



جامعة الجزائر 3  
كلية علوم الاعلام والاتصال  
قسم علوم الاتصال

مقروئية الصحافة الالكترونية لدى الشباب الجامعي  
دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال  
(من جانفي الى ماي 2017)

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال  
تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إشراف الاستاذ:  
أ.د. بلقاسي كريم

إعداد الطالبين:  
حساين أحمد  
بيدان صهيب

السنة الجامعية: 2016 – 2017

## شكر و عرفان

الحمد لله الذي أبار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا ووفقنا على أداء هذا العمل  
نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا على إكمال هذا العمل وفي  
تذليل ما واجهنا من صعوبات، وبخاص بالذكر الأستاذ الميرف الدكتور  
" بلقاسى كريم " الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عونا  
لنا في إتمام هذا البحث.

نشكر كل من قدموا لنا يد العون وإلى كل من ساعدنا لإتمام هذا العمل سواء من  
قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة أو بدعوة صادقة أو ابتسامة مبهجة.

# اهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لو لا فضل الله علينا  
أهدي ثمرة جهدي إلى اللذان لا يمكن للكلمات أن توفي حمهما ولا يمكن للإرقام أن يحصى  
فضائلهم " الوالدس الكريمين "  
إلى اللواتي كن سندي ومأسقى في أفراحتي وأحزاني  
إلى اخواتي العزيرات "سلمى - اسيا - خديجة"  
إلى التي كانت منبع العطف والحنان، التي سبغتني طوال مسار دراستي  
إليك عميتي "فريدة"  
إلى أعز الأصدقاء والاحياء " سلم - زينب - حسس - مريم - حمزة - برجس - حمزة -  
ريم - هشام - ياسين - ايمان - عبد السلام "  
إلى الصديق والزميل العزير الذي شاركني في هذا العمل "بيدان صهيب"

أحمد حساس

## اهداء

الحمد لله الذي وفقنا لإيجاز هذا العمل نشكره ونستعين به، إلى من قال فمهما الله عز وجل  
:" وقل لهما قولاً كريماً".

أهدي يمة هذا العمل إلى الوالدس الكريمس اللذان لم يبخلا على بعطاءهم و دعوايهم...  
إلى إخيوي وإلى كل أفراد عائله بيدان... وإلى جميع الإهل والإقارب...  
كما لا أنسى كل زملاء الجامعة النس رافقوني في مشوارى الدراسى وعلى كل من دعمتى مبهم  
لإيمام هذه المذكرة

إلى من أسيرف على عملنا الاستاذ الفاضل كريم بلقاسى...  
...يم إلى كل من علمتى حرفاً أصبح سنا رقه يصبىء الطريق أمامى.  
إهداء خاص ممتى إلى سندي في هذا العمل صديقى حساس أحمد .

صهيب بيدان

## خطة الدراسة:

❖ مقدمة

❖ الخطوات المنهجية:

1. طرح الاشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. اهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. المنهج الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9. تحديد مفاهيم الدراسة
10. الدراسات السابقة

## الفصل الأول: الصحافة الالكترونية

- المبحث الأول: مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها
- المبحث الثاني: أنواع الصحافة الالكترونية
- المبحث الثالث: جمهور الصحافة الالكترونية

## الفصل الثاني: مدخل إلى الاستخدامات والإشباع

- المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وفروضها
- المبحث الثاني: عناصر وفروض نظرية الاستخدامات والإشباع
- المبحث الثالث: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في ظل الاتصال الرقمي

## الفصل الثالث: الأبعاد التأثيرية لمقروئية الصحافة الإلكترونية

- المبحث الأول: مفهوم القراءة والمقروئية
- المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في المقروئية
- المبحث الثالث: تأثير الصحف على القارئ

## الفصل الرابع: استقراء عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال عن مقروئية الصحافة الإلكترونية

- المبحث الأول: الدوافع والإشباع المحققة من استخدام الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة
- المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحافة الإلكترونية
- المبحث الثالث: درجة اهتمام الطلبة بالصحافة الإلكترونية
- استنتاجات عامة

❖ خاتمة

❖ قائمة المراجع

❖ الملاحق

❖ الفهرس

## مقدمة:

شهد العالم في نهاية القرن الماضي وبالتحديد في التسعينيات مرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بجمع المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل في وسيلة واحدة ، بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال الا و هو توصيل الرسالة إلى الجمهور ، وإحداث التأثير المطلوب وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات أبرزها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط ، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية ، وتعد شبكة الانترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجمع خصائص عدة وسائل فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات في آن واحد ، وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام التقليدية وهو مالا يتوفر لأي وسيلة أخرى وكسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات المستخدمين وأصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية.

وأسهمت شبكة الانترنت في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية ، بالإضافة إلى تحول معظم وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفزيونية وصحف ومجلات إلى صحافة أو إذاعة أو فضائيات تلفزيونية على مواقع إلكترونية.

ومن بين البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الانترنت نجد الصحافة الإلكترونية وأسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من تفاعلية مع مختلف المكونات مقروءة ومرئية ومسموعة وتبعا لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الانترنت ، فإن الصحف تتوافر على عدد من السمات الاتصالية المتميزة من أبرزها سهولة تصفحها ، حيث تتم عملية التصفح بسهولة كبيرة وذلك ضمن مداخل متفرعة ، يمكن استعراضها في لمحة واحدة من خلال قائمة تعرض على جانبي الصفحة الإلكترونية بحيث تختزل هذه القائمة المحاور الأساسية للصحيفة بالإضافة إلى تضمن الصفحة الرئيسية لمقدمات متنوعة لأهم الأخبار ، ولعل على هذه السمات التي كانت محل اهتمام من طرف المستخدمين وللحصول على المعلومات والأخبار ومن خلال دراستنا هذه والموسوعة ب " مقروئية الصحافة الإلكترونية عند الشباب الجامعي " والتي أردنا تسليط

الضوء من خلالها على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين وكيفية تقييمهم لمحتوى وشكل الصحف الإلكترونية، وذلك من خلال قياس اتجاهات الطلبة نحو الصحف الإلكترونية، وكذا الوقوف على أهم العوامل التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على هذه الأخيرة وبالتالي عزوفهم على الصحف الورقية، والإشباعات المحققة منها خاصة في مجال متابعة الأخبار.

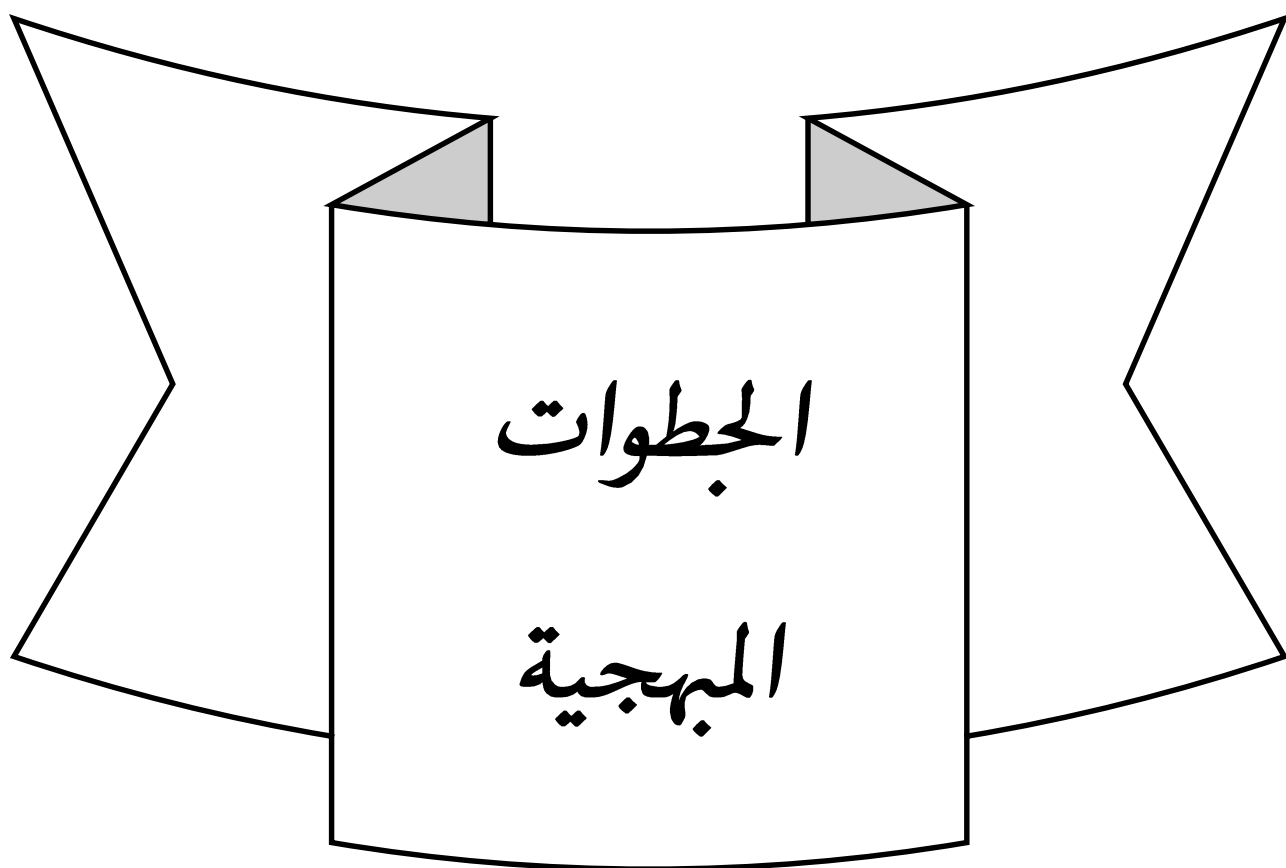
ومن خلال دراستنا الموسومة بمقروئية الصحافة الإلكترونية عند الشباب الجامعي، أردنا تسليط الضوء على مدى إقبال الطلبة الجامعيين على الاعلام الذي توفره الصحافة الإلكترونية، وذلك من خلال ثلاث فصول مقسمة إلى ثلاث مباحث لكل واحد منهم، فخطت عملنا كالتالي:

ففي الفصل الأول المعنون بماهية الصحافة الإلكترونية يحوي ثلاثة مباحث أولها تعلق بمفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها أما الثاني فيخص أنواع الصحافة الإلكترونية، والثالث بجمهور الصحافة الإلكترونية.

وكان الفصل الثاني تحت عنوان "مدخل إلى الاستخدامات والإشباعات" اذ انه تكون هو الآخر من ثلاث مباحث أولها متعلق بمفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات وفروضها والثاني عن عناصر وفروض نظرية الاستخدامات والإشباعات بينما تطرقنا في المبحث الثالث الى تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل الاتصال الرقمي.

اما الفصل الثالث والأخير فكان عنوانه "المقروئية والعوامل المؤثرة فيها"، وتم تقسيمه الى ثلاث مباحث مثلما فعلنا في الفصلين السابقين، ففي المبحث الأول قدمنا مفهوم القراءة والمقروئية، اما المبحث الثاني فتعلق بالعوامل المؤثرة في المقروئية، والثالث كان يخص تأثير الصحف على القارئ





## 1. إشكالية الدراسة

شكلت الثورات الاتصالية الحديثة التي تشهدها المجتمعات الإنسانية، تحديات جسيمة تواجه الصحافة المطبوعة، والتي جعلتها تعيش وسط مخاوف اختفائها من الساحة الإعلامية، على الرغم من مكانتها المحورية باعتبارها كاشف سوسيولوجي يعني بتسجيل الوقائع اليومية.

حيث أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال و المعلومات التي تفجرت في العقدين الأخيرين من القرن الماضي تحولات ضخمة في شتى مناحي الحياة بما وفّره من سهولة في استخدام الحاسب الآلي ، و التي على حد تعبير مارشال ماك لوهان جعلت العالم يشبه قرية صغيرة في مدينة كبيرة ، إذ و لأول مرة في التاريخ صارت البشرية وحدة واحدة في تخيلها للوجود، فمع تطور الحواسيب و شبكات الهاتف و شبكات المعلومات و استخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تقنية الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ، و في إطارها ظهرت وسائل إعلامية جديدة متميزة بما تمتلكه من تقنيات تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية ، و لعل أهم الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديدة هي امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل و المستقبل و قدرتها على النقل الحي والسريع للمعلومات و استخدامها للوسائط المتعددة ، و الجمع بين وسائل الاتصال الشخصي و وسائل الاتصال الجماهيري و الكونية و التزامنية و اللاتزامنية في آن واحد.

فمن جانب وضعت الانترنت كوسيلة اتصال جماهيري أمام مستخدميها عددا ضخما يتنامى يوميا من مصادر المعلومات و الأخبار المتحررة من قيود الزمان و المكان و من جانب آخر تحول الجمهور المتلقي فيها من مجرد مستخدم و مستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة ، و بهذا فرضت الانترنت نفسها بقوة كوسيط إعلامي نظرا لما توفره من مزايا غير مسبوقة تميزها عما سواها من وسائط الإعلام ، فكانت محل نقاشات و آراء العديد من الدارسين و الباحثين ، ف بجانب كونها " شبكة الشبكات " فهي بالقدر ذاته وسيط الوسائط " الاتصالية بلا منازع و تتجلى أهمية الوسيط الإلكتروني في قدرته على احتواء الوسائط الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له .

و مع تحالف تقنيات الاتصال الحديثة بما فيها الانترنت و الوسائط المتعددة مع الجيل الجديد للشباب، و الذي أسس لمستقبل جديد يقوم على التقنية الرقمية و يعيش في عالم إلكتروني افتراضي ، خاصة طلبة الجامعات هذه الفئة التي أصبحت الأكثر احتكاكا بالانترنت في الجزائر كما في كل أنحاء العالم باعتبارها الفئة التي بدأت التخلص من شبح الأمية الرقمية إلى حد ما ، و خاصة إذا تعلق الأمر بمتابعة الأخبار وكتابة التعليقات في الصحف الإلكترونية ، رغم ما يعرف عن هذه الفئة من عزوف عن الخوض في متابعة الأخبار ، غير أن هامش الحرية و الخيارات اللامتناهية التي تتيحها الانترنت أحدث قفزة في تعامل جمهور طلبة الجامعات مع المواضيع و الأخبار التي تطرحها و تنشرها الصحافة الإلكترونية، لأنها تتيح لهم مساحات كبيرة للتعبير عن آرائهم بحرية من دون قيود.

إن ظاهرة الصحافة الإلكترونية التي عرفت إقبالا من طرف النخبة والباحثين والطلبة، خاصة في السنوات الأخيرة نضراً للنشر الكبير، فالى جانب المواقع الإلكترونية لأغلب الصحف والمجلات المطبوعة، ظهرت صحف ذات طابع إلكتروني محضة على الخط، وأصبحت توفر مساحات كبيرة لمختلف شرائح المجتمع للنقاش وطرح انشغالاتهم عبر صفحاتها، وفي ظل المنافسة الكبيرة بين العالم المكتوب والعالم الإلكتروني يبقى الفرد هو المستفيد لما تطرحه الصحافة الإلكترونية من خدمات ووظائف تخدم القارئ وتجعله يختار الأحسن بحرية.

و بالتالي استطاع القارئ أن يشارك في عمليات وضع وإنتاج الصحيفة الإلكترونية، ويرتبط التعرض للصحف الإلكترونية بعدد من المتغيرات المتعلقة بالمستوى الثقافي، الاقتصادي، الاجتماعي والتعليمي، حيث هذا الأخير ينطبق على أفراد طلبات الجامعة وما يميزهم بمستوى يؤهلهم للقيام بأدوار هامة مثل النشر وتبني الأفكار المستحدثة، لأنهم أقدر الفئات المجتمعية مرونة في تقبل هذه المستحدثات وتبنيها، وخاصة عندما تفتح لهم الصحافة الإلكترونية باب المشاركة والتعليق، كما أنه يمكن أن يتخلى العديد على جريدته الورقية بمجرد قراءتها عبر شبكة الانترنت وهو الأمر الذي يقتضي دراسة مقروئية الطلبة الجامعيين للصحافة الإلكترونية وتفضيلاتهم ومدى الاشباع الذي تحقيقه من خلال التعرف على المحددات

والأليات التي تستشر دوافع استخدمها للصحافة الالكترونية، وفي هذا الصدد يجدي بنا الأمر إلى طرح السؤال المحوري التالي :

- ما مدى مقروئية الصحافة الالكترونية من طرف طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر3 ؟

## 2. التساؤلات

للإجابة على التساؤل الرئيس للدراسة قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية

تمثلت فيما يلي:

1. ماهي الدوافع والاشباكات المحققة من استخدام الصحافة الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال؟
2. ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال؟
3. ما درجة اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحافة الالكترونية؟

## 3. أسباب اختيار موضوع الدراسة

إن تحديد الباحث لأسباب ودوافع اختيار موضوع الدراسة يساهم إلى حد كبير في ضبط إشكالية الدراسة، وتحديد المسار السليم للبحث للوصول إلى النتائج المرجوة، ومن أبرز الأسباب الذاتية والموضوعية التي جعلتنا نختار مقروئية جمهور الطلبة للصحافة الإلكترونية كموضوع بحث نلخصها فيما يلي:

### الأسباب الذاتية:

1-رغبتنا الشخصية في تعميم دراستنا المستقبلية في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و اقتصاد المعرفة، و اهتمامنا الكبير بوسائل الإعلام الجديدة في علاقتها بالوسط الجامعي حيث يرتبط هذا الأخير بالجانب المهني و الدراسي.

2-طموح ذاتي في دراسة مزايا الانترنت ، و الإلمام بالمعلومات العلمية الخاصة بالصحافة الإلكترونية و جمهورها المتفاعل و كذا في كل ما تمر به من تحديات في الوقت الراهن، خاصة بعد تفشي ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي خاصة (الفايسبوك).

### الأسباب الموضوعية:

1-الموقع الذي أصبحت تحتله تكنولوجيا الاتصال و المعلومات في الجزائر خاصة خلال بداية الألفية الثالثة ، كالانتشار الواسع للفضاءات العمومية للأنترنت ، حيث أصبحت الانترنت الوسيلة المفضلة للحصول على الأخبار و المعلومات.

2-توفر فضاء إلكتروني لبيئة العمل الجديدة للنص المطبوع ، خلق وعاء إلكتروني يتميز بعدد من الصفحات التي تعجز المطبعة التقليدية عن توفيرها بقوالب مستحدثة أي دمج المعلومة الخبرية بالصور و الملفات الصوتية و المرئية، و التي لم يعد القارئ من خلالها قارئاً عابراً ، بل أصبح يتردد على الصحيفة أكثر من مرة لمتابعة الأخبار التي يتم تحديثها، مما يبشر بأنماط مستجدة في كيفية التعامل مع هذه الوسيلة تفتح آفاقاً واسعة تتطلب الدراسة و البحث.

3-ارتباط الموضوع بالتخصص الأكاديمي – اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة - في دراسة علاقة جمهور الطلبة بوسيلة الانترنت من خلال الصحافة الإلكترونية و ذلك بالاعتماد على قياس اتجاهات الرأي و تحليل إجابات عينة تمثل شريحة هامة في المجتمع (الطلبة الجامعيين) في جامعة الجزائر 3.

4-حادثة الموضوع نظراً لقلة الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية خلال اتجاهات جمهور الطلبة على الرغم من الاهتمام الكبير الذي يحض به هذا الموضوع من مكانة خاصة في الدراسات الأجنبية ، إلا أنه لا يوجد هذا الاهتمام في الدراسات الجزائرية ، بالإضافة إلى التعرف بشكل منهجي وعلمي على اتجاهات الطلبة نحو الوسائط التكنولوجية الحديثة يعتبر مجالاً بحثياً خصباً نظراً لتميزه بالجدة و الأهمية.

#### 4. أهمية الدراسة

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في استحداث البدائل من خلال معرفة المستوى الذي بلغه انتشار استخدام الإعلام الإلكتروني في جامعة الجزائر3 كزيادة وعي الطلبة وحتى المسؤولين بأهمية الصحافة الإلكترونية في خلق نوع من التفاعلية في الوسط الجامعي بين الصحافة الإلكترونية و جمهور الطلبة.
- وتوظيف نتائج الدراسة لتحسين مستويات الصحف الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة.
- استفادة المؤسسات الإعلامية ذات الصحف الإلكترونية من معرفة خصائص جمهورها وسماتهم وحاجاتهم.

#### 5. أهداف الدراسة

سنحاول من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف:

- التعرف على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين وكيفية تقييمهم لمحتوى الصحف الإلكترونية، وكذا الشكل الذي تقدم به، وذلك من خلال قياس اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية.
- التعرّيج على مستوى التفاعلية، والتي خلقتها إمكانية المشاركة بالآراء والتعليقات حول ما يكتب وينشر من جهة والسرعة الفائقة في تجديد المحتوى، وكل هذا من خلال تحديد كيفية استخدام القراء للآليات التفاعلية، وعادات ممارسة التفاعل.
- الوقوف على الدوافع والأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على الصحيفة الإلكترونية وبالتالي عزو فهم على الصحف المطبوعة، وكيفية تعامل الطلبة مع محتويات هذه الصحف والإشباعات المحققة منها.

