للتفصيل والتحليل بنسبة 10%.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن جميع المتغيرات جاءت فيها سرعة نقل المعلومات بأعلى النسب وقد يعود هذا إلى أن صفحة الشروق نيوز تقوم بالتجديد المستمر

للمعلومات وتواكب كل ما يطرأ من أحداث وتقوم بإنزالها في صفحاتها الرسمية على الفايسبوك والسعي إلى وضع المتصفح على دراية بكل المستجدات بطريقة آنية وهذا تماشياً مع الميزة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) حيث يتصف بسرعة نقل المعلومات وحرية المتصفح في اختيار ما يلبي رغباته المعرفية، في حين جاءت الاختيارات الأخرى متفاوتة في جميع المتغيرات وهذا يعود إلى الظروف التي يعيشها المتصفح على سبيل المثال نجد في متغير المستوى التعليمي أن الطلبة المتصفحون لصفحة الشروق نيوز أكدوا على سرعتها في نقل المعلومات، سهولة التصفح وكونها غير مكلفة وأنها تسمح لهم بإبداء رأيهم بكل حرية وهذا ما ساهم في متابعتهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.

أما بالنسبة لمتغير مكان الإقامة فقد أكد أغلبية المبحوثين أن تصفح صفحة الشروق نيوز تكون أفضل وأسرع في المنزل كون الإرسال يكون قوي أكثر، ففي الإقامة يكون أضعف نظراً لكم الهائل من الطلبة المقيمين اللذين يستخدمون الإرسال (واي فاي) مما يضعفه ويصعب عملية التصفح.

المحور 04: الإشباع التي يحققها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو من تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

جدول رقم (42) يمثل علاقة متغير الجنس بمدى تلبية صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك لرغبات وحاجات الطلاب:

المتغيرات الخيارات		ذكر		أنثى	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
عالية	09	25.71%	16	25%	16
متوسطة	24	68.57%	47	73.43%	47
ضعيفة	02	05.71%	01	01.56%	01
المجموع	35	100%	64	100%	64

يمثل الجدول رقم (42) علاقة متغير الجنس بمدى تلبية صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك لرغبات وحاجات طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري، أين نجد أعلى نسبة لدى الذكور تعود لكونها متوسطة وتقدر بـ 68.57%، تليها تلبية

الرغبات بدرجة عالية بنسبة 25.71%، وفي الأخير جاءت ضعيفة بنسبة 05.71%. وهو نفس الترتيب للإناث أين نجد أعلى نسبة وهي 73.43% تعود لكون الصفحة تلبي رغبات الطلبة بدرجة متوسطة، تليها بدرجة عالية بنسبة 25%، وآخر نسبة لكون التلبية ضعيفة بنسبة 01.56%.

نلاحظ من خلال الجدول رقم(42) أن أغلبية المبحوثين من كلا الجنسين قد لبت الصفحة الرسمية للشروق نيوز على الفايسبوك رغباتهم بنسبة متوسطة، وقد يعود هذا إلا أن الشروق نيوز لم تقدم محتوياتها لدرجة إشباع رغبات المتصفح الذي يتطلب في كثير من الأحيان أن يكون المنشور جيدا لكي ينال إعجاب المتصفح (الابتعاد عن التحيز، المصادقية)، في حين جاءت عالية لدى كلا الجنسين وبنفس الترتيب في المرتبة الثانية حيث أن صفحة الشروق نيوز تمكنت من إشباع رغبات بعض المتصفحين رغم كون بعض المبحوثين ذكروا أن الصفحة أشبعت رغباتهم بنسبة ضعيفة وقد يعود ذلك إلا اختلاف الآراء والأذواق، وأيضا لكونهم يطلعون على صفحات أخرى وجدوا أنها أفضل إذ قامت بإشباع رغباتهم وفضلوها على صفحة الشروق نيوز.

جدول رقم (43) يمثل الفوائد التي تحققها متابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس والمستوى التعليمي:

المستوى التعليمي		الجنس		المتغيرات	
				الخيارات	
ماسر	ليسانس	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة
36	17	29	24	التكرار	تثري ثقافتك الإعلامية
%45	%37.77	%36.25	%52.17	النسبة	
14	10	17	07	التكرار	تعلمك كيفية صياغة العناوين
%17.5	%22.22	%21.25	%15.21	النسبة	
11	11	15	07	التكرار	اكتساب مهارات لغوية
%13.75	%24.44	%18.75	%15.21	النسبة	
19	07	19	08	التكرار	تساعد على اكتشاف قواعد صحفية جديدة
%23.75	%15.55	%23.75	%17.39	النسبة	
80	45	80	46	التكرار	المجموع
%100	%100	%100	%100	النسبة	