## 6. منهج الدراسة

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج عملية وموضوعية، ويعرفه رونز: "هو إجراء يستخدم في بلوغ غاية محددة " أما بتل: "هو الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها"<sup>1</sup>.

و يعرف المنهج كذلك بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة عن حقيقة لم يعرفها الآخرون " <sup>2</sup>، و كون مشكلة البحث تتصل بدراسة الحقائق الراهنة و التعرف على المعلومات المتاحة حول اتجاهات جمهور الطلبة الجامعيين مستخدمي الانترنت ، نحو الصحافة الإلكترونية، فإن منهج المسح أنسب المناهج لفهم الظواهر المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة

بمكوناتها الأساسية و ما يسود من علاقات داخلية و خارجية هذا من جهة و من جهة أخرى فهو سبيل لدراسة الجمهور في البحوث الإعلامية فهو يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها<sup>3</sup>، و قد عرف الباحث " ذوقان عبيدات" منهج المسح على أنه: "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي و جوانب قوتها و ضعفها" <sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد قاسم ، مدخل إلى مناهج البحث العلمي . دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003  
<sup>2</sup> عبد الله سليمان، المنهج و كتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة ، 19 ص.  
<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية . دار الفجر للنشر و التوزيع ، المجلد 1، 2003، ص 544 .  
<sup>4</sup> أحمد بن مرسي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص 286 .



والدراسات التي تستخدم منهج المسح تسمى: الدراسات المسحية. وهي الدراسات التي تقوم على محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة<sup>1</sup>.

وتتمثل إجراءات هذا النوع في سؤال مجموعة من الأفراد –المبحوثين- عدة أسئلة تدور حول سلوكياتهم، اتجاهاتهم، آراءهم ومعتقداتهم.<sup>2</sup>

فطبيعة موضوع البحث وأهدافه، هما اللذان يفرضان على الباحث نوع المنهج والدراسة التي سيتبعها، ذلك أن المسح من ناحية مجتمع البحث يقسم إلى قسمين:

المسح الشامل والمسح بالعينة والمسح الشامل يعتمد في بحث المجتمعات الصغيرة المتكونة من عدد محدد من الأفراد في استطاعة الباحث حصر حجمها الكلي وإخضاعها كلها للملاحظة العلمية، وفق الأهداف المسطرة للبحث وهذه الطريقة لا يمكن تطبيقها علمياً في البحوث الأكاديمية، لذلك فقد استعنا بالدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة ثم تعميم النتائج على مجتمع البحث.

وفي إطار منهج المسح يتم استخدام الأسلوب التحليلي الذي يتم استخدامه لاكتشاف المشكلات في إطارها الواقعي، ويسمح بجمع العديد من البيانات عن الظاهرة موضوع الدراسة، كما يتيح فحص العديد من المتغيرات واستخدام التحليل الإحصائي الذي يساعد على جمع البيانات والمعلومات وتلخيصها وتصنيفها وتحليلها واستخلاص النتائج منها.<sup>3</sup>

واختيارنا لمنهج المسح وتطبيقه ميدانياً لأنه يستجيب مع طبيعة الموضوع الذي يسعى إلى وصف سمات وخصائص المبحوثين من طلبة علوم الإعلام والاتصال وطرق استخدامهم ومسح آراء اتجاهاتهم حول تفضيلات مختلف مضامين الإعلام التي تنشرها الصحف الإلكترونية على الانترنت.

<sup>1</sup> عبد الغفار رشاد القصيبي، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004، ص266، ص267.

<sup>2</sup> عبد الله معتز سيد و خليفة عبد اللطيف محمد، علم النفس الاجتماعي، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 75، ص.ص74.

<sup>3</sup> Mayer Reber, De Buëch université ، ، << **Méthodes de recherche en en communication Sociale** >>، 2000، P.97.

## 7. أدوات جمع البيانات

الشائع حول أدوات البحث العلمي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.<sup>1</sup>

ولأدوات البحث العلمي دور هام في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، بحيث "تقاس القيمة العلمية لأي بحث بالنتائج التي توصل إليها وفق خطوات المنهج العلمي المستخدم في البحث، وأيضا بالوسائل والأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات.<sup>2</sup>

إن أنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات دراستنا، وتسمح بتوفير الوقت والجهد والنفقات، وتحقيق الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاحتكام إليها في أداة الاستبيان عن طريق الاستمارة. والاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، الاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر Le QUESTIONNAIRE :<sup>3</sup>

هي أداة جمع البيانات في هذه الدراسة حيث تستخدم لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة من مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم نحو موضوع معين.

وهو أسلوب جمع للبيانات الذي يستهدف انتشاره أفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Murice Angers, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. by casbah université, Alger, 1997. p.129

<sup>2</sup> عبد الباقي زيدان، وسائل وأساليب الاتصال، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1974، ص 103.

<sup>3</sup> الفيروز أباضي، القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، الجزء 2، لبنان، 1995، ص 204.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 184.

ويعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار، كلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة **SONDAGE** أو **QUESTIONNAIRE** في اللغة الفرنسية.

وتم توظيف أداة الاستبيان متكونة من ثلاث محاور إلى جانب محور البيانات الشخصية، فالمحور الأول كان حول الدوافع والاشباعات المحققة من استخدام الصحافة الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال وضم أربع اسئلة متنوعة، أما المحور الثاني فكان بدوره حول عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال والذي عالجناه من خلال سبعة اسئلة، بينما كان المحور الثالث والأخير حول درجة مستوى اهتمام طلبة علوم الاعلام والاتصال بالصحافة الالكترونية، وجاء في هذا الأخير نفس عدد الأسئلة كما في المحور الثاني وهي سبعة اسئلة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> أنظر الملحق رقم (1) الخاص بصحيفة الاستبيان الموجهة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

## 8. مجتمع البحث وعينة الدراسة

### أ-مجتمع الدراسة:

استنادا إلى تحديد مجال الدراسة المكاني والذي يتمثل في جامعة الجزائر 3 وبالتحديد كلية علوم الاعلام و الاتصال، فإن مجتمع البحث الذي يعرفه " مورييس أنجرس على أنه : " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات ، وفي هذه الحالة أو تلك نستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء".<sup>1</sup>

كما أن مجتمع البحث أو الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، الذي يرغب في تعميم النتائج عليه. وعليه فإن مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة يتمثل في جميع طلبة علوم الإعلام والاتصال بجميع مستوياتهم وتخصصاتهم.

### ب-عينة الدراسة:

توجد عوامل تحدد حجم العينة منها طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة، موضوع الدراسة ومدى الدقة المطلوبة في النتائج.<sup>2</sup>

وتعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي.<sup>3</sup>

وتمثل العينة نموذجا يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مورييس أنجرس ، منهجية البحث العلم في العلوم الإنسانية. ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون ،دار القصبة ،الجزائر، 2004 ،ص298 .  
<sup>2</sup> Bardin, Laurence, <<L'analyse de contenu>>, press universitaires de France, 2007. p. 267.

<sup>3</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي. دار وائل للنشر ، ط1 ، 1999، ص91 .  
<sup>4</sup> عامر إبراهيم قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. دار البازوري، عمان ،الأردن، 2008 ،ص179 .

ولقد لجأنا إلى المسح عن طريق العينة بسبب اتساع مجتمع البحث ، حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل على كل قراء الصحافة الإلكترونية ، ولذلك قمت باختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع البحث ممثلاً له في خصائصه ، ويسمح في الوقت نفسه بتحقيق أهداف البحث في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتوفرة ، ونظراً لضخامة المجتمع الأصلي كما أشرت سابقاً ، واستحالة دراسة كل الوحدات المكونة له حددنا عدد مفردات العينة في إطار التمثيل السليم للمجتمع المبحوث وتحقيق الأهداف البحثية المطلوبة ، ونظراً لعدم تجانس وحدات المجتمع الأصلي وتباينها من حيث المعلومات والبيانات المطلوبة ، فقد حرصنا على أن تكون جميع البيانات المحتملة متضمنة داخل العينة ، حرصاً على تمثيلها السليم لجميع مفردات المجتمع الأصلي وانطلاقاً من افتراض أنني أتعامل مع جمهور خاص متعلم ويملك معلومات عن الصحافة الإلكترونية بحكم الاختصاص يسهل التعامل معه.

وبذلك فإن أنسب عينة لهذه الدراسة هي العينة غير الاحتمالية (القصدية، العمدية) حيث يختار الباحث المفردات بما يخدم أهداف البحث ويتوافق مع متطلباته المنهجية.<sup>1</sup>

ففي هذه الدراسة تم اختيار فئة الطلبة مستخدمي الصحافة الإلكترونية بشكل عمدي لمعرفة اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية، وتم اختيار مفردات العينة من بين الطلبة الذين يدرسون تخصص الإعلام والاتصال، نظراً لعدم توفر قائمة كاملة بمجتمع البحث بمعنى مجموع الطلبة الذين يطالعون الصحف الإلكترونية وبالتالي غياب معالم مجتمع البحث من حيث العدد الإجمالي والخصائص الديمغرافية.

ولعل هذا هو سبب اختيارنا العمدية للعينة القصدية، حتى وإن توفر العدد الإجمالي للطلبة، فهو لا يخدم الدراسة فليس كل الطلبة يطالعون الصحافة الإلكترونية وبذلك تم استخدام عينة من جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين يقبلون على الصحف الإلكترونية فقط حيث تم تقديرهم بـ 70 طالب وتم اعتماد كرة الثلج كتقنية لجمع مفردات العينة.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004، ص141 .

## 9. مفاهيم الدراسة

عرفت المفاهيم عدة محاولات لتعريفها، فيعرفها معين خليل عمر بأنها: الصورة الذهنية الإدراكية المتشكلة بواسطة الملاحظة المباشرة لأكثر من مؤشر واحد من واقع ميدان البحث<sup>1</sup>، و بما أن دراستنا متعلقة باتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية ، فنحن بصدد تحديد المفاهيم التالية:

1 - **الجمهور : اصطلاحيا :** يشير مصطلح الجمهور في بحوث الإعلام و الاتصال «أفراد و جماعات غير معروفين بالنسبة لوسائل الإعلام التي تتوجه إليهم برسائلها» و يشير المعنى الأصلي للمصطلح إلى اقتصره على مجموعة من ، المستمعين الذين يشملهم الأداء المسرحي و لكنهم جمهور عام<sup>2</sup>.

**إجرائيا:** نقصد بالجمهور في هذه الدراسة مجموع الطلبة الجامعيين ، و الذين ستؤخذ منهم عينة تمثل طلاب و طالبات الجامعة الجزائرية و بالتحديد طلبة الإعلام و الاتصال على اختلاف مستوياتهم و تخصصاتهم – لأسباب محددة سنأتي على ذكرها في العينة – و الذين يستخدمون الانترنت و يستفيدون من مختلف الخدمات التي توفرها لهم خاصة في مجال الإعلام و متابعة الأخبار ، أي يطلعون على ما ينشر في الصحف الإلكترونية و يشاركون و يتفاعلون مع ما يكتب فيها . و هو جمهور خاص يتعلق بشريحة محددة.

2 - **انترنت: اصطلاحيا :** نجد الدكتور احمد الكسبي يعرف شبكة الانترنت على أنها «مجموعة من الشبكات المعلوماتية التي تعتبر من أهم و أكبر شبكات المعلومات في العالم، فهي مجموعة شبكات متصلة بعضها البعض، و تسمح بتبادل المعلومات في العالم بكل حرية

<sup>1</sup> فضيل دليو و آخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية - قسنطينة ، الجزائر ، 1999 ، ص223 .  
<sup>2</sup> طارق سيد أحمد الخلفي ، معجم مصطلحات الإعلام . دار المعرفة الجامعية، ط1 ، الإسكندرية ، 2008 ، ص44 .

بين ش بكات المؤسسات الكبرى و حتى أصغر الشبكات الخاصة و الشخصية»<sup>1</sup>، توفر هذه الشبكة خدمات متعددة تضم أصنافا عديدة من المستخدمين و الأغراض المتنوعة في مجال الأبحاث وأحداث الساعة ، و الاقتصاد و التربية و التعليم و الصحة ، و النقل و غيرها من هذه الخدمات مفتوحة للجميع و يكفي أن يكون هناك جهاز حاسوب صغير و محول (مودم) و هاتف و اشتراك عند المزود (provider) حتى يصبح الارتباط بشبكة الانترنت ممكنا .

**إجرائيا :** وسيلة إعلامية معلوماتية حديثة واسعة الانتشار فرضت نفسها في جميع الميادين لاسيما في الميدان الإعلامي ، حققت عامل السرعة و التفاعلية اختصرت على الصحفي الجهد و الوقت ، قدمت العديد من الخدمات منها التزويد بالأخبار الجديدة من خلال الإعلام الإلكتروني و بالطبع عن طريق الصحف الإلكترونية.

**3- الصحافة الإلكترونية : اصطلاحيا :** هي تلك التي تجمع بين مفهومي الصحافة و نظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة في المنشور الإلكتروني دوري كان أو غير دوري.

الصحف الإلكترونية هي التي تنشر الأخبار حسب وقت وقوعها والتي لا تتقيد بزمان معين لصدورها بالرغم من وجودها المستمر على الانترنت وتغييرها وتحديثها بصفة غير منتظمة، و يتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر المرتبط بشبكة الانترنت و تكون هذه الصحف الإلكترونية في الغالب مرتبطة بالصحف المطبوعة أي تكون نسخة لما يصدر في المطبوعة أو تكون منشور إلكتروني بحت، و في دراستنا هذه نقصد الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية المنشورة عبر الانترنت ذات النسخ الورقية.

**إجرائيا:** هي ذلك المطبوع الإلكتروني الذي يقبل عليه طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر3 والذي ينشر على شبكة الانترنت من خلال مواقع خاصة بكل جريدة إلكترونية، وفي الغالب يكون لكل صحيفة إلكترونية نسخة مطبوعة وقد تكون أكثر تفصيلاً للأحداث

<sup>1</sup> سعادة جودت أحمد، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب و الانترنت في ميادين التربية و التعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان،

اليومية، كما تفتح العديد من الروابط للتواصل مع قرائها لتقديم آرائهم وانتقاداتهم وتحليلاتهم.... الخ

وسنركز في دراستنا على الصحف الالكترونية الجزائرية والعربية والاجنبية ومدى استخدامها من طرف طلبة علوم الاعلام والاتصال في الجزائر.

#### **4- الطلبة الجامعين (LES étudiants) : اصطلاحيا: فئة اجتماعية من فئات المجتمع،**

هي جزء من فئة الشباب لا تزال خارجة عن دائرة العمل، هي في حالة تكوين ثقافي جامعي موجه أساسا لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية.<sup>1</sup>

**إجرائيا:** هي تلك الشريحة من الشباب الذين تمكنوا من تخطي المستوى الثانوي للوصول إلى الجامعة مكملين مشوارهم الدراسي بكلية علوم الاعلام والاتصال بجامعة ال جزائر3 والدين يدرسون في جميع الأطوار لما قبل التدرج وبعد التدرج لمختلف التخصصات.

---

<sup>1</sup> André Koun et Pierre Ansart, Dictionnaire de sociologie. Le Roberte Seuil, p 205.



## 10. الدراسات السابقة

### الدراسة الاولى:

دراسة بعنوان مقروئية الصحيفة الالكترونية في الجزائر، وهي أطروحة لنيل شهادة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال لجامعة الجزائر 3 في 2011/2012، ولقد انطلقت الباحثة لطرمة فاطمة الزهراء من تحديد ماهية الصحافة الالكترونية وصولاً إلى النشر الالكتروني وبواعت إصدار الصحف وأخيراً ظهور ونشأت الصحافة الالكترونية، بحيث تطرقت إلى مدى اهتمامات وتعلق الطلبة باستخدام الجريدة الالكترونية.<sup>1</sup> وقد تضمنت الدراسة مجموعة من التساؤلات، هذه الأخيرة قسمت إلى قسمين، نظرية وتطبيقية وكانت كالتالي:

### الأسئلة التطبيقية:

- ماهية علاقة الطلبة الجامعيين بشبكة الانترنت؟
- ما مدى مقروئية الصحافة الالكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين؟
- إلى أي مدى يهتم الطلبة الجامعيين بالصحافة الالكترونية؟

### الأسئلة النظرية:

- ماهي الصحافة الالكترونية؟
  - ما هو النشر الالكتروني وفيما تتمثل بواعت إصدار الصحف؟
  - ما هو واقع الصحافة الالكترونية في الجزائر؟
- وقد اختارت الباحثة عينة قصدية لطلبة كلية علوم الاعلام والاتصال، ماستر 2 صحافة مكتوبة وماستر 2 تخصص سمعي بصري، حيث تتكون العينة من 51 طالباً، واعتمدت على أداة الاستبيان باستخدام اسئلة مفتوحة فتوصلت فالنهاية إلى عدة نتائج أهمها:
- أن إستخدام الصحافة الالكترونية يكون في الفترة المسائية لدافع البحث عن معلومات ومعرفة الأخبار بإضافة إلى التفاعل.
  - إن مصداقية الصحافة المطبوعة أكثر من نضيرتها الالكترونية ويعتبر المجال السياسي أكثر تصفحاً في الصحافة الالكترونية.
  - يكفي الطلبة بقراءة الصحافة الالكترونية دون التعليق على محتوياتها فهذا ما يدل على استمرارية اهتمامهم بالصحافة التقليدية المطبوعة.

<sup>1</sup> لطرمة فاطمة الزهراء، مقروئية الصحافة الالكترونية في الجزائر (دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة الجزائر 3 قسم علوم الاعلام والاتصال) (فيفري 2012 إلى ماي 2012).

## الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراء وهي أطروحة لنيل شهادة الماجستير في قسم علوم الاعلام والاتصال 2010 - 2011، وقد انطلقت صاحبة البحث إلهام بوثلجي من مدخل لدراسة الصحافة الالكترونية إلى دراسة جمهور وسائل الاعلام، وصولاً إلى مجال دراسة الاتجاهات.<sup>1</sup>

### **وقد كانت التساؤلات كالتالي:**

- ماهية الخصائص العامة لقراء الشروق أون لاين؟
- كيف ينظر الجمهور للصحيفة الالكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هي عادات استعمال قراء الشروق لخدماتها؟
- ماهي علاقة اتجاهات القراء للشروق أون لاين بالمتغيرات الديمغرافية؟

حيث تعرضت صاحبة هذه الدراسة إلى العينة العشوائية الغير الاحتمالية، استخدمت الاستمارة الالكترونية وزعتها على جمهور الشروق أون لاين وتم حصره في التواريخ التالية: من 17 أفريل 2011 إلى غاية 1 مي 2011 حيث أجاب على الاستمارة 1588 فرداً.

### **فكانت نتائج الدراسة كالتالي:**

- جمهور الشروق أون لاين شبابي وذكور جامعي بنسبة كبيرة والأُن التفاعلات تكون حسب المواضيع المطروحة.
- إتجاهات القراء متباينة في الشروق أون لاين، وهي تزداد وتنقص حسب سماتهم الديمغرافية، وحسب تصوراتهم.

<sup>1</sup>إلهام بوثلجي، الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراء (دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010-2011 .

## أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية هي:

نبدأ أولاً بأوجه الشبه التي تمثلت خاصة في الوسيلة المدروسة وأين تنشر هذه الأخيرة، مشيرين بهذا إلى الصحف الالكترونية وهي التي تنشر بطبيعة الحال على الشبكة العنكبوتية. حيث كانت الدراسة الاولى بعنوان مقروئية الصحافة الالكترونية في الجزائر للباحثة لطم فاطمة الزهراء تدرس تقريباً نفس موضوع بحثنا الذي تناولنا فيه مدى مقروئية الطلبة للصحافة الالكترونية، ولكن اختلفت في بعض النقاط التي سنتطرق إليها من بعد.

أما الدراسة الثانية وبمعنوان الصحافة الجزائرية وإتجاهات القراء للباحثة إلهام بوثلجي، فتناولت هي الاخرى تقريباً نفس الموضوع الذي يدور حول إقبال الطلبة الجامعيين على الصحف الالكترونية.

لنتطرق بعد ذلك إلى أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية حيث لاحظنا أن: الباحثة في الدراسة الاولى ركزت على مدى اهتمامات وتعلق الطلبة باستخدام الجريدة الالكترونية وهذا ما يخالف هدفنا من البحث الحالي.

أما أوجه الاختلاف مع الدراسة الثانية للباحثة إلهام بوثلجي فكانت واضحة من عنوان المذكرة على عكس ما قد لاحظناه في الدراسة الاولى حيث أنها اهتمت بشكل كبير إلى إتجاهات القراء وخصائصهم العامة، وهذا ما لم يظهر بصفة كلية في بحثنا المقدم.

الفترة الزمنية للدراسة وكذا المجال البشري للدراسة و المتعلق بطلبة الماستر تحديدا إلى جانب أن الدراسة الحالية وظفت مؤشرات لقياس نسبة المقروئية.

## حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

ما من شك أن في الدراسات السابقة اسهامات علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري وكذا الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا على بناء موضوع بحثنا.