يمثل الجدول رقم (43) الفوائد التي تحققها متابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي، أين نجد أعلى نسبة لدى الذكور تقدر بـ 52.17% تعود لتثري ثقافته الإعلامية، تليها تساعدك على اكتشاف قواعد صحفية جديدة بـ 17.39%، وجاء في المرتبة الأخيرة كلا من اكتساب مهارات لغوية وتعلمك كيفية صياغة العناوين بنفس النسبة والمقدرة بـ 15.21%. أما لدى الإناث مثلت أعلى نسبة لتثري ثقافتك الإعلامية بنسبة 36.25%، تليها تساعدك على اكتشاف قواعد صحفية جديدة بنسبة 23.75%، وتليها تعلمك كيفية صياغة العناوين بنسبة 21.25% وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 18.75% لاكتساب مهارات لغوية جديدة.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي نجد لدى طلبة الليسانس أن أعلى نسبة والمتمثلة في 37.77% تعود لتثري ثقافتك الإعلامية، تليها اكتساب مهارات لغوية بنسبة 24.44%، وتعلمك كيفية صياغة العناوين بنسبة 22.22% وفي الأخير جاءت تساعدك على

اكتشاف قواعد صحفية بنسبة 15.55%. أما بالنسبة لطلبة الماستر نجد لتثري ثقافتك الإعلامية بأعلى نسبة والمقدرة ب45%، تليها تساعدك على اكتشاف قواعد صحفية بنسبة 23.75%، تليها تعلمك كيفية صياغة العناوين بنسبة 17.05% وفي الأخير جاء اكتساب مهارات لغوية بنسبة تقدر ب 13.75%.

من الملاحظ حسب المتغيرين (الجنس، المستوى التعليمي) أن المبحوثين أكدوا أنهم يتابعون صفحة الشروق نيوز لتحقيق فوائد منها اكتساب المعلومات أو إثراء ثقافتهم الإعلامية بالدرجة الأولى، فكون أن عينتنا شملت طلاب علوم الإعلام والاتصال في جامعة مولود معمري بتامة المتبعين للصفحة الرسمية للشروق نيوز، فهذا العامل الأخير دفع الطلاب إلى الاطلاع على كيفية صياغة وعرض الخبر، وبعض الطلبة أكدوا أنهم يتابعون الصفحة لاكتساب قواعد صحفية ولغوية فقد سعي بالدرجة الأولى المتصفحون اللذين هم طلاب علوم الإعلام والاتصال من خلال متابعتهم للصفحة إلى إثراء معارفهم.

جدول رقم (44) يمثل علاقة متغير الجنس بكيفية تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك:

الجنس		الذكور		الخيارات
		النسبة	التكرار	
أنثى	النسبة	46.51%	20	بالإعجاب
	التكرار	41	53.94%	
ذكر	النسبة	34.88%	15	بالتعليق
	التكرار	14	18.42%	
المجموع	النسبة	09.30%	04	بالمشاركة
	التكرار	07	09.21%	
		100%	43	ملتيميديا
		76	100%	

يمثل الجدول رقم (45) علاقة متغير الجنس بكيفية تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك، بداية بفئة الذكور نجد أن الضغط على زر الإعجاب جاء بأعلى نسبة والمقدرة ب46.51%، يليه التعليق بنسبة 34.88%، وأخيرا جاءت كل من المشاركة والمليميديا بنفس النسبة والمقدرة ب09.30%. أما عند فئة الإناث نجد في المرتبة الأولى

الضغط على زر الإعجاب بنسبة 53.94%، يليه كل من التعليق والمشاركة بنفس النسبة والمقدرة بـ 18.42% وأخيرا جاء ملتيميديا بنسبة 09.21%.

قد يعود سبب استخدام كلا الجنسين لزر الإعجاب للتفاعل مع مضامين صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك كونه سهل، فيكفي للمتصفح أن ينقر على زر الإعجاب وبذلك يكون قد عبر عن رأيه دون أن يأخذ الكثير من الوقت، أما بالنسبة للتعليق والمشاركة فقد استخدم بقلة من كلا الجنسين وقد يعود ذلك إلى كونهم أعضاء دائمين للصفحة يهتمون بإبداء رأيهم سواء بالتعليق أو بالمشاركة لكي يصل إلى من لم يطلع على ذلك المنشور من أصدقائه اللذين ليسوا من متبعي الصفحة الرسمية للشروق نيوز على الفايسبوك، في حين هنالك من اعتمد على ملتيميديا (إعجاب، تعليق، مشاركة) وهذا دليل على متابعتهم واهتمامهم بكل ما تعرضه الصفحة.

جدول رقم (45) يمثل تقييم الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي:

المجموع		ضعيفة		متوسطة		جيدة		الخيارات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	35	%02.85	01	%71.42	25	%25.71	09	ذكر	الجنس
%100	64	%00	00	%40.62	26	%59.37	38	أنثى	
%100	35	%00	00	%42.85	15	%57.14	20	ليسانس	المستوى التعليمي
%100	64	%01.56	01	%56.25	36	%42.18	27	ماستر	

يمثل الجدول رقم (45) تقييم الطلبة لصفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي، بداية بمتغير الجنس، وبالنسبة للذكور نال التقييم المتوسط أعلى نسبة والمقدرة 71.42%، يليه التقييم الجيد للصفحة بنسبة 25.71%، وآخر نسبة ضعيفة وتقدر بـ 02.85%. أما بالنسبة لفئة الإناث قد نال التقييم الجيد أعلى نسبة وتقدر بـ 59.37%، يليه التقييم المتوسط بنسبة 40.62%، في حين التقييم الضعيف لم يشهد أي نسبة.