فكانت استفادتنا م هاتين الدراستين كبيرة حيث تمثلت استفادتنا من الجانب المنهجي في الأخذ بعين الاعتبار المناهج العلمية لدراسة ظاهرة مقروئية الصحافة الإلكترونية والأدوات المناسبة التي تساعدنا في جمع البيانات بفعل تقارب هذه الدراسات عن موضوعنا.

أما الجانب النظري فأخذنا عنه بعض العناصر والمفاهيم التي اقتصادها البعد المعرفي لدراستنا مثل نشأة الصحافة الالكترونية ومفهومها بصفة عامة.

# الفصل الاول : الصحافة

الالكترونية

## تمهيد:

نشأت الصحافة الإلكترونية في منتصف التسعينيات من القرن الماضي، وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجية المعلومات والاتصال وارتبطت بعدة تسميات تطلق على هذا النوع من الصحافة. فتارة تسمى الصحافة الرقمية وتارة صحافة الإنترنت. وتارة تسمى الصحافة الكمبيوترية وتارة تسمى بالصحافة على الخط. وهناك من يسميها "بالصحافة المستعينة بالحاسب (computer assisted journalism)، ولذلك يلاحظ وجود خلط كبير بين هذه المصطلحات رغم وجود فروقات وتباينات بين هذه المصطلحات، وهو ما يجعل من الضروري تحديد مفاهيم هذه المصطلحات وتقديم تعريف دقيق للصحافة الإلكترونية.<sup>1</sup> وفيما سيأتي سنحاول استعراض مجموعه من التعاريف الأكاديمية التي حاولت ضبط مفهوم الصحافة الإلكترونية.

<sup>1</sup> الدكتور ابراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ص 53.

## المبحث الأول: مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها

### مفهوم الصحافة الإلكترونية:

احتلت الصحافة المطبوعة مكانه مهمه في عمليه الاتصال طوال القرون الثلاثة الماضية، وكانت وسيله مهمه لتدفق المعلومات الى الجماهير، كما أنها قامت بدور مهم في حياة كل المجتمعات (ففي دول الشمال الغنية كانت محور الاهتمام في المجتمع نتيجة الدور الذي لعبته في تطور هذه المجتمعات: وصياغة منظومة البادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد تم النظر إليها على أنها تقوم بدور مهم في العملية الديمقراطية، ذلك لأنها تعطي الأفراد المعرفة اللازمة لقيامهم بدورهم في المشاركة السياسية، أما في دول الجنوب فقد أسهمت الصحافة المطبوعة في الكفاح الوطني ضد الاستعمار، وكانت من أهم الأدوات التي استخدمتها حركات التحرر الوطني.<sup>1</sup>

ومع تطور الاحداث برز على الساحة الإعلامية منافسون للصحافة في شكلها المطبوع وبدأت الصحافة تبحث عن سبل جديدة لمواجهه هذه المنافسة و مع ظهور الانترنت بدأت الصحف تحول بالخطوات متفاوتة السرعة نحو الاصدار الالكتروني. ويعد التحول الالكتروني في الاصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى أخرى، فإن الصحيفة شهدت هذه الوضعية بالضبط، حيث بدأت تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يمكن استقباله على الشاشة، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الاعلام إلى وسائل إلكترونية (الاذاعة والتلفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد ومجالات) فإن الصورة الحاضرة الآن تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث تصبح جميعاً وسائل إلكترونية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> د. سليمان صالح، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 13 (أكتوبر - ديسمبر 2001).

<sup>2</sup> د. محمد خليل، الصحافة الالكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة (العربي للنشر والتوزيع 1997)، ص 22.

وقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية فيما يلي:

### الصحافة الإلكترونية:

- هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشة الحاسبات الإلكترونية التي تغطي صفحات الجريدة، تشمل النص والصور والرسوم والصوت والصور المتحركة.<sup>1</sup>

- وهناك ما يرى أن الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من الشبكات المعلوماتية، سواء كانت نسخة أو إصدار إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلاً دقيقاً للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانية جهة الصدور.<sup>2</sup>

كما تعرف الصحافة الإلكترونية حسب الوسيلة المعتمدة على أنها الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على الأحداث الجارية ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الانترنت.<sup>3</sup>

- وفي نفس السياق تعرف الصحافة الإلكترونية تبعاً للدعامة التي تحملها بأنها الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها، وطبع ما يرغب في طباعته.<sup>4</sup>

- وفي تعريف آخر يجمع بين الصحافة على الخط online والصحافة ذات الطبعة الإلكترونية يقول أن الصحافة الإلكترونية هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة، والتي تتم من خلالها تخزين

<sup>1</sup> د. محمود علم الدين، شبكة الانترنت ومستقبل صناعة الصحافة، جريدة الأهرام المصرية، العدد تاريخ 22 نوفمبر 1998.

<sup>2</sup> د. سعيد الغريب، الصحافة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (أكتوبر - ديسمبر 2001)، ص 213.

<sup>3</sup> د. جواد راغب الدلو، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة، دراسة ميدانية، بحث منشور بكلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، العدد 20، القاهرة 2002، ص 285.

<sup>4</sup> حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام ... الصحافة الإلكترونية، (العين، مكتبة الفلاح للنشر وتوزيع 2003)، ص 90.

المعلومات إلكترونياً وإدارتها واستدعائها، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقياً أو تم ادخلها مباشرةً بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي.<sup>1</sup>

وباستعراض هذه التعاريف لتحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية نلاحظ ما يلي:

- 1- أنها لا تأخذ الشكل الورقي المطبوع وحتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية.
- 2- أن مستخدم الصحافة الإلكترونية يقوم باستدعائها من شبكة المعلومات.
- 3- أنها لا بد أن تأخذ طبعاً دورياً (يعني أنها تغير المحتوى كل فترة زمنية معينة) حتى تنطبق عليها صفة الصحافة.
- 4- أن المادة المكونة للصحافة الإلكترونية ليست نصوصاً فقط، بل يمكن أن تضم بجانب النصوص الصوت والصورة المتحركة (مقاطع الفيديو) والرسوم حسب تطور موقع الصحيفة وإمكانياته التقنية.
- 5- أن هناك بعض الباحثين من عد التلفزيون التفاعلي نوعاً من الصحافة الإلكترونية ، والواقع أن هذه المقولة تحتاج إلى المزيد من البحث، وهل يمكن إعتبار القنوات الاخبارية الجزائرية أنها تكست نوعاً من الصحافة الإلكترونية ؟

<sup>1</sup> د. محمد عبد الحكيم محمد، التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة، دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا، (القاهرة، أكاديمية الأخبار اليوم، إبريل 2003)، ص 4.



### خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، وقد أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً فعالاً، ما ساعد الأفراد والمؤسسات على إرسال وإستقبال المعلومات عبر أي مسافة وفي أي وقت ومكان.

هذه الخصائص هي بمثابة المعالم المميزة للنشر على الشبكة ولذلك فإن نجاح إصدارات الصحيفة على الشبكة يقتضي فه هذه الخصائص والتي تتمثل في:

### إستخدام الوسائط المتعددة (MULTIMEDIA):

الوسائط المتعددة تعني بالناحية الشكلية، وتعني التكامل بين أكثر من وسيلة، كاستخدام نص مكتوب مع الصوت والصورة الثابتة أو المتحركة في توصيل الأفكار، أو التعليم أو الدعاية التجارية أو التسلية، وهي تستفيد في ذلك من مقولة أن الشيء الذي تستطيع الكلمات أن تؤديه وحدها يكون أكثر فعالية إذا أدته الكلمات مصحوبة بالصوت والصورة.<sup>1</sup>

- حيث ترى "مها عبد المجيد" أن الأنترنت وسيلة إتصال لم تسبقها أي وسيلة أخرى في التنوع الثري والأليات التي توفرها لمستخدميها في التفاعل مع المعلومات المختلفة، حيث يتيح النشر الفوري إستخدام الوسائط المتعددة والمتمثلة في دمج الصور والرسوم المتحركة والصوت والأفلام والتفاعل التبادلي مع المستقبل.<sup>2</sup>

### استخدام خاصية النص الفائق:

فالصحف الإلكترونية تتيح لمستخدميها وصلات وروابط مع نصوص ومواد إعلامية أخرى، قد تكون نصاً أو رسماً أو خريطة، أو مادة مسموعة ومرئية، فالقارئ يتبع الخبر كما يسترجع المعلومات أكثر من مرة، من خلال الروابط الفائقة وفقاً لم يتفق مع رغباته. وهو ما يؤدي في النهاية إلى زيادة ثراء الوسيلة وقدرتها على تقديم خدمات إضافية متميزة لمستخدميها، يصعب أن تقدمها الصحف التقليدية المطبوعة.

<sup>1</sup> حسنين شفيق، التصحيح الجرافيكي في الوسائط المتعددة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 19.

<sup>2</sup> مها عبد الماجد صالح، إستخدام الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على الأنترنت، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة كلية الاعلام، 2004، ص 170.

### التزامية المرنة:

وتشير إلى أن الاتصال عبر الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة بدرجة تفوق حداثة وسائل الإعلام الأخرى، وتجمع الانترنت في بعد خدماتها بين التزامن في النقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تحديد النصوص في أي وقت ما يجعل الصحافة الالكترونية تنافس وسائل الإعلام الأخرى، بل أن الصحف الالكترونية باتت تسبق القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، بينما تنشر الصحف الالكترونية في أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.<sup>1</sup>

### الانتقائية:

تسمح الصحيفة الالكترونية للمتصفحين بالانتقاء ما يريدون، الأمر الذي يضعف من تأثيراتهم الشخصية، أي أن المستخدمين هم الذين يقومون بأنفسهم بإختيار نوعية الموضوعات والمضامين التي يتعرضون لها على الشبكة.

### التفاعلية INTERACTIVITY:

ولعل هذه الميزة من أهم مزايا الصحف الالكترونية لأنها قريبة من الاتصال الشخصي، وتجعلها تتميز عن باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، كالتلفزيون الذي يعتمد على الاستجابة الضعيفة أو غير المباشرة بين المرسل والمتلقي، إذ يتمكن المتفاعلون عبر الصحيفة الالكترونية من خلال الوسائط التي يستخدمونها فأصبحت عملية رجع الصدى سريعة وممكنة، فالقارئ يبدي رأيه حول الموضوع المنشور ويكتب تعليقاً، وبذلك يصبح رأيه متاحاً أمام مستخدمين آخرين يمكنهم الاطلاع عليه.

-إن وسائل الاعلام التقليدية ومن بينها الصحف لا تتيح فرصة كبيرة للجمهور التقليدي بالمشاركة في إنتاج المضمون وتبادل الرسائل الاعلامية، كما أن النقاش في هذه الوسائل الاعلامية يكون مقصوراً على الصفوة السياسية والثقافية، في حين أن الصحف الالكترونية

<sup>1</sup> حسني نصر، الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط 1، 2003، ص 53 .

الفورية تتيح للمستخدمين مزيداً من التفاعلية ومزيداً من الخيارات الإتصالية، كما تتيح مزيداً من التحكم في المعلومات والترفيه، وتساعد على ربط القراء ببعضهم من خلال لوحة النشر الإلكتروني أو ربطهم بالمحررين من خلال البريد الإلكتروني والأدوات التفاعلية الأخرى التي تتيحها هذه الصحف.<sup>1</sup>

ويمكن التمييز بين أربع مستويات متنوعة يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الإلكترونية<sup>2</sup> وهي:

- التفاعل بين المستخدم والمحرر، والمثال على ذلك خدمة البريد الإلكتروني.
- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين، ومثال ذلك استخدام جمعت المناقشة والمنتديات والتعليق الإلكتروني.
- أن يصبح المستخدم نفسه مصدراً للمواد الصحفية، وذلك حين تتاح له إمكانية النشر أو إمكانية التعليق على المادة المنشورة، وينشر رأيه أو أيّاً كانت المادة التي يريد عرضها على الآخرين.
- التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في أشكال ومحاور المعلومات التي يتعرض لها.

### تخطي الحدود الجغرافية:

تسمح الصحف الإلكترونية للأفراد بالقفز فوق الحدود الجغرافية التي تفصل بينهم، وتنتشر القارات والدول بدون موانع ورسوم، وبذلك أصبح بإمكان صحف ورقية مغمورة منافسة صحف عالمية كبيرة من خلال نسخها الإلكترونية إذ تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومضامين جيدة وخدمات متميزة، وتعد سمات النطاق العالمي الواسع في النشر الإلكتروني الفوري من أكثر الجوانب التي تميز النشر الفوري وتعمل بشكل تلقائي، لأنها ترتبط بطبيعة

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسة في التفاعل وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، الصحة، 2005، ص 41.

<sup>2</sup> حسني نصر، مرجع سبق ذكره، ص 93.

الوسيلة نفسها ولا تخضع للصحفي أو اليات العمل الصحفي، وانما هي عنصر أساسي يرتبط بشبكة الانترنت نفسها.<sup>1</sup>

### خدمات الأرشفة:

توفر الصحيفة الالكترونية فرصة للقارئ بأن يبحث عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة فائقة أو الرجوع لأي عدد في أي سنة، ولذلك فالأرشفة الالكترونية بمثابة البناء أو كيان معلوماتي هم وحيوي، يساعد في إنتاج محتوى أي إصدار فوري.

### المباشرة أو الفورية:

ويقصد بذلك تقديم الصحف الالكترونية لخدمات إخبارية انية تستهدف إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات، وهناك من يطلق على الصحيفة الالكترونية "الصحيفة الفورية" إشارات لإمكانيات نشر الأخبار والأحداث المختلفة فور وقوعها وهو ما يميزها عن الصحف التقليدية، فلم تعد الممارسة الصحفية في البيئة الاعلامية الفورية مقيدة بوقت الإعداد أو الطبع أو التوزيع.

### التحديث المستمر للمضمون:

حيث ينطوي عمل الصحف الالكترونية على تحديث خدماتها الاخبارية بشكل مستمر طوال اليوم وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة بالانترنت التي تعيد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الالكترونية، لنشر المعلومات واستكمالها وتصميمها وتحديثها بشكل دائم.<sup>2</sup>

### قلت التكلفة:

حيث يتطلب البحث الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت إمكانية مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية.

<sup>1</sup> مها عبد الماجد صالح، مرجع سبق ذكره، ص 169.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الالكترونية (رؤية مستقبلية)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2008، ص 133.

فالمصحف الإلكتروني لا تحتاج إلى الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال.

وهذه أهم المميزات التي جعلت الصحافة الإلكترونية كدهر تفرض نفسها على الواقع الاعلامي.

## المبحث الثاني: أنواع الصحافة الإلكترونية

يلحد المتصفح لشبكة الانترنت إهتماماً متزايداً في بناء المواقع الالكترونية المتنوعة والمختلفة نضراً للطبع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الانترنت التي اتاحت مجالاً وسعاً أمام العديد من الجهات الاعلامية لكي تمارس بنفسها النشاط الصحفي بشكل أو بآخر، ما يسمح لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة للأحزاب السياسية ومنظمات محلية ودولية وحركات سياسية وعسكرية، بل وحكومة ودول، إضافة إلى آلاف المواقع لمؤسسات إعلامية مختلفة الاهتمامات سواء كانت صحفاً أو اذاعات أو محطات تلفزيونية، وجميعها تقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع حيث تشمل على : الخبر، الرأي، التقارير المصورة والمكتوبة، تحليلات، لقطات الفيديو، التسجيلات الحية، وساحة للنقاش والحوار، ما يجعلنا أمام مظهر مستقل قائم بذاته من مظاهر الصحافة الالكترونية، تمتزج فيه السياسة والعلوم والاقتصاد بالصحافة، وتتلاشى فيه الحدود بين مصدر المعلومات والجهة القائمة على بثها ونقلها.<sup>1</sup>

ومن هنا نجد أن الصحافة الالكترونية تنقسم إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

### الصحافة الالكترونية الموازية:

هذا النوع من الصحافة يطلق عليه الصحافة على الخط أو الصحافة المكملة للصحيفة المطبوعة، وهي عبارة عن وضع مضمون الصحيفة المطبوعة على شبكة الانترنت، أو على أي حامل آخر وذلك باحترام نفس الشروط والمبادئ التي تقوم عليها الصحيفة المطبوعة (الخط الافتتاحي، الصدور المنتظم للصحيفة ....) والمحافظة على نفس المضمون.

<sup>1</sup> ماجد سالم تريبان، مرجع سبق ذكره، ص 117.

وبذلك تتغير عدة مفاهيم فنجد "النشر" بدلاً من "التوزيع" كما أن طبيعة العلاقة بين القارئ والصحيفة تصبح علاقة تفاعلية، بفضل الروابط المختلفة التي تقدمها الصحافة الإلكترونية بواسطة التكنولوجيا الحديثة أو الروابط التي تخلق حيوية دائمة بين القارئ وصحيفته المفضلة.

- يتم تقليب صفحات الصحيفة الإلكترونية عوضاً عن أصابع اليد المستعان بها في تقلب صفحات الصحيفة الورقية بواسطة ايقونات متواجدة على اليمين أو اليسار من كل صفحة، لا يعمل بها صحفيون انما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة إلى الموقع الإلكتروني.

- كما يمكن أن تكون الصحيفة الإلكترونية الموازية عبارة عن نسخة إلكترونية موازية لقناة إذاعية أو تلفزيونية أو وكالة أنباء، وهناك من يسميها المواقع الاعلامية التكميلية أي أنها مكمل ومدمعة لنسخة ورقية أو إذاعية أو قناة تلفزيونية، وهي تقوم في الغالب بالترويج لهذه الوسائل الاعلامية خاصةً تلك التي تعد نسخة طبق الأصل، أي لا يتم تغير محتواها ومضمونها، لكنها في بعض الأحيان تختلف عنها في بعض المضامين إما بالزيادة أو بالنقصان مثلما يتعلق الأمر بالإعلانات وبعض المقالات.

- فاليوم نجد أن كل الصحف الورقية المطبوعة والفضائيات والقنوات الإذاعية ووكالات الأنباء لها مواقع إلكترونية إعلامية على الشبكة العنكبوتية على شكل صحف إلكترونية ومنها أيضاً من تملك أكثر من موقع، كالمواقع التجارية والاعلانية التي تهدف من خلالها إلى تنويع مصادر دخلها.

### الصحافة الإلكترونية المستقلة:

وهي عبارة عن صحيفة إلكترونية بصفة كلية، وليس لها نسخة ورقية موازية ولا قناة تلفزيونية ولا إذاعية أو وكالة أنباء ترتبط بها وبتحريرها وإخراجها وتوزيعها ونشرها، ولذلك فهي صحافة إلكترونية خالصة تنشر على شبكة الانترنت فقط، وبذلك فهي مستقلة بكل أجهزتها وإدارتها، وكل مراحل عملية إنتاجها وإخراجها تتم إلكترونياً، وهذا النوع يطلق عليه

تسمية الصحافة الإلكترونية الحقيقية، لأنها تستغني كلياً عن عمليات الطبع أو النشر أو التوزيع، وتستبدل كل ذلك بالنشر الإلكتروني.<sup>1</sup>

- فالصحافة الإلكترونية المستقلة أو الكاملة هي صحافة قائمة بذاتها، وإن كانت تحميل اسم الصحيفة الورقية، فهي تتميز عنها فيما يلي:

تقديم نفس الخدمات الاعلامية الصحفية التي تقدمها الصحف الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور.

تقديم خدمات إعلامية إضافية لا تستطيع الصحف الورقية تقديمها، وهو ما تتيحه الطبيعة الخاصة بالإنترنت وتكنولوجيا النص الفائق (HYPERTEXTE)، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الربط الفوري والوصول إلى الأرشفة.<sup>2</sup>

تقديم خدمات الوسائط المتعددة (MULTIMEDIA) النصية والصوتية والمصورة.<sup>3</sup>

### صحافة المواطن:

وهي عبارة عن شكل جديد من الصحافة الإلكترونية، الذي ظهر بفعل التطور الذي شهدته تكنولوجيا الاتصال (كاميرات رقمية - أجهزة محمولة مجهزة بكاميرات ...) والتي اتاحت لجمهور مستعملي وسائل الاعلام إمكانية المشاركة في محتوياتها، ولاسيما في شبكة الانترنت، التي تمكن الأفراد العاديين من خلال عدة تقنيات بكتابة مقالات والتعبير عن آرائهم بكل حرية، مثل منتديات المحادثة الإلكترونية، المدونات الإلكترونية (BLOGGS)، بحيث يمكن لأي شخص أن يصمم موقعاً شخصياً أو مدونة إلكترونية خاصة به، بالإضافة إلى مواقع الأفلام والفيديو.

<sup>1</sup> يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 2006، ص 91 .