أما في متغير المستوى التعليمي نجد لدى طلبة الليسانس أن أعلى نسبة تعود لكون الصفحة جيدة بنسبة 57.14%، يليها التقييم المتوسط بنسبة 42.45% وأخيرا جاءت

ضعيفة بدون أي نسبة. بينما لدى طلبة الماستر نجد أعلى نسبة في تقييمهم تعود لمتوسطة بنسبة 56.25%، تليه كون الصفحة جيدة بنسبة 42.18%، وأخيرا جاءت ضعيفة بدون أي نسبة.

نلاحظ من خلال الجدول أن تقييم طلبة جامعة مولود معمري بتامة تخصص إعلام واتصال لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك يتراوح بين جيدة ومتوسطة، وقد شهدت ضعيفة أقل نسبة بين المتغيرات (الجنس، المستوى التعليمي) فهنا نلاحظ أن أغلبية المبحوثين راضين إلى حد ما عن كل ما يطرح في الصفحة من أخبار ومعلومات، رغم أن توجهات كلا من الجنسين (ذكور وإناث) يختلف إلا أن التقييم يبقى متقارب بين الجيد والمتوسط وهذا يظهر مدى اهتمامهم واطلاعهم على محتوى الصفحة.

الاقتراحات المقدمة:

لقد قدم طلبة جامعة مولود معمري بتامدة مجموعة من الاقتراحات لصحفي الشروق

نيوز حيث:

- يدعونهم لمواصلة مشوارهم المهني بكل جدية وإخلاص ونقل الأخبار بكل أمانة وعدم التحيز.

- توسيع مجال تغطية الأخبار للحصول على السبق الصحفي والعمل باحترافية أكثر والابتعاد عن النفاق الإعلامي، لأن دور الصحفي الجيد يكمن في خدمة المجتمع وتوعية الشعب والاهتمام برغباته خاصة في ظل الحراك الشعبي الذي تعيشه بلادنا اليوم.

- يأمل الطلبة من رئيس الصفحة على موقع الفايسبوك أن يطلع على آراء المتصفحين وأن يأخذها بعين الاعتبار، وأن يحسن استغلال التكنولوجيات الحديثة لخدمة المجتمع.

وبما أن الطلبة من جامعة مولود معمري بتيزي وزو فهم يتمنون تقديم نشرات إخبارية باللغة الأمازيغية كونها اللغة الأم لأهل المنطقة.

✓ نتائج الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة الميدانية التعرف على كيفية استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الرسمية للقنوات الجزائرية الخاصة على موقع الفايسبوك (صفحة الشروق نيوز نموذجاً)، وبعد تبويب المعلومات المتحصل عليها وتحليلها حسب كل محور توصلنا إلى النتائج التالية:

1- استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك:

- أغلب الطلبة الجامعيين المبحوثين يستعملون موقع الفايسبوك بصفة دائمة.
- أغلب الطلبة المبحوثين يستعملون موقع الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- أغلب الطلبة المبحوثين ليس لديهم وقت محدد لتصفح الفايسبوك.
- أغلب الطلبة المبحوثين يتصفحون الفايسبوك في الفترة المسائية بنسبة 56.07%.

2- عادات وأنماط متابعة طلبة جامعة مولود معمري لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

- أغلب الطلبة المبحوثين يتصفحون صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك بصفة غير منتظمة حسب الأحداث في الساحة الإعلامية.
- يتجه الأفراد المبحوثين في صفحة الشروق نيوز إلى قراءة العناوين والتعليق الإلكتروني قبل التعمق في تفاصيل الخبر.
- يميل الطلبة الجامعيين لمتابعة الأخبار السياسية والاجتماعية بصفة أكبر على صفحة الشروق نيوز.
- يفضل الطلبة المبحوثين تصفح الأخبار المحلية والوطنية أكثر من غيرها على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.
- 51% من الطلبة الجامعيين يتابعون الأخبار على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك باللغة العربية.
- يفضل الطلبة المبحوثين الخبر القصير والريبورتاج

3- دوافع تصفح طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

- يهتم الطلبة المبحوثين بتصفح صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك لسرعتها في نقل المعلومات وسهولة التصفح.
- يفضل الطلبة المبحوثين تصفح الشروق نيوز على الفايسبوك بسبب أسلوبها في عرض الأخبار وأنيتها.
- ما يجذب الطلبة الجامعيين المبحوثين إلى التعرض لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك سهولة التعرض لمحتوياتها وسرعة تحديث المحتوى وكذا توظيفها للوسائط الجديدة.
- يفضل الطلبة المبحوثين صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك لتمكنه من الاطلاع على الأرشيف وكذا التحميل والمشاركة.