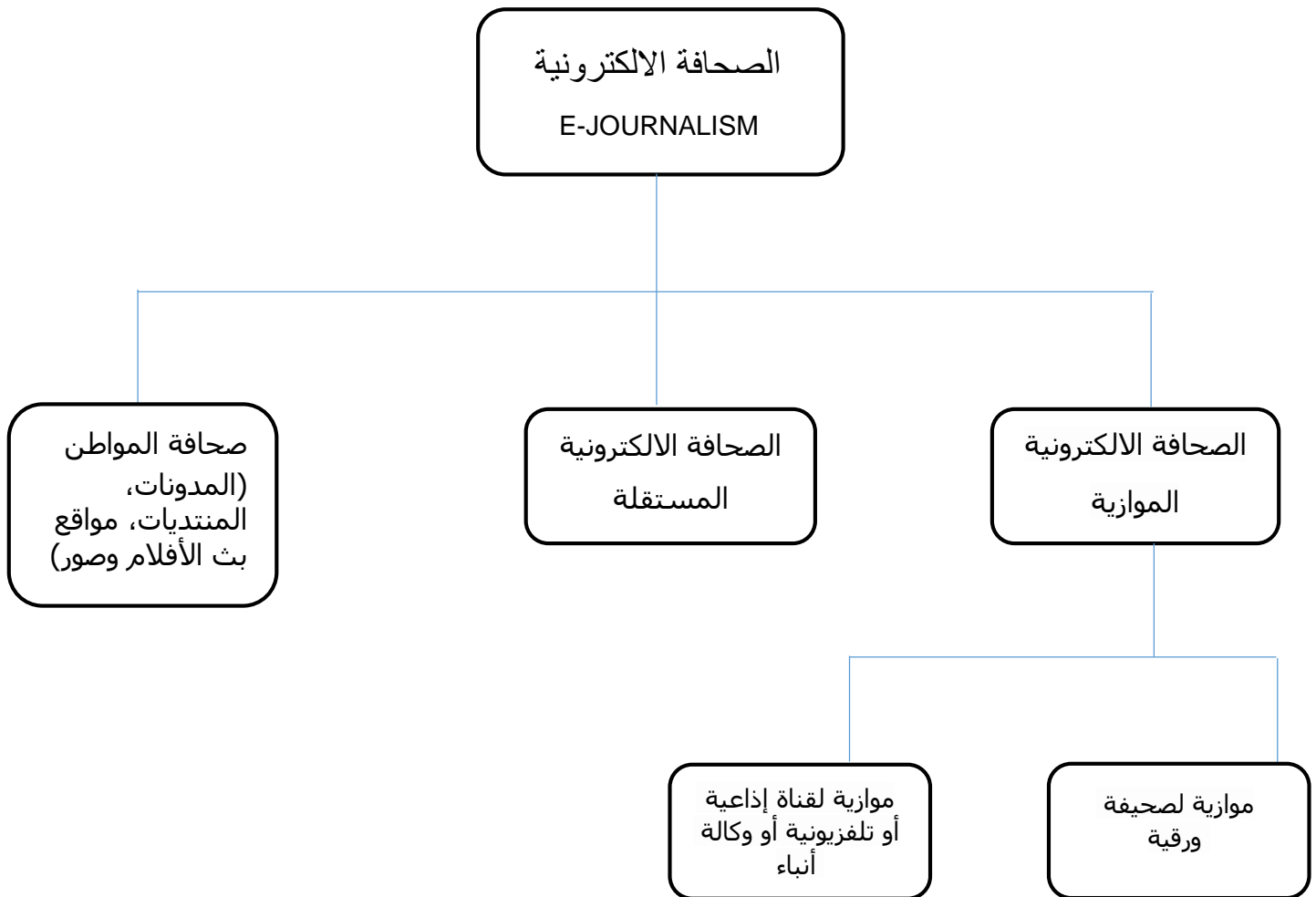
<sup>2</sup> حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت: (دراسة في التواصل الاجتماعي)، مجدلاوي للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 2005، ص 216 .

<sup>3</sup> حسني نصر، مرجع سبق ذكره، ص 101.



- وعليه فصحافة المواطن هو مصطلح يشير إلى ذلك النشاط الذي يقوم من خلاله المواطن أو الجمهور العادي غير المحترف في ميدان الاعلام بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات متعددة تختلف عن طرق الصحافة التقليدية.<sup>1</sup>

وبناء على كل ما سبق يمكن لنا أن نحدد الأنواع المختلفة للصحافة الإلكترونية من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (1) : مخطط لأنواع الصحافة الإلكترونية للدكتور ابراهيم بعزیز من كتابه (الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الاعلامية الحديثة ص 58).

<sup>1</sup> الدكتور ابراهيم بعزیز، مرجع سبق ذكره، ص 56.

## المبحث الثالث: جمهور الصحافة الإلكترونية وخصائصه

لقد أحدثت شبكة الانترنت تغييرات هامة على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أصبح بالإمكان الاطلاع على المعلومات في أي مكان وأي وقت، ولعل أبرز التغييرات تلك التي أحدثتها الانترنت في الصحافة المكتوبة التي استعانت بتقنيات النشر الإلكتروني لتنتج صحافة الكترونية استطاعت الاستفادة من خصائص الشبكة العنكبوتية من خلال المحتوى الرقمي والوسائط المتعددة (صوت، صورة، نص).

ما انعكس إيجاباً على جمهور هذه الوسيلة الذي استفاد من عدة مزايا لم يكن ليحدها في وسائل الإعلام التقليدية، خاصة عنصر التفاعلية الذي أتاح لمتصفح المواقع الإلكترونية الفرصة للتعبير عن آرائهم واختيار ما بدى لهم من خدمات.

ومن هنا كان التساؤل حول التحديات التي يطرحها حالياً قياس جمهور وسائل الإعلام في ظل الوسائل التكنولوجية الرقمية؟<sup>1</sup>

في هذا السياق ترى الباحثة جاكلين اجلييتا " Jacqueline AGLIETTA " أن سلوكيات جمهور وسائل الإعلام تغيرت نتيجة لتطور العرض المقدم على مستوى وسائل الإعلام، ومع أن ذلك تم بشكل بطيء إلا أن الحقيقة تكشف بأنه تم خلق نوع آخر من الجمهور الذي لفت انتباه الباحثين في مجال الإعلام والاتصال فكان من الضروري دراسته والبحث عن خصائصه ومميزاته وسلوكياته الجديدة وكيفية تفاعله مع الرسائل الإعلامية خاصة أن دراسات الجمهور لا تزال تحتل مكانة هامة في اقتصاديات وسائل الإعلام (الإشهار).

وبالموازاة مع ارتفاع عدد المواقع على شبكة الانترنت مع نهاية 1997 في فرنسا، سارعت المؤسسات التي تعنى بقياس جمهور وسائل الإعلام ومن بينها مركز البحوث Médiamétrie إلى إنشاء أول خدمة قياس جمهور مواقع الواب، هذه الأخيرة بإمكانها رصد عدد زوار أي موقع مدروس، وعدد الصفحات الأكثر زيارة بالنسبة لأي موقع، وعدد

<sup>1</sup> Jacqueline AGLIETTA, " Mesure de l'audience des Médias et de L'internet", Médias, e- Médias (Paris: la Documentation française, 2001), p 82.

الصفحات التي تحمل الإشهار، وهذه الخدمة توسعت في سنة 1999، وحملت تسمية.

## Cybermétrie

مع التطور الذي تشهده مواقع الصحف، أصبح من اللازم البحث عن خصائص الجمهور الإلكتروني من قبل العاملين في قطاع الإعلام (الصحفيين)، حيث لم يعد بمقدور برامج قياس عدد الزائرين لمواقع الانترنت، أن تلم بكل خصائص هذا الجمهور إلا من الناحية العددية والتقنية، حيث أن الصحفي في الصحافة الإلكترونية أصبح مطالبا بمعرفة خصائص القراء الذي يكتب لهم بغض النظر عن عددهم، وهذا هو التحدي الذي تفرضه دراسات جمهور الصحافة الإلكترونية حاليا.<sup>1</sup>

حيث أن اتحاد معطيات الثورة في مجال المعلومات مع ثورة تكنولوجيات الاتصالات أدى إلى فرز تقنية اتصال تعتمد على الحاسبات الشخصية كمكونات صلبة) مستمدة من ثورة الاتصال) وعلى المعلومات كبرمجيات (مستمدة من ثورة المعلومات) وهذا ما أدى إلى خلق وسيلة اتصالية تعتمد على أنموذج اتصالي مغاير للأنموذج الاتصالي التقليدي، ومناخ إعلامي مباين للمناخ القائم، وأدى كل ذلك إلى خلق سيناريو بديل للجوار القائم بين المتلقي ووسائل الاتصال، بما يدعو إلى إعادة النظر في المعطيات الحالية لشرح ووصف وتفسير العلاقة بين الجمهور والوسائل الاتصالية الذي تلعبه هذه الأخيرة في تشكيل وتوجيه اعتقادات واتجاهات الجمهور.<sup>2</sup>

في هذا المقام يرى الدكتور علي قسايسية أن جمهور الواب للشبكة العنكبوتية الكونية لا يمكن أن يستهان به، وهو جزء مهم في مجتمعنا، الذي سيمهد لأرضية المجتمع الإلكتروني "e-society" والذي سيعطي لمفهوم الجمهور صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمان.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Valérie Caveillier-Croissan, "Mais, pour qui écrivent les journalistes en ligne", (Média Morphoses N°4, Mars 2002, paris), p 52.

<sup>2</sup> عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، (ط1؛ عمان: دار الشروق، 2005)، ص 167.

<sup>3</sup> علي قسايسية، "مدخل لإشكالية جمهور الواب"، المجلة الجزائرية للاتصال، (العدد 18، جوان 2004، جامعة الجزائر)، ص 159.

ومما سبق ذكره يمكننا التطرق باختصار إلى مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية، وهذا حسب تصنيفين:

**-التصنيف الأول:** يتعلق بمدى توفر الصحيفة الإلكترونية لأفراد المجتمع ويضم مرحلتين:

1

### مرحلة الصفوة: Elite

ويشمل جمهور الصحافة الإلكترونية القطاعات الأكثر تعليماً وثراءً وهو صغير العدد نسبياً، حيث أن البدايات الأولى لهـ الوسيلة كان ينظر إليها على أنها وسيلة إعلام نخبوية.

### مرحلة الحشد: Mass

وفيها يتكون جمهور الصحافة الإلكترونية الفعلي من قطاعات المجتمع عامة بحيث أتاحت شبكة الانترنت إمكانات هائلة للحوار والمعرفة والتثقيف والتأطير لكل فئات المجتمع.

### **التصنيف الثاني:** والذي يتعلق بعنصر التفاعلية: <sup>2</sup>

مرحلة التفاعلية Interactivity بدأت مرحلة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة حيث كانت المنتديات والاستفتاءات والمجموعات البريدية وسجلات

الزائرين، أكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش، ثم تطور الجمهور إلى الاشتراك في صنع محتوى الصحف عبر آلية الإشراف على المنتديات والاشتراك في القوائم البريدية، حيث تتيح لكل مستخدم القدرة على تبادل المحتوى مع غيره.

مرحلة ما بعد التفاعلية Post interactivity، تعتبر المرحلة ال سابقة انطلاقاً

<sup>1</sup> كريمة بوفلاقة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر، 2009.2010 ص 78-79.

<sup>2</sup> كريمة بوفلاقة، الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 80-81.

لمرحلة ما بعد التفاعلية التي بدأت تاريخيا عام 1995 مع ظهور المدونات، وانتشرت عام 2003 موازاة مع الحرب على العراق وما أحدثته من صدى إعلامي، حيث بدأت صحف الكترونية كثيرة في العالم في إدخال خدمات ما بعد التفاعلية في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 2,0 بهدف زيادة إشراك جمهورها في صنع محتواها، أو ما يطلق عليه اسم صحافة المواطن وهذا ما فعله موقع قناة ال BBC الذي خصص برامج بالتعاون مع اليوتوب تعتمد على مراسلات جمهور الموقع.

### خصائص جمهور الصحف الإلكترونية:

بعد التطرق إلى مراحل تكوين جمهور الصحف الإلكترونية، سنحاول باختصار التكلم عن أهم خصائص جمهور صحافة الانترنت في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.

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

### المجهولية:

عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بذواتهم لدى القائم بالاتصال، حيث أن التغيير الذي أحدثته الانترنت على وسائل الاتصال الرقمية، جعل من الجمهور غير معروف ويمتاز بخاصية التشتت، حيث بإمكان أي فرد في أي مكان من العالم الاطلاع على أي موقع خاص بدولة أخرى وبهيئة أخرى، فمثلا ألغت الانترنت الحدود الجغرافية والمكانية في عملية الاتصال، فالجمهور لم يعد محدودا بالمكان، وبالرغم من توفر تقنيات لقياس هذا الجمهور إلا أنه يبقى مجهولا في خصائصه وتركيبته، معروفا بعدده.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 120-121.

### اختفاء الحدود بينه وبين المرسل:

لقد ألغى الإعلام الإلكتروني كل الحواجز بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، لدرجة أصبح حتى الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك " ظاهرة المواطن الصحفي".<sup>1</sup>

حيث تعددت المصطلحات لوصف عملية تحول الجمهور من فعل التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد، منها " المواطن الصحفي" و "إعلام النحن" و "إعلام الجماهير" و "الإعلام الاجتماعي" و "إعلام المواطن".<sup>2</sup>

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

### الحرية الكاملة:

يتمتع قارئ الصحافة الإلكترونية بالحرية المطلقة، مع تخطي الحدود الإقليمية والدولية، وحدود القانون والرقابة، على خلاف الصحافة الورقية التي تخضع لرقابة الناشر وفقا لسياسة وتوجهات الجريدة.<sup>3</sup>

حيث أضعفت الانترنت بيروقراطية الدولة لصالح رجال السياسة وهيئات المجتمع المدني، من خلال القضاء على احتكار المعلومات، فظهور الإعلام الإلكتروني كان بداية عهد جديد لتحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات، أو صيغها بصيغة خاصة تخدم الجهة المالكة، وهذا التحرر مزدوج، يشمل حرية

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 127.

<sup>2</sup> الصادق الحمادي، نهاية الجمهور، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي..الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2006 ، ص3.

<sup>3</sup> كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 86.

الإرسال من خلال تحكم المرسل في رسالته الإعلامية، أين أصبح بإمكانه تقديمها دون وسيط أو تدخل الهيئات الإعلامية، كما يشمل هذا التحرر حرية الاستقبال.<sup>1</sup>

بحيث أن الجمهور أصبح بإمكانه قراءة ما يريد والحصول على المعلومات التي يريد وانتقائها بكيفية توافق ميولاته واهتماماته.

في هذا السياق يرى الصادق حمامي بأن الإعلام منذ ظهور الصحافة اشتغل وفق نموذج خاص يمكن وصفه بالنخبوي والسلطوي، إذ شكل الفصل بين مجالي البث والتلقي المنطق المؤسس لوسائل الإعلام الكلاسيكية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف) فالنخب السياسية (رجال السياسة، الأحزاب، جمعيات المجتمع المدني، الأكاديميون) والإعلامية (الصحفيون) هم من كانوا يحتكرون وسائل الإعلام ووسائل إنتاج الخطابات العامة وبالتالي وسائل المشاركة في الفضاء العمومي والنفوذ إليه.<sup>2</sup>

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

### إمكانية اتصال الجمهور مع بعضه:

بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الالكترونية لأفراد الجمهور الاتصال فيما بينهم والتفاعل، وهذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات ومندديات النقاش والقوائم البريدية، بحث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه ومناقشته مع عدة أشخاص في نفس الوقت بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الالكتروني.<sup>3</sup>

ومن الخصائص التي تميز جمهور الصحف الالكترونية، هو أنه جمهور شبابي، حيث تشير أغلب الدراسات المنجزة إلى أن قراء الصحف الالكترونية في الغالب هم من فئة الشباب،

<sup>1</sup> حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، (ط1؛ الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009)، ص88.

<sup>2</sup> الصادق الحمامي، نهاية الجمهور، مرجع سبق ذكره ص3.

<sup>3</sup> كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص128.

حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وإن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم. وكل هذا لأنها متوفرة طوال اليوم ولا تحتاج إلى دفع رسوم، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد كان مهما تباعد مواقعهم لاحتواء الشبكة على العنكبوتية على 5 آلاف صحيفة إلكترونية تشمل بلدان العالم المختلفة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، (ط1؛ عمان: دار أسامة للنشر، 2009)، ص 26.



## خلاصة:

ظهرت الصحافة الإلكترونية مع التطور الملحوظ الذي شهده ميدان التكنولوجيا، فعرفت هذه الصحف بالصحف التي يتم نشرها وإصدارها على شبكة الأنترنت حيث تكون على شكل جرائد على شاشات الحاسبات الإلكترونية، فامتاز هذا الصنف بعدة مميزات على نظيره المطبوع أهمها استخدام خاصية النص الفائق وعامل التفاعلية اللذان ينعلمان تماماً في النسخة الورقية، كما نجد ثلاث أنواع من الصحف الإلكترونية وهي الصحف الإلكترونية الموازية وهي تلك المكملة للورقية على الواب والصحف الإلكترونية المستقلة وهي تلك الصحافة الإلكترونية الأصلية أي ليس لها نسخة ورقية، كما نجد نوع ثالث وأخير ألا وهي صحافة المواطن والتي تعرف بالمدونات والمنتديات .

# الفصل الثاني :

مدخل

الى الاستخدامات

والاشباعات

## تمهيد:

يعد مدخل الاستخدامات والاشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الانسانية، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والاشباع بالنشاط، والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الاعلام بالجمهور، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة.<sup>1</sup>

وتعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والاشباع على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح (الاستخدامات uses)، كما يفترض أيضاً أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم اشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال، ومن هنا يظهر مصطلح (الاشباع Gratification).<sup>2</sup>

ومع انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة، صاحب هذا الانتشار تأثيرات عديدة، خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام، وتشمل تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال، فلم يعد القائم بالاتصال هو المسؤول الوحيد عن إختيار الرسالة والمضامين الاعلامية وفرضها على الجمهور، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك افرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعل في المشاركة في إنتاج وصياغة هذه المضامين.<sup>3</sup>

وحتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه؛ نعتقد أنه ومن الأنسب لنا أن نستند على نظرية محددة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبياً صفة العمق والشمول لدراستنا، وذلك من خلال

<sup>1</sup> د. محمد الرفائي، محاضرات في سيكولوجية الاعلام، مذكرات غير منشورة، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1994-1995، ص 76.

<sup>2</sup> عبد الرحيم أحمد سليمان درويش، تعرض المراهقين للأفلام سينمائية والاشباع التي تحقيها، ماجستر غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1997)، ص 69.

<sup>3</sup> Severin, tames w tankard, jr, communication théories origins, methodes, uses edition, London (1992) P. in the mass media 3rd.

الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا انطلاقا من التراكم المعرفي الحاصل، ونظرا إلى أن موضوعنا حول مقروئية الصحافة الالكترونية لدى الشباب الجامعي فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباكات أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شمولا وخدمة للموضوع.

وفيما يلي سيتم تحديد مفهوم مدخل الاستخدامات والاشباكات ومختلف فروضه وتطبيقاته في ضل الوسائط التفاعلية الرقمية.

## المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباكات وفروضها

نظرية الاستخدامات والاشباكات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، ولا تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون وسائل الاعلام خلافاً للنظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد. فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات

### الاجتماعية والسكانية والشخصية 1.

وتتم نظرية الاستخدامات والإشباكات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. 2

فلم يعد السؤال المطروح: ماذا يفعل الإعلام بالجمهور؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟ ولماذا يستخدم الجمهور المنتجات الإعلامية؟ وما هي الإشباكات التي يحققها؟ وتنطوي هذه الأسئلة عن انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب، إلى السياق الاتصالي برمته، فمنبع الإشباكات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري، قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته. أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما. 3

حيث تستند نظرية الاستخدامات والاشباكات على الطرق التي يختارها المستهلكون بنشاط لتلبية حاجاتهم الخاصة، فهذه النظرية لا ترى المستخدمين كمستهلكين سلبيين تسيطر الصناعة

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي (2004)، ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 584.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد (2004)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 5، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 239.

<sup>3</sup> فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط 1، بيروت، دار الفكر المعاصر، ص 155.

الاعلامية على سلوكياتهم ولكنها ترى بأنهم مسؤولون عن إختيار لأي إعلام يستخدمون وكيف يستخدمونه.<sup>1</sup>

ويلخص كاتز وزملاءه الفروض الأساسية للنظرية فيما يلي:<sup>2</sup>

جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ويتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.

يختار الجمهور وسائل الإعلام التي يوقع منها إشباع رغباته وحاجاته .

تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة لديه.

الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته.

يمكن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الأنساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع ويتحدد في ضوء ذلك أن الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه.

<sup>1</sup> George rodman, (2009) : mass media in a changing world, new york : Mc Graw-Hill, p55.

<sup>2</sup> ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، ص 260. ص 261 .

## المبحث الثاني: عناصر وفروض نظرية الاستخدامات والاشباكات

**افتراض الجمهور النشط:** يزعم هوويت Howitt أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى.<sup>1</sup>

حيث أعاد هذا الافتراض النظرية التي كانت تنظر للجمهور باعتباره متلقيا سلبيا لا حول له ولا قوة ويسهل التأثير عليه وأصبح ينظر إليه على أنه جمهور نشيط ينتقي ويختار ما يهّمه من رسائل ووسائل الاتصال ليشبع حاجاته في النهاية.<sup>2</sup>

**-الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام:** لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام.<sup>3</sup>

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام: مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.<sup>4</sup>

**-دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:** توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ولكن بوجه عام فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:<sup>5</sup>

**\*دوافع نفعية :** وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها برامج الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 243.