4- الإشباع التي يحققها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو من تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك:

- تلبى صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك حاجات الطلبة بنسبة متوسطة تقدر ب73%.
- يتعرض الطلبة الجامعيين لصفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك من أجل إشباع رغباتهم الفكرية وهذا عن طريق اكتساب معلومات عن محيطهم والاطلاع على المستجدات ما يجعلهم يحققون وجودهم الاجتماعي.
- ساهمت صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك في إثراء الثقافة الإعلامية للطلبة المبحوثين وعرفتهم على قوالب صحفية جديدة.
- يتصفح الطلبة الجامعيين المبحوثين صفحات أخرى غير صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك من أجل الحصول على معلومات أخرى ومقارنة الأخبار.
- الخدمات التفاعلية التي يفضلها الطالب الجامعي في صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك هي الضغط على زر الإعجاب والتعليق الإلكتروني ومشاركة الأخبار.
- قيم الطلبة المبحوثين صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك بأنها صفحة متوسطة بنسبة 52%.

خاتمة:

أحدث استخدام شبكة الانترنت تقدما علميا كبيرا وثورة معلوماتية هائلة وتنوعا منظما في موقعه وبرمجياته وتطورا في الشبكات الاجتماعية التي تعتبر فضاء للتفاعل بين المستخدمين عبر خاصية الحوار الإلكتروني، الذي تم تعزيزه لإرسال الرسائل ومقاطع الفيديو... ولتبادل الأفكار، الآراء والمعلومات في أي مكان وزمان، فالعالم الافتراضي ساهم في انفتاح الشعوب على بعضها البعض وإلغاء للحدود الجغرافية بظهور علاقات افتراضية بين المستخدمين لا تهتم بالأعراق، الإيديولوجيات، ولا الديانات... الخ وهذا ما جعل استخدامها ضرورة حياتية ولغة العصر التي لا يمكن الاستغناء عنها.

وقد استغلت القنوات الإعلامية هذا الفضاء الافتراضي من أجل نقل المعلومات عبر صفحات إخبارية توفر خدمات تفاعلية تضمن للمتصفح التفاعل مع مضامينها، فمن خلال دراستنا هذه استطعنا التعرف على أكثر الخدمات التفاعلية التي يفضل الطالب الجامعي استعمالها على صفحة الشروق نيوز على موقع الفايسبوك، وكيف أن درجة تفاعله متوسطة فهو لم يجد كل ما يثري ثقافته الإعلامية وبالتالي يبحث عن المزيد في صفحات إخبارية أخرى.

المصادر والمراجع:

الكتب:

باللغة العربية:

- 1- أنجرس موريس: **البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دط، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 2- تريتر ماديتا: **كيف تستعمل الانترنت؟**، ترجمة مركز التعريب والترجمة، الدار العربية للعلوم، بيروت، 1996.
- 3- خضر فضل الله وائل مبارك: **أثر الفايسبوك على المجتمع**، دط، المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان/ الخرطوم، 2002.
- 4- الدماري صالحة: **الطلاب والشبكات الاجتماعية**، دراسة ميدانية في استخدامات وإشباع طلاب كلية الفنون والإعلام للفيسبوك كشبكة، دون دار نشر، دون بلد، ماي 2010.
- 5- ردمان الداني عبد المالك: **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت**، ط1، دار الراتب الجامعية، مصر، 2001.
- 6- زيد منير سلمان: **الصحافة الإلكترونية**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2008.
- 7- ساري حلمي خضر: **ثقافة الانترنت**، دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار المجد الآوي للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2005.
- 8- ساعد ساعد وصبطي محيدة: **الصورة الصحفية**، دط، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 9- شفيق حسين: **الإعلام الجديد -تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية**، ط1، دار الفكر والفن للطباعة والنشر، 2010.
- 10- شمو علي محمد: **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، ط1، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1999.
- 11- عبيدات محمد وآخرون: **منهجية البحث العلمي- القواعد والمراحل والتطبيقات**، ط2، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، 1999.
- 12- عباس بشار: **ثورة المعرفة وتكنولوجيا التعليم بوابة مجتمع المعلومات**، دط، دار الفكر، دمشق، 2001.
- 13- عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديد -المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، ط1، دار الشرق، عمان، 2008.

- 14- عبد الحميد محمد: دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 15- عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، دط، مكتبة مديولي للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 16- عبد المجيد مروان: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2000.
- 17- غنيم محمد عثمان: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيقية، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- 18- القاضي عمرة: الإعلام الآلي للمبتدئين، دط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2000.
- 19- لعقاب محمد: الانترنت وعصر ثورة المعلومات، دط، دار هومة، الجزائر، 1999.
- 20- محمد الحسن إحسان: الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط1، دار الطليعة للطبع والنشر، بيروت، 1982.
- 21- محمد الدليمي عبد الرزاق: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2011.
- 22- موسى جواد الموسى وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، ط1، مكتبة الإعلام والمجتمع للنشر والتوزيع، بغداد، 2011.
- 23- وليد المروى دانة وأخريات: إيجابيات وسلبيات الانترنت وأثرها على فتيات المجتمع في قطر، دط، مركز علي بن مسعود للبحث العلمي، قطر، 2010.
- 24- يوسف كافي مصطفى وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

باللغة الفرنسية:

- 25- AUBECT Beton: les technologies de l'information et de l'organisation, Geotam main, Québec/Canada, 1991.
- 26- J-C Guedon : Internet le monde en réseau, Gallimard, Paris, 1996.

- 27- DANESI Marcel : **Dictionary of media communication**,
M.E.Sharpe, Newyork,2009.
- 28- Difinition New Media, Computing Dictionary.
- 29- Difinition New Media, High-Tech Dictionary.
- 30-

المذكرات:

- 31- بعزیز إبراهيم: **منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية**، دراسة في دوافع الاستخدام والانعكاسات على الفرد والمجتمع، (مذكرة ماجستير منشورة)، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2008.
- 32- بهاء حياة: **الشباب الجامعي والمواقع الاجتماعية في الانترنت**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة الجزائر3، 2011.
- 33- بورحلة سليمان: **أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2008.
- 34- رحو حياة وعمومن هناء: **مضامين صفحات الجامعات على الفايسبوك**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.
- 35- عصام الطاهر عبد القادر: **الفايسبوك والهوية الثقافية والاجتماعية للشباب المغربي**، بحث لنيل شهادة الإجازة في شعبة علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، المغرب، 2011.
- 36- قناتلية إيمان وأخريات: **استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية**، دراسة ميدانية بقناة الشروق تي في، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8ماي1945، قالمة، 2016/2015.
- 37- قيدوم حسبية: **الانترنت واستعمالاتها في الجزائر**، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002.
- 38- قيدوم فلة: **أثر استخدام الانترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال إستراتيجي، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.

- 39- لعقاب محمد: مجتمع الإعلام والمعلومات -دراسة استكشافية للانترنتيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه دولة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد علوم الإعلام والاتصال، 2001.
- 40- ممو سهام: تلفزيون الواقع والشباب -دراسة في الاستخدامات والاشباع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2009.
- 41- مهدي سامية: مواقع التواصل الاجتماعي فايستوك، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر3، 2012.
- 42- نورمان مريم ناريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

المجلات:

- 43- شيخاني سميرة: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، 2010.
- 44- علي محمد طارق: التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العدد 19/2013.

المطبوعات:

- 45- بولعويادات حورية: مطبوعة بيداغوجية بعنوان: الصحافة الإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية (علوم الإعلام والاتصال)، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2008.

الملتقيات:

- 46- بوحزام نوال، نعيمة مليكة: تجربة التعددية الإعلامية في الجزائر وآفاق الإصلاحات (يومي 10 و11 ديسمبر 2012)، قدم إلى الملتقى الوطني الأول للإعلام والقضايا الراهنة، جامعة قالمة.

المنشورات:

- 47- بن عبد الله الزايد محمد: مدخل إلى علو الانترنت، منشورات فينكس، تونس، 2005.

المدونات:

48- حسونة نسرين: الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والتطبيقات، مدونة، متاح يوم 2019/04/04 على الساعة 08:54 على الرابط:
[.http://plog.amin.org/nisrinhassona](http://plog.amin.org/nisrinhassona)

المواقع الإلكترونية:

49- أبو حسون فداء: مزايا وعيوب الانترنت، متوفر يوم 2019/04/04 على الساعة 21:39 على الرابط: [.http://mwdoo3.com](http://mwdoo3.com)
50- بحث عن الإعلام الجديد: متاح يوم 2019/08/10 على الساعة 22:19 على الرابط:
<https://karimhisham.wordpress.com/2016/05/23/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF/#ftn2>

51- خصائص الانترنت: الانترنت والعلاقات العامة، متوفر يوم 2019/04/19 على الساعة 21:39 على الرابط:

<http://www.google.com/ampls/enternet public relations world press.com>

52- دويدار هبة: الخدمات التي تقدمها الهواتف النقالة، منتدى تكنولوجيا التعليم، متوفر يوم 2019/07/17 على الساعة 10:48 على الرابط: [.http://education.Own0.com/t131-topic](http://education.Own0.com/t131-topic)

53- الشروق Channels: متوفر يوم 2019/07/31 على الساعة 10:51 على الرابط:
Tv.echorroukonline.com

54- صادق عباس: الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، متاح يوم 2019/07/10 على الساعة 11:00 على الرابط:

<http://site.iugaza.edu.ps/idalau/files>

55- فهد عبد الله الرحمان الشميري: التربية الإعلامية- كيف تتعامل مع الإعلام؟، متوفر يوم 2019/07/08 على الساعة 22:11 على الرابط:

<http://www.google.com/amp/s/samony.wordpress.com>

56- المحاضرة السادسة: نظرية الاستخدامات والإشباع، جامعة ورقلة، متوفر على الرابط:

<http://elearn.univ.ouargla.dz>document>

57- الموسوعة الحرة ويكيبيديا/ ar.m.wikipedia.org، يوم 2019/07/31 على الساعة 10:55.