<sup>2</sup> ميرفت الطرابيشي، مرجع سبق ذكره، ص 267.

<sup>3</sup> حمدي حسن، 1991: الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام، مصر، دار الفكر العربي، ص 21.

<sup>4</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 244.

<sup>5</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 246. 247.

**\*دوافع طقوسية :** وتستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وغيرها.

**التوقعات من وسائل الإعلام** يرى كاتز أن التوقعات هي الاشباع التي يبحث عنها <sup>1</sup> " وبذلك فالتوقعات تساهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات، ويرى شرام في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الاشباع النفسي المطلوب. <sup>2</sup>

**-التعرض لوسائل الإعلام** أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الاشباع والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته. <sup>3</sup>

**-اشباع وسائل الإعلام :** تعد اشباع وسائل الإعلام بمثابة المحصلة التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وتتوقف الاشباع التي تتحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدمة وطبيعة الطرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال. <sup>4</sup>

**\*اشباع المحتوى :** وتشمل الاشباع الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام وهي نوعين اشباع توجيهي تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الدافع ، و اشباع اجتماعية يقصد لشبكة علاقاته الاجتماعية.

**\*اشباع العملية :** وهي لا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال، بل تتعلق بطبيعة عملية الاتصال ذاته واختيار نوعية الوسيط الذي يتم التعرض إليه وتشمل :إشباع شبه توجيهية مثل الشعور بالمتعة وتجديد النشاط ، والنوع الثاني اشباع شبه اجتماعية كالتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتواجد مع الآخرين.

<sup>1</sup> حمدي حسن، مرجع سبق ذكره، ص 23.

<sup>2</sup> ويليام ريفرز وآخرون (2005)، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، مصر، دار المعرفة الجامعية، ص 296 .

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 248.

<sup>4</sup> ميرفت الطرابيشي، مرجع سبق ذكره، ص 276.277.



## المبحث الثالث: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في ظل الاتصال الرقمي

مع التطورات التي تشهدها شبكة الأنترنت لم تستطع العديد من نظريات التأثير مواكبة هذه التغيرات؛ وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشباع تنصدر العديد من البحوث التي تدرس استخدام الأنترنت والتي يأتي في مقدمتها استخدام الاتصال الرقمي باعتبار أن الدخول للشبكة هو أحد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع في هذه البحوث والدراسات.

غير أن تطبيق هذه النظرية في بحوث الاتصال الرقمي يتطلب مراعاة عدد من النقاط الأساسية التي نوجزها فيما يلي:<sup>1</sup>

إذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يمتد بها الاتصال الرقمي؛ ويتمثل استخدام شبكة الأنترنت في الاتجاهين التاليين الأول هو الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتاحة عبر الشبكة سواء كان المستخدم مرسلا أو مستقبلا. والثاني هو التجول بين المواقع المتعددة لتلبية الحاجات المستهدفة والتي يتصدرها الحاجات المعرفية بالإضافة إلى الحاجة إلى التسلية والترفيه أو الحاجة إلى الإعلان والتسويق.

-لا تعتبر شدة الاستخدام بصفة عامة دليلا على إشباع الحاجات، حيث أن التجول بين المواقع المختلفة سمة من سمات استخدام شبكة الأنترنت ولذلك يفضل البحث في عادات الاستخدام والأنماط السلوكية له.

-يفرض استخدام شبكة الأنترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بهذه المواقع ومحتواها أو

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد (2008)، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، ط 1، مصر، عالم الكتب، ص 254 .

وظائفها، كما يجب وضع في عين الاعتبار المعايير المختلفة للاستخدام وخصائص العادات مستوياتها نظرا إلى أن هناك فجوة بين الفئات الاجتماعية المختلفة في استخدام الأنترنت. ومن جانب آخر يفترض مراعاة العلاقة بين الاستخدام وإشباع الحاجات وكذا يجب علينا أن نفرق في قياس شدة الاستخدام بين الاستغراق في المحتوى والاستغراق في التجول، ويجب أن نضع في عين الاعتبار الحاجات المتجددة التي تظهر أثناء التجول والأخرى الدافعة إلى الدخول إلى مواقع الشبكة واستخدامها.

## خلاصة:

يبدو من خلال ما سبق أنه خلال الفترة 1940-1950 حاول عدد من الباحثين فهم استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام المتاحة له والاشباكات التي يحصلون عليها من خلال التعرض لم يختارونه من مضمون هذه الوسائل.

وينظر هذا المدخل إلى الفرد بوصفه فاعلاً إيجابياً في عمليات الاختيار الحر للرسالة الاعلامية، فالجمهور يقرر عدد وسائل الاعلام التي يتعرض لها، كما تقرر ذلك نظرية التأثير الانتقائي.

ومدخل الاستخدامات والاشباكات يعتمد على بعض الحقائق السيكولوجية، وهي أن الفرد لديه بناء خاص للاهتمامات والاحتياجات والقيم التي تلعب دوراً في تشكيل اختياراته من وسائل الاعلام.

وفي فترة مبكرة من ظهور الويب بدأ الباحثون يطرحون اسئلة حول استخدامات الناس للشبكة ووسائل الاعلام الجديدة والاشباكات التي يتحقق من هذا الاستخدام.

# الفصل الثالث:

الابعاد التأثيرية

لمقروئية الصحافة

الالكبرونية

## تمهيد:

إن ملائمة الكتب المدرسية لمستويات الطلبة وقدراتهم على استيعابها تعد من الخصائص المهمة لتلك الكتب، لذا وجب أن يكون الكتاب التعليمي مناسباً للقارئ من ناحية قدرة الطالب اللغوية والعقلية وميوله ورغباته. ولقد شدد البحث العلمي المتصل على فحص مدى ملائمة الكتاب للمتعلم أي ما يُسمى بمقروئية الكتاب التعليمي. فلا تكون المواد القرائية فوق مستواهم فتفقد الحماسة نحو قراءتها ولا دون مستواهم فتولد لديهم الملل اتجاهها، ويرتبط بكل ما سبق ذكره مفهوم الإشراكية أي إشراك الطالب في القرار التربوي.

ولتوضيح هذه المفاهيم فإننا سنفصل في هذه الدراسة ما يدور حول المقروئية مفهوماً ونشأة وأهمية، بالإضافة إلى العوامل الرئيسة المؤثرة فيها سواء تلك التي تتعلق بالقارئ أو التي تتعلق بالمادة المقروءة، مشيرين أيضاً إلى مفهوم القراءة ومختلف كفايات القراءة، كما سنتطرق إلى كيفية تأثير الصحف على القارئ.

## المبحث الأول: مفهوم القراءة والمقروئية

### مفهوم القراءة

يرى (جودمان Goodman) أن القراءة عملية نفسية لغوية، يبني القارئ فيها معنى من خلال تفاعله مع النص الذي عبر به كاتبه عن معنى ذهني لديه، أي أن القراءة عملية نشطة تتضمن إسهام القارئ نفسه في صياغة المعاني وتقييمها.

فلم تعد القراءة عملية فك رموز، لأنها في هذه الحالة تخلو من التفكير، فبالقراءة ينمو فكر الانسان، وتتهذب انفعالاته، ويكتشف العالم بما فيه من أساليب تفكير وتعبير، فتتنام قدرته على التفسير والتحليل والنقد<sup>1</sup>.

أو «هي عملية عضوية نفسية عقلية، يتم فيها ترجمة الرموز المكتوبة (الحروف والحركات والضوابط) إلى معانٍ مقروءة (مصوتة أو صامتة) مفهومة، يتضح إثر ادراكها عند القارئ في التفاعل مع ما يقرأ، وتوظيفها في سلوكه الذي يصدر عنه في أثناء القراءة، أو بعد الانتهاء منها. وهي الوسيلة التي يستطيع القارئ من خلالها الوصول إلى المعنى الذي تقصده تلك الحروف والكلمات والجمل المرمزة، سواء كان المعنى فيها سهلاً ظاهراً، أو رمزياً غامضاً<sup>2</sup>.»

وتعرف أيضاً أنها عملية التعرف على الرموز المكتوبة أو المطبوعة التي تستدعي معانٍ تكونت من خلال الخبرة الشخصية للقارئ، وتشتق المعاني الجديدة من خلال استخدام المفاهيم التي سبقت في ذخيرته. أو بأنها نطق الأحرف وتهجها للتعرف على الكلمة والنطق بها بشكل صحيح، حتى يمكن فهم ما تعنيه هذه الحروف التي تم النطق بها، وعلى أي شيء تدل، وإلى أي شيء تهدف. أو هي العملية التي يتم فيها التعرف بصرياً على الرموز المطبوعة، وفهمها، والتفاعل معها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، مطبعة سفير، الطبعة الاولى، الرياض، ص 154.

<sup>2</sup> مجلة الجامعة الاسلامية، سلسلة الدراسات الانسانية، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، بتاريخ 14/11/2011، ص 132.

<sup>3</sup> محمد عبد العزيز، المرجع نفسه، ص 155.

## كيفية القراءة:

تعتمد القراءة أولاً على ادراكنا (رؤيتنا وتعرفنا) للحروف والكلمات المكتوبة أو المطبوعة. ويجب علينا بعد ذلك أن نستوعب ما ندرك.

### إدراك المادة المقروءة<sup>1</sup>:

تبدأ عملية القراءة عندما ترى عيوننا المثيرات البصرية، أي الرموز المطبوعة أو المكتوبة التي تشكل ما نقرأ.

وتلتقط تحركات العين فوق الرموز المثيرات، وتحدث تحركات العين، التي تسمى الحركات اللاقطة، عندما تتحرك عيوننا خلال الصفحة متوقفة لمدة وجيزة لكي تلتقط مجموعات من الكلمات.

وأثناء تحرك عيوننا خلال السطر تتوقف ثم تتحرك بصورة متكررة، وهذه الوقفات تسمى التركيزات، وتحدث حركة أخرى من حركات العين تسمى النكوص، عندما ترتد عيوننا إلى الوراء لتعيد قراءة كلمة أو مجموعة من الكلمات.

وعندما تتحرك عيوننا من سطر مطبوع إلى آخر تستعمل حركة تسمى سحب العودة، فإن القراء الجيدين لا يدركون حركات عيونهم أثناء القراءة.

وتحول الخلايا العصبية الموجودة في عيوننا المثيرات البصرية إلى نبضات إلكترونية تنتقل إلى المركز البصري في الدماغ، وعندئذ يرسل المركز البصري النبضات إلى المناطق المحددة في الدماغ، المسؤولة عن تنظيم التفكير وتخزين الذاكرة والاستدلال.

وتتعرف هذه المناطق على الرموز المطبوعة أو المكتوبة وتحولها إلى معنى، وتتضمن العملية الجسدية للقراءة أيضاً تخزين الأصوات والمعاني والتمثيلات التصويرية لما نقرأ.

<sup>1</sup> جاي بوند، وأخران، الضعف في القراءة: تشخيصه وعلاجه، ترجمة: محمد منير مرسى، اسماعيل أبو العزائم، الطبعة الاولى، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 47.

### استيعاب ما يدرك : 1

تنطوي القراءة على أكثر من مجرد رؤية المثيرات البصرية، فلا بد أولاً أن تختار نصاً معيناً يرضي اغراضاً معينة، وهذه الأغراض لا تحدد اختيار النص فحسب، بل تساعدك أيضاً على تحديد الخبرات والمهارات القرائية التي تستعملها لكي تستوعب المادة المقروءة. وقد يوحي لك غرضك بالطريقة التي يمكنك من خلالها استعمال المعرفة الجديدة أو الفهم الجديد الذي تحصلت عليه من المادة المقروءة.

وعندما تقرأ تعتمد على أفكار ومشاعر جمة مخزونة في ذاكرتك، وهذه الأفكار والمشاعر هي التي تشكل خلفيتك. وتعتمد في قراءتك أيضاً على الذاكرة الكلامية، أي على فهم الكيفية التي تجتمع بها الكلمات وتكون أفكاراً أكثر تعقيداً.

وتتغير خلفيتك وذاكرتك الكلامية مع كل تجربة قرائية، فالمعلومات التي تجدها في المادة المقروءة الجديدة تمتزج مع تجاربك السابقة فتصحح سوء فهم لديك أو تزودك بمعلومات جديدة أو توسع نطاق اهتمامك أو تساعدك على حل المشكلات.

ويفتقد القراء في حالة كثيرة الخلفية والذاكرة الكلامية اللتان يحتاجونهما لاستيعاب النص استيعاباً سريعاً وسهلاً. ويستطيع مثل هؤلاء القراء استعمال أساليب تدعى أساليب التعرف على الكلمة. وكلما زادت تجربة القارئ زادت قدرته على تطبيق هذه الأساليب لاستيعاب الكلمات الغير المألوفة.

ويستطيع القراء استعمال أنواع عامة عديدة من أساليب التعرف على الكلمات. فعلى سبيل المثال، يستطيع القارئ الذي لا يعرف معنى كلمة معينة أن يبحث عن مفاتيح سياقية في النص المحيط بالكلمة.

وقد تكون هذه المفاتيح دلالية أو نظامية، فعندما يستعمل القارئ المفاتيح الدلالية فإنه يحاول ربط الكلمة بالمعلومات والتوضيحات الأخرى التي تتضمنها المادة المقروءة. وتشمل المفاتيح الدلالية المقارنات والمقابلات والتعريفات والأوصاف ووضع الكلمات الجديدة بجانب كلمات مألوفة تساعد على شرح معناها. ويستطيع القارئ أيضاً أن يعتمد على المفاتيح النظامية، أي

<sup>1</sup> جاي بوند، وأخران، مرجع سبق ذكره ، ص 48.



موقع الكلمة في النص واستخدامها النحوي، فعلى سبيل المثال، يمكن أن يساعد تحديد وظيفة الكلمة (اسم، فعل، صفة، ظرف) القارئ على اكتشاف معناها.

وفي أسلوب للتعارف على الكلمات يدعى التحليل البنيوي، يستعمل القارئ مفاتيح داخل الكلمة نفسها ليخمن ما تعنيه الكلمة، ويعول القارئ على معرفته بمعاني السوابق والوهص والجذور (أصول الكلمات) والكلمات متعددة المقاطع والنهيات الاعرابية، مثل الواو والنون (و، ن) والياء ونون (ين) وكيفية ارتباطهما ببعضهما البعض، فكلمة سيكتبون مثلاً، تتكون من السابقتين "السين" و "الياء" والجذر "كتب" واللاحقة "ون". وتمرن بعض الطرق التعليمية الطلاب على السوابق واللاحق والجذور، بيد أن أفضل طريقة تضيف من خلالها الطلاب مثل هذه المعرفة إلى ذاكرتهم الكلامية هي تعرفهم على الكلمات المكونة من هذه الأجزاء في نص يفهمونه واستعمالها في محادثاتهم وكتاباتهم .

ويستعمل أسلوب آخر من أساليب التعرف على الكلمات ويسمى الطريقة الصوتية، وهي العلاقات الموجودة بين الأصوات المنطوقة والحروف، فكثير من القراء المبتدئين يتدربون على نطق كلمة يكون بمقدورهم التعرف عليها بعد ذلك إذا كانوا قد سمعوها من قبل، وبهذه الطريقة يتعلم القارئ الرابط بين الرموز المطبوعة والأصوات المنطوقة .

### تعريف المقروئية:

تعد القراءة من أهم فنون اللغة التي تحتاج إلى الدراسة الواعية التي تتخذ المنهج العلمي أسلوباً لها، لما تتمتع به من أهمية بالغة للإنسان المتعلم في امتلاك ناصية العلم، ومفتاح كنزهِ المكنون. وهي نافذة رئيسية يطل منها على المعرفة والثقافة في العالم، ويتصل عن طريقها بترائه وتساعد في صقل شخصيته ونضرتِه لذاته. وتمتاز القراءة من باقي فروع اللغة بملازمته للإنسان المتعلم في المراحل التعليمية المختلفة وما بعدها<sup>1</sup>.

ولما كانت القراءة بهذه الأهمية خاصة مع تقدم وتطور العلوم المختلفة، ومنها وسائل الاعلام المختلفة بشكل عام والمكتوبة بشكل خاص كالصحافة، التي أصبحت ذات شعبية واسعة يقرأها الجمهور بشكل يومي، ومع هذا فقد تواجه القراءة لدى بعض القراء صعوبة في فهم المادة المقروءة مما يؤثر على استيعاب المادة الإعلامية المكتوبة. وتشير الدراسات الإعلامية إلى أن الوقت الذي يمضيه الناس في التعرض لوسائل الاعلام المختلفة قد زاد زيادة كبيرة جداً خلال العقود القليلة الماضية، ولدى اهتم الإعلاميون ولا يزالون باللغة لأنها جوهر العملية الاتصالية خاصة المكتوبة، وقامت حول اللغة الاعلامية العديد من الدراسات التي حاول الباحثون فيها الاجابة عن اسئلة مهمة تتعلق بالعوامل التي تجعل الرسالة الإعلامية سهلة أو صعبة الفهم<sup>2</sup>.

وعرفت هذه الدراسات بدراسة المقروئية، التي تهتم بدراسة عوامل فهم ووضوح الدلالة اللغوية للمادة الاعلامية، إذ أن صعوبات اللغة يعد عاملاً يحل دون تحقيق الفهم لدى القراء، وهذا ما يحاول الاعلاميون تجنبه، ومن هنا تبرز أهمية فهم المادة الاعلامية المكتوبة، حيث اتجهت الدراسات الاعلامية إلى دراسة الاسلوب الذي يؤثر في قابلية اللغة الاعلامية للقراءة والفهم، من حيث العوامل التي تميز صعوبتها أو سهولتها، والاختلاف في الاسلوب ومدى سرعة القراءة لدى القارئ، ومدى التركيز على الكلمات أو مجموعات الكلمات، ومدى ما يستوعب في ذاكرته من المعاني المؤقتة حتى ينتهي من قراءة المادة الاعلامية<sup>3</sup>.

1 أحمد العلوان، شادية التل، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الثالث، 2010، ص 367.

2 عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الاعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص 251.

3 عبد العزيز شرف، المرجع نفسه، ص 252.

إن لغة المادة الاعلامية يجب أن تكون مقيدة بشكل أكبر يقدر على توصيل المعنى المراد التعبير عنه إلى القارئ، بأكبر قدر من الوضوح، فهي لغة أكثر وظيفية تستغني بشكل كامل عن الجمال الذاتي للمفردات والتراكيب اللغوية ويصبح هدفها الأساسي هو وصف الأحداث ونقل الواقع بأكبر قدر ممكن من الدقة والوضوح حتى تكون المادة الاعلامية مقروءة.

والكتابة المقروءة هي الكتابة ذات المعنى سهل الاستيعاب والمفهومة للقارئ المستهدف، ولهذا يجب العناية بصياغة المواد التحريرية وتقديمها في قالب مكتوب يتسم بالسهولة مما يجعل القارئ يفهم ويستمتع بالمادة الاعلامية عند قراءته، وهو ما عرف عند الباحثين في مجال الاعلام بالمقروئية التي تعني مجموعة من العناصر والتفاعلات التي تمكن القارئ وبسرعة عالية في القراءة من الفهم والاستمتاع بالمادة المطبوعة<sup>1</sup>.

وتعد المقروئية نتاج تفاعل القارئ مع المادة المقروءة بعد الانتهاء من عمليات القراءة مروراً بمراحلها المتتابعة المختلفة فيظهر بذلك مدى التوافق بينهما. ورغم اختلاف الباحثين في تعريف المقروئية إلى أنهم يتفقون على أنها: "مناسبة المادة المقروءة للقارئ من حيث السهولة أو الصعوبة، ومدى قابلية النص للقراءة بالنسبة للمرحلة العمرية للطلبة الذين أعدت لهم، الأمر الذي يجعلهم أكثر اندماجاً مع النص أو أكثر اهتماماً به، مما يؤدي إلى نجاح عملية الاتصال والتفاعل بين القارئ والمادة المقروءة"<sup>2</sup>.

كما أن هناك من يرى: "بأنها تحديد مستوى سهولة أو صعوبة النص وذلك بدراسة العوامل التي تؤثر في هذا المستوى، مثل المفردات والتراكيب والمفاهيم، بل الإخراج في بعض الأحيان"<sup>3</sup>.

وبهذا فالمقروئية هي مناسبة المادة المقروءة للقارئ من حيث السهولة أو الصعوبة ومدى قابلية النص للقراءة بالنسبة للمرحلة العمرية للطلبة الذين أعدت لهم، الأمر الذي يجعلهم أكثر اندماجاً مع النص أو أكثر اهتماماً به مما يؤدي إلى نجاح عملية الاتصال والتفاعل بين القارئ والمادة المقروءة .

1 ليلي عبد الحميد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والالكترونية، دار السحاب للنشر وتوزيع، القاهرة، ص 17.

2 مجلة الجامعة الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 86.

3 سحر سالم الحويطي، مستوى مقروئية كتاب التاريخ للصف السادس الأساسي في محافظة غزة وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة، كلية التربية، ص 55.

## المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في المقروئية

المقروئية READABILITY والقراءة READING مع الفهم يبدوان مفهومان مترابطين RELATED CONCEPTS. وحيث تتصف المقروئية بدرجات إستيعاب (فهم) النص المقروء، فإن قدرة القارئ على فهم النص تتأثر بقابلية النص للقراءة (مقروئية النص). وإذا أردنا اختيار نص معين لتقويم درجة قراءته قراءة استيعابية ASSESSING READING COMPREHENSION، فإنه من الضروري أن يكون هذا النص مناسباً للقدرات القرائية للمستهدفين، وتحديد مقروئية النص يكن أن تكون عملية معقدة<sup>1</sup>.

تتأثر المقروئية بعدد من العوامل هي<sup>2</sup>:

العوامل الفيزيائية

عوامل مرتبطة بالقارئ: مثل معرفته السابقة، قدرته القرائية، ودافعيته للقراءة.

عوامل مرتبطة بالنص

العوامل الفيزيائية المؤثرة في المقروئية:

وتشمل العوامل الفيزيائية المؤثرة في المقروئية ما يلي:

مظهر حرف الطباعة type face.

حجم حرف الطباعة font size.

المسافات بين الكلمات وبين الأسطر والحروف spacing.

العرض والنسق layout.

<sup>1</sup> مجلة الجامعة الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 96.

<sup>2</sup> سحر سالم الحويطي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

## العوامل المؤثرة في المقروئية من جانب القارئ:

### ميول المتعلمين<sup>1</sup>:

من العوامل المتصلة بالطلاب والمؤثرة في صعوبة مقروئية النص عدم مراعاة ميول المتعلمين، وعدم استشارة الموضوعات المقدمة لدوافعهم، ومسايرتها لحاجتهم، واشباعها لرغباتهم، لذلك يجب مراعاة ميولهم في المواضيع التي تقدم لهم، حتى لا تكون المواضيع المقدمة ثقيلة عليهم، بل يشعرون عند قراءتها بالارتياح، ويميلون إلى الاستزادة منها.

لقد ذكر روبن (Robin) أنه ليس هناك شيء يستطيع تعزيز المادة القرائية مثل " ميول الطلبة للقصة وأبطالها ". فالتعلمون لا يتعلمون إلى الموضوعات التي ترتبط بميولهم واهتمامهم وتفضيلاتهم، وبذلك تكون دافعاً لمواصلة تعلمهم للقراءة، كما أن مراعاة ميول القارئ من سبل تسهيل القراءة. ولقد اثبتت العديد من الدراسات أن المتعلم إذا شعر أن المادة المقدمة إليه نابعة من ذاته واحتياجاته الشخصية فإنه يكون حرصاً على معرفتها وتعلمها، كما تكون دافعاً لطلب المزيد من المعرفة والعلم.

لذلك ينبغي العناية بالمادة القرائية المقدمة للمتعلمين، كما لا ينبغي الاعتماد على خبرة مؤلفي الكتب فقط، بل يجب أن تدعم هذه الخبرة بالبحث العلمية في هذا المجال، فقد اسهمت العديد من الدراسات العربية في تعريف الموضوعات القرائية التي يميل إليها المتعلمون، ويمكن الاستفادة من ذلك عند تأليف الكتب.

### الخبرة السابقة<sup>2</sup>:

للخبرة السابقة أهمية كبيرة، وتأثير واضح في استيعاب المتعلم وفهمه النص المقدم للقراءة. فقد أكدت الدراسات الحديثة على أهمية الخبرة السابقة في تنمية قدرة فهم المتعلمين النصوص المقدمة لهم، كما أوصت بضرورة مراعاة خبرة المتعلمين السابقة عن المفاهيم الأساسية

<sup>1</sup> وجيه بن قاسم القاسم بني صعب، مقروئية الكتب المدرسية، الرياض، 1429 هـ، ص 39.

<sup>2</sup> وجيه بن قاسم القاسم بني صعب، المرجع نفسه، ص 41.

للموضوعات المراد تدريسها، وقدّر اقترح تزويد المتعلمين ببعض المعلومات حول تلك المفاهيم إذا لم تكن لهم خبرة كافية عنها. فالمتعلم ذو الخبرة الغنية عن الموضوع يكامل بين معلوماته التي كونها من خلال خبراته وقراءته السابقة، وبين المعلومات التي يتضمنها النص القرائي. فمراعاة هذا العامل عند اختيار محتوى النصوص القرائية أمر ضروري لأن من شأنه أن يساعد المتعلمين على فهم النصوص القرائية المقدمة لهم.

**دافعية القارئ للقراءة.**

**القدرة القرائية للطالب.**

**العوامل المؤثرة في المقروئية من جانب النص:**

**طبيعة المحتوى content.**

**التركيب أو البنية وتعقيداتها<sup>1</sup> structure:**

تنظيم المحتوى بشكل منسجم، واتساق النص (بغض النظر عن طول الفصول والفقرات والجمل)، يجعل القراءة أيسر وأسهل. عرض المحتوى bi2itiba3 نسق تنظيمي محدد يساعد على رفع مستوى المقروئية، مثلاً: استخدام نفس النمطية في كتابة العناوين والفقرات والبنود وطريقة إبرازها، واختيار حجم الحرف وشكله المناسبين للموقف. كلها عوامل مساعدة في زيادة مستوى مقروئية الكتاب، وبالتأكيد تحسن مستوى فهم الطالب للنص.

<sup>1</sup> وجيه بن قاسم القاسم بني صعب، مرجع سبق ذكره، ص 41.

### المحافظة على استمرارية النص:

إن ربط الفصل بالفصل الذي يسبقه والفصل الذي يليه عن طريق مقدمات مناسبة، وأفكار رئيسية مناسبة، يساعد القارئ في الانتقال من فصل لأخر بسهولة، محافظ على ربط كاف بين الأفكار بينهما، كذلك فإن الرابط المناسب بين الأفكار المتناظرة في الفصول يزيد من سرعة القراءة والفهم، إن الترابط بين أجزاء النص، بحيث يظهر وحدة منسجمة محافظة على الاستمرارية، عامل رئيس في زيادة المقروئية والفهم، وما لم يعرض المؤلف الأفكار بشكل محبك جيداً، ويتجنب التفصيلات غير المنتمية للنص، فإنه من الصعب المحافظة على اهتمام الطالب المتعلم القارئ للنص.

إن التتابع المناسب للجمل والأفكار، يعمل على خلق وحدة في كل فقرة وعلى هذا فإن النص المتماسك يشجع المقروئية، وينمي التعلم الأفضل، من خلال تجميع وتوكيد الأفكار الرئيسية المذكورة في النص.

### استخدام مصطلحات علمية معيارية:

لتحقيق تواصل فعال في النص، يجب استخدام مصطلحات علمية معيارية، خلال المرحلة الأساسية والمتوسطة، لا ينصح بأثقال كاهل الطالب بالمصطلحات العلمية الكثيرة والغامضة، لكن من الضروري أن تقدم له مصطلحات مضبوطة مألوفة، وأخرى جديدة، مما يساعد على تقديم المفاهيم وتطويرها وادخلها في بنائه العقلي، ويستفاد من هذه المفاهيم ومن عوامل الربط الأخرى في زيادة فاعلية التواصل بين الطالب والنص، ومساعدات الطالب في فهم النص رغم تقديم مفردات ومفاهيم جديدة .

### استخدام لغة مفهومة:

بما أن الجملة فكرة كاملة، إذن يجب توجيه الاهتمام لاستخدام جمل بسيطة للتعبير عن كل فكرة على حدة.

إن اللغة الدقيقة الواضحة، ترفع مستوى المقروئية والفهم، وبقدر المستطاع يجب استخدام المفردات والمفاهيم المألوفة والشائعة عند كتابة النصوص. وفي الصفوف الأساسية الدنيا والمتوسطة، يجب أن لا نتخم النص بالأسماء والمصطلحات العلمية المعقدة.

إن نمط الكتابة السهل المناسب، والتماسك والانسجام في النص، تشجع القارئ على القراءة وتزيد سرعة فهمه، وتدعم اهتمامه وانهماكه في القراءة، من الضروري تجنب الحذقة اللغوية في النص، لأنها تثير النفور، وتحد من فهم القارئ ذي الرصيد المحدود من المفردات. إن استخدام مصطلحات مضبوطة (معيارية)، وجمالاً سهلة وقصيرة واستثمار بيئة القارئ في التعلم، والعمل على اشراكه بدرجة كافية يجعل النص أكثر مقروئية.

### التصميم design:

ويشمل تحديد الوسط الناقل medium، والنسق أو التنظيم layout، والتوضيحات illustrations، ومعينة وموجهات للقراءة والسير فيها، ونمط الخط وشكله type face، واللون، حجم الحرف، تباعد السطور، سعة الأعمدة، لون الخلفية المكتوب عليها النص، ولون الحروف المكتوب بها النص.

### المظاهر الفيزيائية للكتاب ووضوح الطباعة legibility of the print:

إن الطباعة غير الواضحة، واستخدام الورق غير مناسب، والأخطاء الطباعية، وعدم وجود نسق واحد لكتابة الجمل والفقرات، والمواجهات الغير المناسبة، وحجم الحرف الغير المناسب لعمر الطلاب والربط الغير الفعال، كلها عوامل تخفض مقروئية النص ولكي يكون الكتاب مقروءاً بدرجة مناسبة، يجب أخذ جميع الاحتياطات اللازمة لتجنب السلبيات السابقة جميعها.

### أسلوب الكتابة style (أسلوب التواصل اللفظي):

إن أسلوب الوصف من اشيع أساليب التواصل في الكتب. إن تقديم المادة بشكل قصصي هو أسلوب آخر من أساليب التواصل اللفظي، كذلك تستخدم التعاميم والجمل النظرية في مناطق



معينة من المحتوى وسيلة أخرى للتواصل اللفظي، لكل من هذه الأساليب فاعليتها إذا ما استخدمت في المكان والزمن المناسبين لها، وعلى سبيل المثال، قد يكون الوصف أسلوباً مناسباً في شرح الخطوات اللازمة لإجراء تجربة، بينما الأسلوب القصصي قد يكون أكثر فائدة في رسم وتقديم السيرة الذاتية للعلماء، وقد تشكل التعاميم والجمل النظرية الجزء الرئيس في كتابة موضوع مثل، تصنيف الحيوانات، تصنيف النباتات، السلوك الكيميائي للعناصر الكيميائية وعلى المؤلف أن يتخير الأسلوب المناسب وفقاً لطبيعة المحتوى، ومما يجعله أكثر مقروئية.

### ظروف القراءة وشروطها (the Reading conditions)

#### صياغة المحتوى

ويشمل ذلك:

#### أولاً: الكلمات المستخدمة من حيث:

##### طول الكلمة أو قصرها:

تتأثر المقروئية بطول الكلمة أو قصرها، فكلما كانت الكلمة قصيرة كان تعلمها أسهل على المتعلمين، والكلمة الطويلة ثقيلة في النطق والهجاء والاستعمال.

يقاس طول الكلمة إما بالنظر إلى عدد حروفها كما في صيغة (الهييتي) أو بحسب عدد المقاطع فيها كما في صيغة (فراي Fry).

ولا يعد مقياس الحروف شائعاً، ولم تحدد المعادلات أساساً ثابتاً لعدد الحروف الذي يؤدي إلى صعوبة الكلمة.

أما مقياس المقاطع فهو أكثر شيوعاً، حيث اعتمدت عليه أغلب معادلات المقروئية، وبالتحديد اتخذت الكلمة متعددة المقاطع أساساً للتنبؤ بالناس، وقد اتفقت بعض الدراسات على أن الكلمة متعددة المقاطع هي الكلمة المكونة من ثلاث مقاطع فأكثر، واتخذت ذلك أساساً لتحديد صعوبة الكلمة.

تعد المفردات اللغوية الأكثر أهمية في تحديد صعوبة المادة المقروءة أو سهولتها، ويتم قياس الصعوبة عن طريق حساب طول المفردة أو درجات شيوعية في المادة المكتوبة أو الاستعمال الشفوي، ويقاس طول المفردة بعدد الحروف أو عدد المقاطع التي تتكون منها، وتزداد صعوبة الكلمة تبعاً لزيادة حروفها مما يعني أن الكلمة القصيرة أسهل في التعلم من الكلمة الطويلة، أما درجات شيوع الكلمات فتقاس بعدد المرات التي يكرر فيها استخدام في الكتب، تعد أكثر أهمية في تحديد صعوبة المادة المقروءة أو سهولتها، ويتم قياس الصعوبة عن طريق حساب طول المفردة أو درجة شيوعها في المادة المكتوبة أو الاستعمال الشفوي، ويقاس طول المفردة بعدد الحروف أو المقاطع التي تتكون منها، وتزداد صعوبة الكلمة تبعاً لزيادة حروفها مما يعني أن الكلمة القصيرة أسهل في التعلم من الكلمة الطويلة، أما درجة شيوع الكلمات فتقاس بعدد المرات التي يكرر فيها استخدامها في الكتب.

### شيوع الكلمة والفتها:

تساعد على زيادة مقروئية النص.

### تكرار الكلمة:

يؤدي تكرار الكلمة إلى ألفة القارئ بها، مما يزيد مقروئيتها، ولكن هذا ليس قاعدة، فقد تضاربت نتائج الدراسات في ذلك (جونسون -Johnson): علاقة طردية بين تكرار الكلمة ودرجة فهم الطالب للنص، (فولكنر -Faulkner): علاقة عكسية بين تكرار الكلمة ودرجة فهم الطالب للنص.

### ثانياً: تركيب الجملة:

طول وترتيب الكلمات في الجملة من حيث التقديم والتأخير والزيادة والحذف، فكلما كانت الجملة قليلة الكلمات كلما كانت أكثر سهولة، كما أن ترتيب الكلمات في الجملة يحدد مدى

صعوبتها أو سهولتها، فكلما زاد تعقيد تركيب الجملة صعب استيعابها وبالتالي أدى إلى هبوط مستوى مقروئيتها.

تعد الجملة العامل الثاني من عوامل المقروئية الأكثر تأثيراً على سهولة أو صعوبة المواد المقروءة، ويبدو ذلك في استخدامها في جميع معادلات المقروئية، وتؤثر الجملة على بساطة الاسلوب، وسرعة فهم الفكرة.

### ثالثاً: عدد الأفكار في الفقرة:

تعد الأفكار جوهر الموضوع المقروء، لذا يجب مراعاة السهولة والدقة والتنظيم في عرض أفكار الموضوع، وتؤدي الجملة المفيدة معاً كاملاً، ويختلف مستوى صعوبة الجملة أو سهولتها تبعاً لعدد الأفكار التي تشمل عليها.

سوى أن كثرة الأفكار وطول الموضوع يؤدي إلى ضعف قدرة القارئ على ربط الأفكار المطروحة ببعضها، مما يؤدي إلى ضعف فهمه للنص، ولتحقيق مقروئية عالية، يجب أن تكون الفكرة واضحة صريحة.

### رابعاً: التركيب النحوي للنص:

التركيب النحوي يمثل عملاً من العوامل المهمة في التأثير على درجة مقروئية النص، ويقاس تعقيد التركيب النحوي "بعدد الجمل البسيطة أو نسبتها المئوية مقارنة بعدد الجمل المعقدة أو الجمل المركبة ونسبتها المئوية في النص." وينجم التعقيد في التركيب النحوي عن وجود بعد الكلمات الساقطة أو الجمل المبنية لغوياً بطريقة لغوية مهنية تستهدف أهل الاختصاص في المجال.

كما ينجم عن كثرة الضمائر العائدة لمسبقها، ووجود تقديم وتأخير، وجمل اعتراضية أو أقواس توضيحية.... إلخ.

أظف إلى ذلك استخدام الجمل الاعتراضية في مواقف متعددة يشتت انتباه القارئ ويضعف فهمه للنص.

#### خامساً: طبيعة الأساليب اللغوية البينانية:

عندما تكون الأساليب اللغوية مثل: المجاز، الاستعارة، التشبيه، والكناية وغير ذلك، كثيرة وراقية التركيب، فهذا يعيق فهم القارئ للنص، ولكي يفهم معنى الجملة يحتاج القارئ إلى معرفة أكثر لمعنى الكلمات التي تكون البناء، فمن خلال الأفكار والمعلومات والمفاهيم الموجودة بالنص يفهم القارئ البناء اللغوي للنص.

#### سادساً: الصور والرسوم:

الرسوم والصور تقرب المفاهيم إلى القارئ من خلال تحويلها لمعطيات حسية، مما يسهل عليه تصور هذه المفاهيم وتمثلها وفهمها، وبهذا يرتفع مستوى المقروئية.

#### سابعاً: الطباعة:

ويقصد بها أسلوب الطباعة من حيث حجم الحروف، وطول السطور، وحجم الهوامش، والفراغات بين السطور.

#### ثامناً: الإخراج الفني:

وضوح المادة المقروءة يساعد بشكل كبير على مقروئيتها، وللطباعة دور كبير في مدى مقروئية النص، ويتمثل ذلك في حجم الحروف وطول الأسطر، والمسافات بين الكلمات والأسطر، ونوعية الورق، ولون خلفية الكتاب.

إن تصميم الحروف وحجمها ووضوح الكلمات والمسافة بين الأسطر وحجم الصفحة ولون الحبر له أهمية في المقروئية، لذلك ينبغي أن تكون الحروف واضحة وكبيرة وملونة بحيث تناسب مدى نضج وإدراك الطلاب المستهدفين.

#### تاسعاً: الألوان:

من أهم عناصر تشويق القارئ.

#### عاشراً: التنظيم:

يعد من العوامل المساعدة على سهولة فهم المادة المكتوبة.

### المبحث الثالث: تأثير الصحافة على القارئ:

مهم أن طرح التساؤل التالي حول كيفية تأثير الاتصال على سلوكيات الأفراد، وبالنسبة لوسائل الاتصال فقد تطورت أدواتها التي من بينها الصحف تطوراً بالغاً في عالمنا المعاصر، فأصبح من الميسور أن تنعقد الصلات الاجتماعية والسياسية والثقافية بين الدول بشكل واضح وعميق، بل أصبح من غير الممكن أن تعيش دولة ما بمعزل عما يمر به العالم بمختلف دوله من أحداث، هذا بالإضافة إلى الدور الكبير الذي تقوم به هذه الأدوات في الرابطة بين أبناء الشعب الواحد<sup>1</sup>.

وسيرورة العلاقة الاجتماعية عندما تقوم بتغطية الأحداث والوقائع المحلية والجهوية أو الأجنبية، فيما تقدمه من أخبار.

كما تلعب الأخبار أهمية كبرى في الحياة الاجتماعية للأفراد، فهي الأساس الذي تبنى عليه أحكامهم وتصوراتهم حول العالم الذي يعيشون فيه، وعلى ضوءها، يجرى تصريف حياتهم اليومية، والأخبار هي أساس المعارف، وكما أشرنا من قبل فإن المعرفة قوة<sup>2</sup>.

ورغم أن للصحافة المكتوبة جمهور محدود مقارنة بجمهور الاذاعة والتلفزيون لأسباب عديدة منها التقنية، وهي تلك المرتبطة بالوسيلة الاعلامية في هاد ذاتها فيما يتعلق بخواصها الفيزيائية، فهي وسيلة إعلامية جماعية بالدرجة الاولى أو ما اصطلح تسميته في بحوث ودراسات الثمانينات مع "دافيد مورلي" بمفهوم التكنولوجيا المنزلية الذي يذكره الاستاذ "علي قسايسية" في بحثه حول المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي في الجزائر، مرتبط بمكانة التلفزيون في المجتمع المعاصر، التي لا تزال تشكل قضية هامة ضمن إطار الأبحاث الحديثة، حيث يتم استعماله من طرف الأفراد وإمكانية تلقي الرسالة الاعلامية بالصوت والصورة<sup>3</sup>.

1 محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة، ص 07.

2 عبد الفتاح ابراهيم عبد الغني، سيولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 32.

3 علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر من سنة 1995 إلى سنة 2006، ص 56.

هذا من جهة، ومن جهة ثانية، فإن اقتناء جريدة يومية أو مجلة أسبوعية، أو أحد عديد الأشكال المطبوعة، يتطلب من صاحبها معرفة القراءة والكتابة كحد أدنى من مستوى المعرفة، وفي نفس الوقت فهو يعكس وضعاً اتصالياً خاصاً، مرتبطاً بخصائص الوسيلة بحد ذاتها.

وفي الشكل المطبوع فهو مرتبط بما تخلفه الكلمة المكتوبة (معاني) من تأثير عند الشخص المتلقي (القارئ)، طرح مفهوم الجمهور بالنسبة للقراء، وسواء تعلق الأمر بقراءة الصحف، أو الكتب والدوريات بصفة عامة، اشكالية تتعلق بالجانب الكمي، فأرقام التوزيع ودفاتر المبيعات لا تدل حقيقةً عن العدد الفعلي المستعمل للأداة أو الوسيلة الاعلامية.

فقد اثبتت الدراسات ارتفاع هذا العدد بنسبة واحد إلى ثلاثة فيما يخص الجرائد، ونسبة واحد إلى خمسة بالنسبة للمجلات، وفي حديثنا عن تأثير الصحافة عن القارئ وهي ذلك الشكل المطبوع الموجه بصفة قصدية لإعلام الأفراد، نورد العناصر التي يمكن اعتبارها أساسية بالنسبة لصيرورة عملية الاتصال، التي تحتوي ضمناً محتوى التأثير.

تضم عملية الاتصال بصفة عامة خمسة عناصر أساسية وهي: المرسل، الرسالة، الوسيلة أو الدعامة التقنية، والمستقبل وخامساً راجع الصدى، والمرسل بصفة عامة هو ما اصطلح على تسميته (القائم بالاتصال)، وهو الشخص الذي يقوم بالاتصال أي بإرسال المعنى والأفكار إلى الآخرين سواء بطريقة مباشرة أو من خلال وسيلة تعينه على ذلك، ومن ثم فهو الخطيب والمدرس والمذيع والكاتب في الصحيفة ومؤلف الكتاب... إلخ<sup>1</sup>، حسب ما ورد في معجم المصطلحات الاعلامية للدكتور "كرم شلبي".

وبالنسبة للصحافة المكتوبة فإن المرسل هو الكاتب الصحفي وما يقدمه يسمى مادة صحفية وما تشتمل عليه من أخبار وتحقيقات ومقالات وصور ورسوم.

وبتعبير آخر فإن محتوى المادة الصحفية هو بالنسبة للمتلقي عبارة عن رموز يتطلب حلها، تمثل الكلمة لفض تدل على معنى في ذاتها كالفعل والاسم أو باتصالها مع سواها كالحرف، كما يوردها "جبور عبد النور" في معجمه الأدبي بها الوحدة البنائية الرئيسية، وبذلك فإن رجوع

<sup>1</sup> كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

الصدى المرجو من طرف القائم بالاتصال يعد أساساً لحسن توظيف تلك الكلمة ومختلف المعاني المحمولة عليها.

وعليه تحدد المعاني الدلالات التي تحملها عديد الرموز المستعملة في تشكيل النص مسار الرسالة الاعلامية ودرجة تقبلها.

وهي تشير إلى الارتباط بين الرموز، تعد دراسة المعنى الموضوع الأساسي لعلم الدلالات الاتصالية من صور وكلمات وما تشير إلى معانٍ، ويأتي اختيار الفرد للرموز إنطلاقاً من دلالاتها الضمنية وقدرتها على نقل المعنى الذي يؤثر في الآخرين، وعلى الجانب الآخر لا يتم مجرد استقبال لهذه الرموز، ولكن تفسيرها للوصول إلى دلالاتها الصحفية والاستجابة التي تتفق مع هذه الدلالة، ذلك أنه طبقاً لنظريات المعرفة الادراكية فإن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الادراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> عبد الفتاح ابراهيم عبد الغني، مرجع سبق ذكره ، ص 34.

## خلاصة:

تتمثل القراءة في بناء معنى معين خلال تفاعل القارئ مع النص الذي عبر عنه الكاتب بدوره لإيصال فكرة محددة أو معنى كان يدور في ذهنه، كما يراها الآخرون على أنها ترجمة للرموز المكتوبة بكل بساطة.

أما المقروئية فهي نتاج تفاعل القارئ مع المادة المقروءة بعد المرور بمراحل القراءة المختلفة ليظهر بذلك مدى التوافق بينهما.

أما العوامل المؤثرة فيها فهي جيد واضحة والتي تمثلت في العوامل الفيزيائية والتي تهتم بالطباعة خاصة مثل لون الحروف وحجمها وغيرها....

ومن هنا تلك العوامل المرتبطة بالقارئ مثل مكتسباته العلمية السابقة وقدرته القرائية وأخرى كثيرة، وكذلك العوامل المرتبطة بالنص كطبيعة المحتوى مثلاً.



# الفصل الرابع :

استقراء عينة من طلبة علوم  
الاعلام والاتصال عن مقروئية  
الصحافة الالكترونية

## المبحث الأول: الدوافع والإشباعات المحققة من استخدام الصحافة الإلكترونية لدى الطلبة

### 1. أسباب قراءة الصحف الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
تعد بديلاً عن الصحافة المكتوبة	14	20
لا تكلفني كثيراً من الجهد والمال	16	22.9
تصدر قبل الصحف الورقية	13	18.6
تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل	8	11.4
تساير تكنولوجيا العصر	19	27.1
المجموع	70	100

يميل الطلبة إلى قراءة الصحف الالكترونية لأنها أولاً تساير تكنولوجيا العصر بنسبة 27.1% ثم لا تكلف الجهد والمال نسبة 22.9%، ثم بنسبة 20% لأنها تعد بديل للصحافة المكتوبة وبعدها بنسبة 18.6% لأنها تصدر قبل تلك الورقية وفي الأخير لأن تميل إلى التفاصيل والتحليل بنسبة 11.4%.

## علاقة متغير النوع بأسباب قراءة الصحف الالكترونية

النوع / الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
تعد بديلا عن الصحافة المكتوبة		11.4	8	8.6	6	20	14
لا تكلفني كثيرا من الجهد والمال		12.9	9	10	7	22.9	16
تصدر قبل الصحف الورقية		10	7	8.6	6	18.6	13
تميل أكثر الى التفصيل والتحليل		4.3	3	7.1	5	11.4	8
تساير تكنولوجيا العصر		12.9	9	14.2	10	27.1	19
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

يتبين من خلال نتائج هذا الجدول أن الطلبة الذكور وبأعلى نسبة تقدر ب-12.9% يقبلون على الصحافة الالكترونية نتيجة مسايرتها لتكنولوجيا العصر وعدم تكليفها الكثير من الجهد والمال، أما 11.4% منهم يرون بأنها بديل عن الصحافة الورقية، في حين أن أقل نسبة منهم يفضلونها لأنها تميل إلى التفصيل والتحليل أكثر من الصحافة المكتوبة، وبالموازات على الاناث فإن أكبر نسبة منهم والمقدرة ب-14.2% يقبلون على الصحافة الالكترونية كونها تساير تكنولوجيا العصر، وبالدرجة الثانية أنها لا تكلفهم كثير من الجهد والمال وتعد بديل عن الصحف المكتوبة بنسبة 8.6%، ونسبة قليلا منهم 7.1% يعتمدون على الصحف الالكترونية لأنها أكثر تفصيلاً وتحليلاً .

## علاقة متغير الفئة العمرية بأسباب قراءة الصحف الالكترونية

الاجابة	الفئة العمرية		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
تعد بديلا عن الصحافة المكتوبة	3	4.3	10	14.2	1	1.4	14	20		
لا تكلفني كثيرا من الجهد والمال	5	7.2	6	8.6	5	7.2	16	22.9		
تصدر قبل الصحف الورقية	2	2.9	9	12.9	2	2.9	13	18.6		
تميل أكثر الى التفصيل والتحليل	0	0	8	11.4	0	0	8	11.4		
تساير تكنولوجيا العصر	5	7.2	12	17.7	2	2.9	19	27.1		
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100		

صوت عدد كبير من الطلبة وبنسبة 27.1% على أن أسباب قراءتهم للصحف الالكترونية يعود إلى فعل أنها تسير تكنولوجيا العصر وتوزعت هذه النسبة على 17.7% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-7.2% لفئة 18 إلى 21 سنة و-2.9% لفئة من 26 إلى 30 سنة، وهناك من يظنون أنها لا تكلفهم كثير من الجهد والمال وكانت نسبتهم 22.9% موزعة على 8.6% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-7.2% لفئة 18 إلى 21 سنة و-7.2% لفئة من 26 إلى 30 سنة، وهناك من يقول أنها تعد بديلة عن الصحافة المكتوبة بنسبة 20% موزعة على 14.2% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-4.3% لفئة 18 إلى 21 سنة و-1.4% لفئة من 26 إلى 30 سنة.

## علاقة متغير المستوى الجامعي بأسباب قراءة الصحف الالكترونية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الإجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	1.4	1	11.4	8	7.2	5	تعد بديلا عن الصحافة المكتوبة
22.9	16	2.9	2	14.2	10	5.7	4	لا تكلفني كثيرا من الجهد والمال
18.6	13	1.4	1	10	7	7.2	5	تصدر قبل الصحف الورقية
11.4	8	0	0	4.3	3	7.2	5	تميل أكثر الى التفصيل والتحليل
27.1	19	4.3	3	12.9	9	10	7	تساير تكنولوجيا العصر
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يبين الجدول أن طلبة الماستر هم الأكثر مشاركتاً وأكثر الأسباب التي تدفعهم لقراءة الصحف الالكترونية هي لأنها لا تكلفهم كثير من الجهد والمال بنسبة 14.2% ليأتي بعدها مسايرتها لتكنولوجيا العصر بنسبة 12.9%، ثم في المرتبة الثالثة فعل أنها تعد بديلاً عن الصحافة المكتوبة، أما أكثر الأسباب جاذبية بالنسبة لطلبة الليسانس والدكتوراه هي مسايرتها لتكنولوجيا العصر وذلك بنسبة 10% لطلبة الليسانس و-4.3% لطلبة الدكتوراه، فيوجد هناك تباين بين آراء الطلبة حسب مستوياتهم .

## علاقة متغير الوضعية المهنية بأسباب قراءة الصحف الالكترونية

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	الاجابة
20	14	10	7	10	7	تعد بديلا عن الصحافة المكتوبة
22.9	16	5.7	4	17.1	12	لا تكلفني كثيرا من الجهد والمال
18.6	13	0	0	18.6	13	تصدر قبل الصحف الورقية
11.4	8	0	0	11.4	8	تميل اكثر الى التفصيل والتحليل
27.1	19	5.7	4	21.4	15	تساير تكنولوجيا العصر
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

كان أحد أسباب لجوء الطلبة الجامعيين لقراءة الصحف الالكترونية هو مسيرتها لتكنولوجيا العصر وذلك بنسبة 21.4% كأول درجة ولأنها تصدر قبل الصحف الورقية بنسبة 18.6% متبوعة عن قرب من الذين يرون أنها لا تكلفهم كثير من الجهد والمال، أما أكثر الأسباب إستقطاباً للطلبة الموظفون فهي فعل أن الصحف الالكترونية تعد بديل للصحف المكتوبة وذلك بنسبة 10 %

## 2. المضامين يفضل قراءتها في الصحف الإلكترونية

النسبة %	التكرار	الاجابة
22.9	16	المضامين الاخبارية
15.7	11	المضامين العلمية
14.3	10	القضايا السياسية
7.1	5	مواضيع الرأي والأعمدة
28.6	20	المواضيع الرياضية
11.4	8	المواضيع الثقافية والأدبية
100	70	المجموع

يبين الجدول أن نسبة 28.6% يفضلون قراءة المواضيع الرياضية و22.9% آخرون المضامين الاخبارية، أما الذين يفضلون المضامين العلمية فنسبتهم 15.7% و 14.3% للقضايا السياسية، أما المواضيع الثقافية والأدبية ومواضيع الرأي والأعمدة فنسبتهم 11.4% و 7.1% حسب الترتيب.

## علاقة متغير النوع بالمضامين يفضل قراءتها في الصحف الالكترونية

النوع / الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
المضامين الاخبارية		14.2	10	8.6	6	22.9	16
المضامين العلمية		4.3	3	11.4	8	15.7	11
القضايا السياسية		5.7	4	8.6	6	14.3	10
مواضيع الرأي والأعمدة		2.9	2	4.3	3	7.1	5
المواضيع الرياضية		21.4	15	7.2	5	28.6	20
المواضيع الثقافية والأدبية		2.9	2	8.6	6	11.4	8
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

يبين الجدول أن أغلب الطلبة الذكور يفضلون قراءة المواضيع الرياضية بنسبة 21.4% والمضامين الاخبارية في الدرجة الثانية بنسبة 14.2%، أما من جهة الاناث فكانت أكثر المضامين إقبال من طرفهن هي المضامين العلمية بنسبة 11.4% ثم المضامين الاخبارية والمواضيع الثقافية والأدبية بنسبة متماثلة 8.6%، فلحد أن الفئتين يختلفن في اختيارهم للمضامين المقروءة .



## علاقة متغير الفئة العمرية بالمضامين يفضل قراءتها في الصحف الالكترونية

الفئة العمرية الاجابة	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
المضامين الاخبارية	5	7.2	11	15.7	0	0	16	22.9
المضامين العلمية	1	1.4	8	11.4	2	2.9	11	15.7
القضايا السياسية	3	4.3	6	8.6	1	1.4	10	14.3
مواضيع الرأي والأعمدة	0	0	5	7.1	0	0	5	7.1
المواضيع الرياضية	6	8.6	10	11.4	4	5.7	20	28.6
المواضيع الثقافية والأدبية	0	0	5	7.2	3	4.3	8	11.4
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

أكبر نسبة مسجلة هي نسبة الطلبة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و 25 سنة الذين يفضلون المضامين الاخبارية وذلك بنسبة 15.7% ليلهم في نفس الفئة العمرية الذين يفضلون المضامين العلمية والمواضيع الرياضية بنفس النسبة وهي 11.4%، أما فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و- 21 سنة فكان الذين يفضلون المواضيع الرياضية أكثر بنسبة 8.6% ثم المضامين الاخبارية بنسبة 7.2% لتليها القضايا السياسية بنسبة 4.3%، أما الذين تتراوح اعمارهم بين 26 و- 30 سنة فكانوا قليلون إذ أن اغلبهم اختاروا المواضيع الرياضية بنسبة 5.7%

## علاقة متغير المستوى الجامعي بالمضامين يفضل قراءتها في الصحف الإلكترونية

الإجابة	المستوى الجامعي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
المضامين الاخبارية	4	5.7	11	15.7	1	1.4	16	22.9		
المضامين العلمية	5	7.2	3	4.3	3	4.3	11	15.7		
القضايا السياسية	2	2.9	8	11.4	0	0	10	14.3		
مواضيع الرأي والأعمدة	2	2.9	3	4.3	0	0	5	7.1		
المواضيع الرياضية	10	14.2	8	11.4	2	2.9	20	28.6		
المواضيع الثقافية والأدبية	3	4.3	4	5.7	1	1.4	8	11.4		
المجموع	26	37.1	37	52.9	7	10	70	100		

نستنتج من خلال تحليل هذا الجدول أن طلبة الليسانس اختاروا المواضيع الرياضية كأكثر المضامين إقبالاً في الصحف الإلكترونية بنسبة 14.2%، لتتبعها المضامين العلمية بنسبة 7.2% متبوعة عن قرب بالمضامين الاخبارية بنسبة 5.7%، أما طلبة الماستر فيفضلون المضامين الاخبارية متبوعة بالقضايا السياسية والمواضيع الرياضية بنسبتي 11.4% لكل منهما، ففيما يخص طلبة الدكتوراه فكانت أعلى نسبة للطلبة الذين يفضلون المضامين العلمية بنسبة 4.3% لتتبعها المواضيع الرياضية بنسبة 2.9%

## علاقة متغير الوضعية المهنية بالمضامين يفضل قراءتها في الصحف الالكترونية

الوضعية المهنية		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
الاجابة		تكرار		النسبة %		تكرار	
		النسبة %		تكرار		النسبة %	
المضامين الاخبارية		9	12.9	7	10	16	22.9
المضامين العلمية		7	10	4	5.7	11	15.7
القضايا السياسية		9	12.9	1	1.4	10	14.3
مواضيع الرأي والأعمدة		5	7.2	0	0	5	7.1
المواضيع الرياضية		18	25.7	2	2.9	20	28.6
المواضيع الثقافية والأدبية		7	10	1	1.4	8	11.4
المجموع		55	78.6	15	21.4	70	100

احتلت المواضيع الرياضية المرتبة الاولى من بين المضامين المفضلة عند الطلبة الجامعيين الغير الموظفين بنسبة 25.7% متبوعة بالمضامين الاخبارية والقضايا السياسية بنسبة 12.9% لكل واحدة منهما، أما بالنسبة للطلبة الموظفون فيميلون أكثر إلى المضامين الاخبارية وذلك بنسبة 10% لبقائهم دائماً على دراية بما يجري حولهم، حيث نجد في المرتبة الثانية المضامين العلمية بنسبة 5.7 %

### 3. أنواع التفاعلية المستخدمة في مطالعة الصحف الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
البريد الالكتروني	14	20
عبر صفحة التواصل	15	21.4
استطلاع الراي والاستفتاء	10	14.3
المدونة	31	44.3
المجموع	70	100

يتفاعل أغلبية المبحوثين مع الصحافة الالكترونية عبر المدونة بنسبة تمثل 44.3% من عدد المبحوثين، وكانت نسبة المتفاعلين عبر صفحة التواصل 21.4% حيث لم تكن بعيدة عنها فئة المستعملين للبريد الالكتروني بنسبة 20%، أما أشب استطلاع الراي والاستفتاء فكانت نسبتهم 14.3% فقط

## علاقة متغير النوع بأنواع التفاعلية المستخدمة في مطالعة الصحف الالكترونية

النوع		ذكر		انثى		المجموع
الاجابة		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
		11.4	8	8.6	6	20
البريد الالكتروني		10	7	11.4	8	21.4
عبر صفحة التواصل		10	7	4.3	3	14.3
استطلاع الراي والاستفتاء		17.1	12	27.2	19	44.3
المدونة		51.4	36	48.5	34	100
المجموع						

يستعمل أغلب الطلبة الذكور المدونة في تفاعلهم مع المضامين المقروءة في الصحف الالكترونية بنسبة 17.1% ليليها البريد الالكتروني بنسبة 11.4%، بينما لاحظنا تشابه فالنسب بين صفحة التواصل واستطلاع الراي والاستفتاء ب-10% لكل وحدة منهم، حيث كانت أعلى نسبة عند الاناث هي نسبة اللواتي فضلن المدونة بنسبة 17.1% لتأتي في الدرجة الثانية صفحة التواصل بنسبة 11.4%، فيبين الجدول أن المدونة كانت أكثر الأنواع استخداماً في التفاعلية عند قراءة الصحف الالكترونية لدى النوعين.

## علاقة متغير الفئة العمرية بأنواع التفاعلية المستخدمة في مطالعة الصحف الالكترونية

المجموع		من 26 الى 30		من 22 الى 25		من 18 الى 21		الفئة العمرية الاجابة
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	8.6	6	5.7	4	5.7	4	البريد الالكتروني
21.4	15	1.4	1	20	14	0	0	عبر صفحة التواصل
14.3	10	2.9	2	10	7	1.4	1	استطلاع الراي والاستفتاء
44.3	31	1.4	1	27.1	19	11.4	10	المدونة
100	70	14.28	10	64.28	45	21.42	15	المجموع

كانت أعلى نسبة للذين يتفاعلون مع الصحف الالكترونية عن طريق المدونة بنسبة 44.3% موزعة في 27.1% من الذين تتراوح اعمارهم بني 22 و-25 سنة و 11.4% لفئة ما بين 18 و-21 سنة لتأتي في الأخير فئة ما بين 26 و-30 سنة بنسبة 1.4%.

## علاقة متغير المستوى الجامعي بأنواع التفاعلية المستخدمة في مطالعة الصحف الالكترونية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	4.3	3	8.6	6	7.2	5	البريد الالكتروني
21.4	15	0	0	7.2	5	14.2	10	عبر صفحة التواصل
14.3	10	4.3	3	1.4	1	8.6	6	استطلاع الراي والاستفتاء
44.3	31	1.4	1	35.6	25	7.2	5	المدونة
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

كما لا حظنا في المتغير السابق أن المدونة أخذت أعلى نسبة عند طلبة الماستر بنسبة 35.6% ليليهما البريد الالكتروني كثاني أكثر أنواع التفاعل إستخداماً من طرف الطلبة بنسبة 8.6% متبوعاً من قرب بصفحة التواصل بنسبة 7.2%، أما طلبة الليسانس فأختاروا صفحة التواصل كأكثر الأنواع إختياراً للتفاعل بنسبة 14.2%، بينما إختار طلبة الدكتوراه كل من البريد الالكتروني وإستطلاع الرأي والاستفتاء بنسبة 4.3% لكل منهما .

## علاقة متغير الوضعية المهنية بأنواع التفاعلية المستخدمة في مطالعة الصحف الالكترونية

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	4.3	3	15.7	11	البريد الالكتروني
21.4	15	1.4	1	20	14	عبر صفحة التواصل
14.3	10	4.3	3	10	7	استطلاع الرأي والاستفتاء
44.3	31	11.4	8	32.9	23	المدونة
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

تبقى المدونة أكثر الأنواع تفاعلاً مثلما لاحظنا مع المتغيرات الأخرى السابقة، حيث سجلت أعلى نسبة في الصنفين ب-32.9% عند الطلبة الجامعيين و-11.4% عند الطلبة والموظفين في نفس الوقت، أما في المرتبة الثانية نجد صفحة التواصل بنسبة 20% عند الطلبة الجامعيين يليها البريد الالكتروني بنسبة 15.7%، في حين تساوت النسب عند الطلبة والموظفين إذ سجل كل من البريد الالكتروني واستطلاع الرأي والاستفتاء نسبة 4.3 %



#### 4. أنواع الاشباعات والرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
التزويد بالأخبار والتحليلات	29	41.3
خدمة الحوار وتبادل الآراء	10	14.3
تلبية كافة الاحتياجات الصحفية	2	2.9
الترفيه والتسلية	20	28.6
اكتساب مهارات جديدة	9	12.9
المجموع	70	100

يبين الجدول أن 41.3% من المبحوثين يقرأ الصحف الالكترونية ليتزود بالآخبار والتحليلات و-28.6% آخرون من أجل التسلية فقط، أما 14.3% منهم فمن أجل خدمة الحوار وتبادل الآراء و-12.9% آخرون من أجل اكتساب مهارات جديدة بفعل اختصاصهم في الميدان، ليأتي في الأخير 2.9% المتبقية من أجل تلبية كافة الاحتياجات الصحفية .