58- النشار نادية: راديو الانترنت، بوابة كنانة أونلاين، متوفر يوم 2019/04/24 على الساعة 08:54 على الرابط:

<http://kenanaonline.com/ueser/DrNadiaElnashar/posts/712034>

59- Asma bouguernne.blogspot.com/2012/01/blog-past-09.html ?m=1.Asma communication, le Mer 13/03/2019 à 19 :51.

60- Bradly James Brayan :what are the benifies of the internet to buisiness ?

www.smallbuhsnass.chon.com.retrieved2-5-2018 Edited.

61- M.AhlemBey :constantine3.com/2013/12/blog-poste-10.html ?m=1, le Mer 13/03/2019 à 19 :32.

الملاحق

الملحق رقم (01):

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال
تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة لمذكرة تخرج، تحت عنوان:

استخدام الطلبة الجامعيين للصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الجزائرية
الخاصة على موقع الفيسبوك.
" قناة الشروق نيوز نموذجاً "

دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو.

بعد التحية والتقدير:

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، نضع بين أيديكم استمارة الاستبيان التي تعد أداة بحثية مهمة جدا في دراستنا، ونرجو منك أخي الطالب الإجابة على الأسئلة الواردة فيها بكل شفافية وموضوعية، ونحيطكم علما أن إجاباتكم ذات أهمية كبيرة بالنسبة لنا، ونعدكم بالسرية التامة للمعلومات التي تقدمونها وعدم استخدامها إلا لأغراض علمية.
ولكم منا جزيل الشكر والتقدير.

ملاحظة: ضع علامة (X) في الخانة أمام الإجابة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذة:

كريمة لمعوش.

إعداد الطالبة:

ليالية حجام.

السنة الجامعية: 2019/2018

البيانات الشخصية:

- الجنس:

أنثى

ذكر

- السن:

30-26

25-22

21-18

- المستوى الجامعي:

ماستر

ليسانس

- مكان الإقامة:

الحي الجامعي

المنزل

المحور الأول: استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

1- هل تستخدم الفيسبوك؟

دائماً أحياناً نادراً غالباً

2- منذ متى وأنت تستعمل الفيسبوك؟

منذ سنة منذ سنتين منذ ثلاث سنوات
- مدة أخرى أذكرها.....

3- أين تقوم بتصفح موقع الفيسبوك؟

في البيت في الجامعة في الحي الجامعي
في مقهى الانترنت في الفضاء العمومي
- أماكن أخرى أذكرها.....

4- ما حجم الوقت الذي تستغرقه عند استخدامك لموقع الفيسبوك؟

نصف ساعة ساعة
ثلاث ساعات أربع ساعات
- مدة أخرى أذكرها.....

5- ما هي الفترة المفضلة لديك لتصفح موقع الفيسبوك؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية
ليس لدي وقت محدد

6- لأي غرض تستخدم الفيسبوك؟

للردشة والنقاش للحصول على المعلومات
للاطلاع على آخر المستجدات للتسلية والترفيه
- أخرى أذكرها.....

7- كيف تستخدم الفيسبوك عادة؟

فردياً
مع الأصدقاء
مع زملاء الدراسة
مع العائلة

8- ما هي الخصائص التي تجذبك لاستخدام الفيسبوك؟

- سهولة استخدامه
 ثراء وتنوع المضامين
 غير مكلف

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للصفحة الرسمية لقناة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك.

9- هل تتفاعل مع صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك؟

- دائما أحيانا نادرا غالبا

10- منذ متى وأنت تتابع صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك؟

- منذ بضعة أشهر منذ سنة منذ سنتين منذ ثلاث سنوات

مدة أخرى اذكرها.....

11- ما حجم الوقت الذي تستغرقه في تعرضك لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- نصف ساعة ساعة واحدة ساعتين

مدة أخرى اذكرها.....

12- ما هي الفترة المفضلة لديك لمتابعة صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- الفترة الصباحية الظهيرة المساء حسب الظروف الليل

13- في العادة تزور صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- في المنزل في الجامعة في مقهى الانترنت في الحي الجامعي

مكان آخر أذكره.....

14- عند زيارتك للصفحة الرسمية للشروق نيوز على موقع الفيسبوك، هل تقوم؟

- بقراءة العناوين فقط قراءة التعليقات الإلكترونية مشاهدة الفيديوهات مشاهدة البث الحي والمباشر

أخرى اذكرها.....

15- ما هي نوعية الأخبار التي متابعتها عبر صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- أخبار سياسية أخبار رياضية أخبار اجتماعية أخبار ثقافية أخبار اقتصادية

16- ما طبيعة الأخبار التي تطلع عليها أكثر في صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- الأخبار المحلية الأخبار الوطنية
 الأخبار الإقليمية الأخبار الدولية

17- بأي لغة تتابع أخبار صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- اللغة العربية اللغة الفرنسية كلاهما معا

18- ما هي أبرز الأنواع الصحفية التي تفضل متابعتها على صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- الخبر القصير التقرير البورتريه
 ريبورتاج التحقيق

المحور الثالث: دوافع تصفح طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك.

19- ما هي أسباب تصفحك لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- لأنها غير مكلفة لأنها توفر إمكانية التفاعل مع المضامين
 لأنها أكثر حرية لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل
 سهولة التصفح سرعة نقل المعلومات

أسباب أخرى اذكرها.....

20- تفضل متابعة صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- لأنها تعالج المواضيع المحلية
 نظرا للسرعة والتحديث المستمر للمعلومات
 لأنها حرة في معالجة المواضيع

21- هل تعرضك لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك، راجع إلى؟

- مصداقية الأخبار مضمونها المتميز آنية الأخبار
 الشعر أسلوبها في عرض الأخبار

لأنها تتسم بالدقة والموضوعية في تناول الأخبار

أسباب أخرى اذكرها.....

22- ما الخصائص التي تجذبك للتعرض لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- سرعة تحديث المحتوى توظيف الوسائط الجديدة
 سهولة التعرض لمحتوياته إمكانية التعليق

أخرى اذكرها.....

23- ما هي أسباب تفضيلك لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

- سهولة الاستخدام السرعة في تناول الأخبار
 إمكانية الاطلاع على الأرشيف إمكانية التحميل والمشاركة

أخرى اذكرها.....

المحور الرابع: الاشباكات التي يحققها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري تيزي وزو من تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك.

- 24- هل تلبى لك صفحة الشروق نيوز حاجاتك ورغباتك بدرجة؟
عالية متوسطة ضعيفة
- 25- إذا كانت إجابتك ب" عالية" فماذا يتحقق لك؟
اكتساب معلومات جديدة عن محيطك الخارجي
تجعلني اعبر عن آرائي بكل حرية
التخلص من الشعور بالعزلة عن المجتمع
الاطلاع على المستجدات
أخرى اذكرها
- 26- إذا كانت الإجابة " متوسطة" لماذا؟
.....
.....
- 27- ما هي الفوائد التي حققتها من متابعة صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟
تثري ثقافتك الإعلامية
تعلمك كيف تصيغ العناوين
اكتساب مهارات لغوية
تساعد على اكتشاف قواعد صحفية جديدة
فوائد أخرى اذكرها
- 28- ما هو الشعور الذي تحس به عند تعرضك لصفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟
مقتنع مرتاح وراضي منزعج
متوتر لم يتغير شيء
- 29- إذا كانت صفحة الشروق نيوز تلبى حاجاتك ورغباتك، كيف تتفاعل معها؟
بالإعجاب بالتعليق
بالمشاركة ملتيميديا
- 30- بالإضافة إلى صفحة الشروق نيوز على الفيسبوك، ما هي صفحة القناة الخاصة الأخرى التي تتابعها؟
صفحة البلاد
صفحة النهار
صفحة دزاير نيوز
- 31- لماذا تتعرض لصفحات أخرى غير صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟
.....
.....

32- كيف نقيم صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك؟

صفحة جيدة

صفحة متوسطة

صفحة ضعيفة

33- ما الذي تقترحه على القائمين على صفحة الشروق نيوز على موقع الفيسبوك حتى تتطور أكثر مستقبلاً؟

.....

.....

.....

.....

فهرس المحتويات:

كلمة شكر.....	/
إهداء.....	/
مقدمة.....	أ / ب

الإطار المنهجي

الإشكالية.....	7
تساؤلات الدراسة.....	8
أسباب اختيار الموضوع.....	9
أهمية الدراسة.....	9
أهداف الدراسة.....	10
منهج الدراسة وأدواته.....	10
مجتمع البحث وعينة الدراسة.....	11
تحديد المفاهيم.....	12
الدراسات السابقة.....	14
الخلفية النظرية لدراسة الاستخدامات والإشباعات.....	19

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية شبكة الانترنت.....	26
المبحث الأول: تعريف شبكة الانترنت.....	26
المبحث الثاني: نشأة وتطور الانترنت.....	27
المبحث الثالث: خصائص الانترنت.....	29
المبحث الرابع: وظائف الانترنت.....	31
المبحث الخامس: أهمية الانترنت.....	33

34.....	المبحث السادس: مزايا وعيوب الانترنت
39.....	الفصل الثاني: ماهية الإعلام الالكتروني
39.....	المبحث الأول: مفهوم الإعلام الالكتروني
40.....	المبحث الثاني: أسماء الإعلام الالكتروني
41.....	المبحث الثالث: خصائص الإعلام الالكتروني
42.....	المبحث الرابع: وسائل الإعلام الالكتروني
46.....	المبحث الخامس: وظائف الإعلام الالكتروني
48.....	المبحث السادس: سلبيات الإعلام الالكتروني
52.....	الفصل الثالث: ماهية الفايسبوك
52.....	المبحث الأول: تعريف الفايسبوك
53.....	المبحث الثاني: نشأة وتطور الفايسبوك
54.....	المبحث الثالث: خصائص الفايسبوك
55.....	المبحث الرابع: تطبيقات الفايسبوك
56.....	المبحث الخامس: تأثيرات الفايسبوك

الإطار التطبيقي

61.....	المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق نيوز
63.....	المبحث الثاني: توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة
67.....	المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من طلبة جامعة مولود معمرى بتامة
89.....	المبحث الرابع: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بطلبة جامعة مولود معمرى بتامة حسبة الجداول المركبة
109.....	نتائج الدراسة

111.....	خاتمة
/.....	قائمة المراجع
/.....	الملاحق
/.....	فهرس الجداول

فهرس الجداول:

63.....	جدول رقم (01): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس
64.....	جدول رقم (02): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن
65.....	جدول رقم (03): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي
66.....	جدول رقم (04): يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة
67.....	جدول رقم (05): يبين هل يستخدم الطلبة بصفة
68	جدول رقم (06): يمثل منذ متى يستعمل الطلبة الفايسبوك
68	جدول رقم (07): يمثل مكان تصفح الطلبة لموقع الفايسبوك
69.....	جدول رقم (08): يمثل حجم الوقت الذي يستغرقه الطلبة في استخدامهم للفايسبوك
70	جدول رقم (09): يمثل الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح الفايسبوك
70	جدول رقم (10): يمثل الغرض من استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك
71	جدول رقم (11): يمثل كيفية استخدام الطلبة للفايسبوك
72	جدول رقم (12): يمثل الخصائص التي تجذب الطالب الجامعي لاستخدام الفايسبوك
72	جدول رقم (13): يمثل تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك
	جدول رقم (14): يمثل المدة الزمنية التي بدأ فيها الطالب الجامعي بمتابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك
73.....	

- جدول رقم (15): يمثل حجم الوقت المستغرق في تصفح صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....74
- جدول رقم (16): يمثل الفترة المفضلة لدى الطلبة لتصفح صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....74
- جدول رقم (17): يمثل مكان زيارة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....75
- جدول رقم (18): يمثل الأعمال التي يقوم بها الطالب عند تصفح صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....76
- جدول رقم (19): يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطالب على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....77
- جدول رقم (20): يمثل طبيعة الأخبار التي يطلع عليها الطالب في صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....78
- جدول رقم (21): يمثل اللغة التي يتابع بها الطالب أخبار صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....79
- جدول رقم (22): يمثل أبرز الأنواع الصحفية التي يتابعها الطالب الجامعي في صفح الشروق نيوز على الفايسبوك.....79
- جدول رقم (23): يمثل أسباب تصفح الطلبة الجامعيين لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....80
- جدول رقم (24): يمثل سبب تفضيل الطلبة متابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....81
- جدول رقم (25): يمثل دوافع تعرض الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....82
- جدول رقم (26): يمثل الخصائص التي تجذب الطالب للتعرض لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....82
- جدول رقم (27): يمثل أسباب تصفح الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....83
- جدول رقم (28): يمثل مدى تلبية صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك لحاجيات الطلبة.....84

- جدول رقم (29): يمثل الفوائد المحققة للطلبة من متابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....85
- جدول رقم (30): يبين الشعور الذي يحس به الطالب عند تعرضه لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....86
- جدول رقم (31): يمثل كيفية تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....86
- جدول رقم (32): يمثل طبيعة الصفحات الأخرى التي يتصفحها الطالب الجامعي على الفايسبوك.....87
- جدول رقم (33): يمثل تقييم طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....88
- جدول رقم (34): يمثل استخدام طلبة جامعة مولود معمري لموقع الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي ومكان الإقامة.....89
- جدول رقم (35): يمثل غرض استخدام الطلبة للفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي.....91
- جدول رقم (36): يمثل نسبة تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس.....92
- جدول رقم (37): يمثل حجم الوقت الذي يستغرقه الطلبة في تعرضهم لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي.....93
- جدول رقم (38): يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطالب الجامعي على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس والمستوى التعليمي.....95
- جدول رقم (39): يمثل طبيعة الأخبار التي يطلع عليها الطلبة على صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير السن والمستوى التعليمي.....97
- جدول رقم (40): يمثل اللغة التي يتابع بها الطلبة الأخبار في صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي.....98
- جدول رقم (41): يمثل أسباب تصفح الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي ومكان الإقامة.....100

جدول رقم (42): يمثل علاقة متغير الجنس بمدى تلبية صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك لرغبات وحاجات الطلاب.....102

جدول رقم (43): يمثل الفوائد التي تحققها متابعة صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقتها بمتغير الجنس والمستوى التعليمي.....104

جدول رقم (44): علاقة متغير الجنس بكيفية تفاعل الطلبة مع صفحة الشروق نيوز على الفايسبوك.....105

جدول رقم (45): يمثل تقييم الطلبة لصفحة الشروق نيوز على الفايسبوك وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي.....106