## علاقة متغير النوع بالاشباع والرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
التزويد بالأخبار والتحليلات	11	15.7	18	25.7	29	41.3
خدمة الحوار وتبادل الآراء	6	8.6	4	5.7	10	14.3
تلبية كافة الاحتياجات الصحفية	2	2.9	0	0	2	2.9
الترفيه والتسلية	13	18.6	7	10	20	28.6
اكتساب مهارات جديدة	4	5.7	5	7.2	9	12.9
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

إن أكثر الاشباع المحققة عند أغلب الطلبة الذكور حين مطالعتهم الصحف الالكترونية هي الترفيه والتسلية بنسبة 18.6% ليتبعها عامل تزويدهم بالاعلام والتحليلات بنسبة 15.7%، أما من جهة الاناث فكان التزويد بالأخبار والتحليلات أكثر الاشباع تحقيقاً بنسبة 25.7% حيث يرون أن أهم ثاني الاشباع تحقيقاً وهو اكتسابهن مهارات جديدة بنسبة 7.2%، فنلاحظ أن الآراء تتبين عند النوعين إذ أن الذكور يفضلون التسلية والترفيه بينما الاناث يميلون أكثر إلى التزويد بالأخبار والتحليلات .

## علاقة متغير الفئة العمرية بالاشباع والرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية

الاجابة	الفئة العمرية		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
التزويد بالأخبار والتحليلات	8	11.4	19	27.1	2	2.9	29	41.3		
خدمة الحوار وتبادل الآراء	2	2.9	3	4.3	5	7.2	10	14.3		
تلبية كافة الاحتياجات الصحفية	0	0	2	2.9	0	0	2	2.9		
الترفيه والتسلية	3	4.3	16	22.9	1	1.4	20	28.6		
اكتساب مهارات جديدة	2	2.9	5	7.2	2	2.9	9	12.9		
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100		

سجلت الاجابة (التزويد بالأخبار والتحليلات) أعلى نسبة ب 27.1% من ناحية الرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية منسوبة الى فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 22 و 25 سنة، كما كان الحال عند فئة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 21 سنة اذ سجلوا اعلى نسبة في التزويد بالايخبار و التحليلات بنسبة 11.4%، اما فئة ما بين 26 و-30 سنة فكانت عندهم خدمة الحوار وتبادل الآراء اكثر الاشباعات تحقيقا بنسبة 7.2% .

## علاقة متغير المستوى الجامعي بالاشباع والرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية

الاجابة	المستوى الجامعي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
التزويد بالأخبار والتحليلات	12	17.1	13	18.6	4	5.7	29	41.3		
خدمة الحوار وتبادل الآراء	6	8.6	2	2.9	2	2.9	10	14.3		
تلبية كافة الاحتياجات الصحفية	2	2.9	0	0	0	0	2	2.9		
الترفيه والتسلية	5	7.2	14	20	1	1.4	20	28.6		
اكتساب مهارات جديدة	1	1.4	8	11.4	0	0	9	12.9		
المجموع	26	37.1	37	52.9	7	10	70	100		

سجل عامل التزويد بالأخبار والتحليلات أكبر نسبة في الجدول الذي يبين الاشباع والرضا المحققة عند مطالعة الصحف الالكترونية بنسبة 41.3%، وانقسم هذه النسبة طلبة الماستر والليسانس بنسبتين متقاربتين وهما 18.6% للأولى و-17.1% للثانية، وكانت أدنى نسبة في الجدول هي 2.9% وسجلها الطلبة الذين قالوا أنها تلبى كافة الاحتياجات الصحفية.

## علاقة متغير الوضعية المهنية بالاشباع والرضا المحققة في مطالعة الصحف الالكترونية

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
41.3	29	15.7	11	25.7	18	التزويد بالأخبار والتحليلات
14.3	10	4.3	3	10	7	خدمة الحوار وتبادل الآراء
2.9	2	0	0	2.9	2	تلبية كافة الاحتياجات الصحفية
28.6	20	1.4	1	27.1	19	الترفيه والتسلية
12.9	9	0	0	12.9	9	اكتساب مهارات جديدة
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

اختار الطلبة الجامعيين الترفيه والتسلية كأكثر الاشباع المحققة من طرف الصحف الالكترونية بدرجة أولى وبنسبة 27.1% ليله عن قرب التزويد بالأخبار والتحليلات بنسبة 25.7%، أما من جهة الطلبة والموظفين في نفس الوقت فتزودهم بالأخبار والتحليلات كان أكثر الاشباع والرضا المحققين من طرف الصحف الالكترونية بنسبة 15.7 %

## المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال للصحافة الالكترونية

### 5. عادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
دائماً	14	20
احياناً	35	55.7
نادراً	17	24.3
المجموع	70	100

يبين الجدول أن 55.7% هم الطلبة الذين يستخدمون الصحافة الالكترونية أحياناً و- 24.3% نادراً ما يستخدمونها، أما 20% المتبقين فيستخدمونها بصفة دائمة لمتابعة الاخبار يوميا على سبيل المثال.

## علاقة متغير النوع بعادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية :

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً	9	12.9	5	7.1	14	20
احيانا	20	28.6	19	27.1	39	55.7
نادرا	7	10	10	14.3	17	24.3
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

يبين الجدول أنه أكثر من نصف الطلبة يستخدمون الصحف الالكترونية بصفة غير منتظمة، حيث كانت نسبة الذكور الذين أجابوا كذلك 28.6% والانات ب-27.1%، ثم تأتي فئة الذين يستخدمونها دائماً في المرتبة الثانية لدى الذكور بنسبة 12.9%، بينما عند الاناث احتلت المرتبة الثانية اللواتي يستخدمنها نادراً .

## علاقة متغير الفئة العمرية بعادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية :

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً		3	4.3	7	10	4	5.7	14	20
احياناً		7	10	27	38.6	5	7.2	39	55.7
نادراً		5	7.2	11	15.7	1	1.4	17	24.3
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن معظم الطلبة يقبلون أحياناً على الصحف الالكترونية بنسبة 55.7% منقسمة إلى 38.6% تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة و-10% من 18 إلى 21 سنة و-7.2% ما بين 26 و-30 سنة، أما الذين اجابوا بنادراً فكانت نسبتهم 24.3% موزعة في 15.7% تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة و-7.2% من 18 إلى 21 سنة و-1.4% ما بين 26 و-30 سنة.



## علاقة متغير المستوى الجامعي بعادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية :

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	5.7	4	4.3	3	10	7	دائماً
55.7	39	4.3	3	37.1	26	14.2	10	احيانا
24.3	17	0	0	11.4	8	12.9	9	نادراً
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يبين لنا الجدول أن أغلب الطلبة وهم طلبة الماستر يستخدمون الصحافة الالكترونية أحياناً وبنسبة 37.1 % ليتبعها الذين يستخدمونها نادراً بنسبة 11.4 % من نفس الفئة، حيث نلاحظ نفس الترتيب عند طلبة الليسانس لكن بنسب مختلفة ب-14.2 % للذين يستخدمونها أحياناً و-12.9 % للذين يستخدمونها نادراً، أما طلبة الدكتوراه فأغلبهم يستخدمونها بصفة دائماً بنسبة 5.7 %.

علاقة متغير الوضعية المهنية بعادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية :

الوضعية المهنية الاجابة		طالب جامعي		طالب وموظف		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
دائما		12.9	9	7.2	5	20	14
احيانا		47.1	33	8.6	6	55.7	39
نادرا		18.6	13	5.7	4	24.3	17
المجموع		78.6	55	21.4	15	100	70

يبين الجدول أن أغلب الطلبة وهم جامعيين وليسوا موظفين بنسبة 47.1% يستخدمون الصحافة الالكترونية أحيانا، بين كانت أقل نسبة فيهم تستخدمها بصفة نادرة وكانت نسبتهم 5.7% وهم طلبة وموظفون في نفس الوقت.

## 6. مكان مطالعة الطالب للصحافة الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
في المنزل	63	90
في المقاهي	2	2.9
في الجامعة	5	7.1
المجموع	70	100

يبين الجدول أن معظم الطلبة المبحوثين وبنسبة 90% يطالعون الصحافة الالكترونية في المنزل، بينما نسبة الذين يقبلون عليها في الجامعة قدرت ب-7.1%، أما المقبلين عليها من المقاهي فيمثلون نسبة 2.9% فقط .

## علاقة متغير النوع بمكان مطالعة الطالب للصحافة الالكترونية :

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
في المنزل	31	44.3	32	45.7	63	90
في المقاهي	2	2.9	0	0	2	2.9
في الجامعة	3	4.3	2	2.8	5	7.1
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

يطالع أغلب الطلبة الذكور الصحف الالكترونية في المنازل بنسبة 44.3% لتليها فئة الذكور الذين يطالعونها في الجامعة بنسبة أقل بكثير 4.3% ليأتي في الأخير الذين يطالعونها في المقاهي بنسبة 2.9%، أما بمنصب للإناث فكانت أعلى نسبة للواتي يوطعنهن في المنازل بنسبة 45.7% وهذا شيء طبيعي.

علاقة متغير الفئة العمرية بمكان مطالعة الطالب للصحافة الالكترونية :

الفئة العمرية الاجابة	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
في المنزل	13	18.6	43	61.4	7	10	63	90
في المقاهي	0	0	0	0	2	2.9	2	2.9
في الجامعة	2	2.9	2	2.9	1	1.4	5	7.1
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن أكبر نسبة من الطلبة الذين يطلعون الصحف الالكترونية في المنزل تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة بنسبة 61.4% لتليها فئة من 18 إلى 21 سنة بنسبة 18.6% وفئة من 26 إلى 30 سنة بنسبة 10%، أما الذين يطالعونها في الجامعة والمقاهي فكانت نسبهم قليلة حيث قدرت ب-7.1% و-2.9%

علاقة متغير المستوى الجامعي بمكان مطالعة الطالب للصحافة الالكترونية :

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
								الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
90	63	4.3	3	52.9	37	32.9	23	في المنزل
2.9	2	2.9	2	0	0	0	0	في المقاهي
7.1	5	2.9	2	0	0	4.3	3	في الجامعة
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يطالع معظم الطلبة وبنسبة 90% من العدد الاجمالي للعينة الصحافة الالكترونية في المنازل، وتوزعت هذه النسبة في 52.9% لطلبة الماستر و-32.9% لطلبة الليسانس و4.3% لطلبة الدكتوراه فقط وهذا عائد إلى قلت عددهم في العينة، أما أدنى نسبة كانت للذين يطالعون الصحف الالكترونية في المقهى وهذا بنسبة 2.9%

علاقة متغير الوضعية المهنية بمكان مطالعة الطالب للصحافة الالكترونية :

الوضعية المهنية الإجابة		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
في المنزل		74.3	52	15.7	11	90	63
في المقاهي		0	0	2.9	2	2.9	2
في الجامعة		4.3	3	2.9	2	7.1	5
المجموع		78.6	55	21.4	15	100	70

يطالع عدد كبير من الطلبة وبنسبة 90% منهم الصحافة الالكترونية في المنازل ومثلت هذه النسبة عدد كبير من الطلبة في كلا الصنفين سواء طلبة جامعيين (74.3%) أو طلبة وموظفون (15.7%)، حيث أجاب طالبين فقط (في المقاهي) وهم طلبة وموظفون وكانت نسبتهم 2.9%

## 7. الفترة التي يطلع فيها الطالب الصحافة الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
في الصباح	16	22.9
في المساء	28	40
في الليل	26	37.1
المجموع	70	100

يبين الجدول أن نسبة 40% وبأكبر نسبة هم الطلبة الذين يطالعون الصحف الالكترونية في الفترة المسائية من اليوم، حيث يطالع نسبة 37.1% في الفترة الليلية، ثم تأتي الفئة المتبقية بنسبة 22.9% وهم الذين يطالعونها في الفترة الصباحية.



علاقة متغير النوع بالفترة التي يطلع فيها الطالب الصحافة الالكترونية :

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
في الصباح	9	12.9	7	10	16	22.9
في المساء	13	18.6	15	21.4	28	40
في الليل	14	20	12	17.1	26	37.1
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

كانت أكثر الفترات إختياراً من طرف الذكور لمطالعتهم للصحافة الالكترونية وهي الفترة الليلية بنسبة 20% لتليها من قريب الفترة المسائية بنسبة 18.6%، أما عند الاناث فلم يكن كذلك إذ اخترن الفترة المسائية لمطالعة هذه الصحف الالكترونية بنسبة 21.4% لتليها الفترة الليلية بنسبة 17.1%، فنلاحظ أنه يوجد إختلاف بين النوعين وإنعكاس الفترتين الليلية والمسائية .

علاقة متغير الفئة العمرية بالفترة التي يطلع فيها الطالب الصحافة الالكترونية :

الفئة العمرية الاجابة	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
في الصباح	5	7.2	9	12.9	2	2.9	16	22.9
في المساء	6	8.6	17	24.3	5	7.2	28	40
في الليل	4	5.7	19	27.1	3	4.3	26	37.1
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن معظم الطلبة يطلعون الصحف في الفترة الليلية بنسبة 40% وهم 24.3% تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة و-8.6% بين 18 و-21 سنة و-7.2% من 26 إلى 30 سنة، أما الذين يطالعونها في الفترة الليلية فنسبتهم 37.1% موزعة بأكبر نسبة بطبيعة الحال على فئة ما بين 22 و-25 سنة بنسبة 27.1% و-5.7% لأولئك الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة و-4.3% للفئة العمرية ما بين 26 إلى 30 سنة .

## علاقة متغير المستوى الجامعي بالفترة التي يطلع فيها الطالب الصحافة الالكترونية :

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
22.9	16	1.4	1	15.7	11	5.7	4	في الصباح
40	28	2.9	2	17.1	12	20	14	في المساء
37.1	26	5.7	4	20	14	11.4	8	في الليل
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

استنتجنا أن أغلب الطلبة عند تقريباً المستويات الثلاث يفضلون الفترة الليلية لمطالعتهم للصحافة الالكترونية حيث كانت نسبة طلبة الليسانس ب-11.4% وطلبات الماستر 20% أما طلبة الدكتوراه ف سجلوا 5.7%، أما أكثر الفترات إختياراً عند طلبات الليسانس فكانت الفترة المسائية بنسبة 20 %

## علاقة متغير الوضعية المهنية بالفترة التي يطلع فيها الطالب الصحافة الالكترونية :

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
22.9	16	5.7	4	17.1	12	في الصباح
40	28	10	7	30	21	في المساء
37.1	26	5.7	4	31.4	22	في الليل
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

كانت أعلى نسبة هي نسبة 31.4% وهم الطلبة الجامعيين الذين يطالعون الصحف الالكترونية في الفترة الليلية، أما أدنى نسبتي مسجلتين وهما 5.7% للطلبة والموظفين الذين يطالعون الصحافة الالكترونية في الفترة الصباحية ونفس النسبة وعدد الطلبة الذين يطالعونها في الفترة الليلية

## 8. متوسط الوقت الذي يخصصه الطالب في قراءة الصحافة الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
اقل من 15 د	37	52.9
من 15 د الى 30 د	26	37.1
30 د فما فوق	7	10
المجموع	70	100

يطالع الصحافة الالكترونية 52.9% من المبحوثين في فترة معدلها [أقل من 15 د] حيث تطالع نسبة 37.1% في فترة معدلها [من 15 إلى 30 د]، أما الفئة المتبقية والتي تقدر ب-10% فتقبل على هذه الصحف لمدة [30 د فما فوق].

## علاقة متغير النوع بمتوسط الوقت الذي يخصصه الطالب في قراءة الصحافة الالكترونية

النوع / الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
اقل من 15 د		16	22.9	21	30	37	52.9
من 15 د الى 30 د		16	22.9	10	14.2	26	37.1
30 د فما فوق		4	5.7	3	4.3	7	10
المجموع		36	51.4	34	48.5	70	100

تخصص 30% من الاناث المبحوثات اقل من 15 د في قراءة الصحف الالكترونية مقابل 22.9% للذكور، و-22.9% أيضاً اخرين من الذكور الذين يخصصون لها من 15 إلى 30 د مقابل 14.2% فقط للإناث، أما في الأخير فكانت نسب 5.7% و-4.3% للذكور والاناث الذين يخصصون لها 30 د فما فوق .

## علاقة متغير الفئة العمرية بمتوسط الوقت الذي يخصصه الطالب في قراءة الصحافة الالكترونية

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
اقل من 15 د		4	5.7	28	40	5	7.2	37	52.9
من 15 الى 30 د		9	12.9	13	18.6	4	5.7	26	37.1
30 د فما فوق		2	2.9	4	5.7	1	1.4	7	10
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن أعلى نسبة هي 52.9% وتمثل الذين أجابوا بأقل من 15 د حيث كانت الفئة من 22 إلى 25 سنة الأكثر تواجد في هذه النسبة بنسبة 40% منها، أما الذين أجاب من 15 إلى 30 د فكانت أعلى نسبة كذلك هي فئة من 22 إلى 25 سنة أيضاً، لتأتي في الأخير الفئة الذين اجابوا من 30 د فما فوق فكانت نسبتهم الاجمالية 10% فقط

## علاقة متغير المستوى الجامعي بمتوسط الوقت الذي يخصصه الطالب في قراءة الصحافة الالكترونية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
52.9	37	2.9	2	35.7	25	14.2	10	اقل من 15 د
37.1	26	4.3	3	12.9	9	20	14	من 15 د الى 30 د
10	7	2.9	2	4.3	3	2.9	2	30 د فما فوق
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يخصص معظم الطلبة وخاصةً طلبة الماستر وبنسبة 35.7% من نسبة 52.9% الذين أجاب بالمثل أقل من 15 دقيقة في قراءة الصحف الالكترونية، كما كان عدد الذين يخصصون لها 30 دقيقة فما فوق جيد قليل وكان عددهم 7 طلبة فقط بنسبة 10% من عدد العينة الاجمالي.



## علاقة متغير الوضعية المهنية بمتوسط الوقت الذي يخصصه الطالب في قراءة الصحافة الالكترونية

الوضعية المهنية الإجابة		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
أقل من 15 د		41.3	29	11.4	8	52.9	37
من 15 د الى 30 د		30	21	7.2	5	37.1	26
30 د فما فوق		7.2	5	2.9	2	10	7
المجموع		78.6	55	21.4	15	100	70

يخصص أغلب الطلبة الجامعيين وبنسبة 41.3% أقل من 15 دقيقة لقراءة الصحف الالكترونية وهي أعلى نسبة في الجدول، حيث كانت أدنى نسبة تمثل الطلبة والموظفون الذين يخصصون أكثر من 30 دقيقة لقراءة الصحف الالكترونية وكانت نسبتهم 2.9% فقط

## 9. الوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
كمبيوتر مكتبي	9	12.9
كمبيوتر شخصي	25	35.6
لوحة الكترونية	6	8.6
هاتف ذكي	30	42.9
المجموع	70	100

يستعمل 42.9% من الطلبة الهواتف الذكية لتصفح الجرائد الالكترونية و-38.6% منهم الكمبيوتر الشخصي، أما الكمبيوتر المكتبي فيستعمله 12.9% من المبحوثين حيث تأتي اللوحة الالكترونية في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.6% طالب فقط.

## علاقة متغير النوع بالوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
كمبيوتر مكتبي	8	11.42	1	1.42	9	12.9
كمبيوتر شخصي	13	18.6	12	17.1	25	35.7
لوحة الكترونية	4	5.7	2	2.9	6	8.6
هاتف ذكي	11	15.7	19	27.1	30	42.9
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

يبين الجدول أن الهاتف الذكي كان أكثر إستعمالاً في تصفح الجرائد الالكترونية حيث تقاسم نسبة استعماله كل من 15.7% من الذكور و-27.1% من الاناث وهي أعلى نسبة في الجدول ثم يأتي بعدها مستخدم الكمبيوتر الشخصي ب-18.6% للذكور مقابل 17.1% للإناث، وفي الأخير نجد كل من الكمبيوتر المكتبي واللوحه الالكترونية بنسبتين منخفضتين لدى النوعين.

## علاقة متغير الفئة العمرية بالوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية:

الفئة العمرية الاجابة	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
كمبيوتر مكتبي	2	2.9	5	7.2	2	2.9	9	12.9
كمبيوتر شخصي	5	7.2	17	24.3	3	4.3	25	35.7
لوحة الكترونية	2	2.9	3	4.3	1	1.4	6	8.6
هاتف ذكي	6	8.6	20	28.6	4	5.7	30	42.9
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

تصدر الهاتف الذكي قائمة الوسائل المستعملة في تصفح الصحف الالكترونية بنسبة 42.9% وكانت أكبر فئة بروزاً في هذه النسبة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة بنسبة 28.6% لتليها فئة من 18 إلى 21 سنة بنسبة 8.6% وفئة من 26 إلى 30 سنة بنسبة 5.7%، كما برزت أيضاً إجابة الكمبيوتر الشخصي بنسبة 35.7% موزعة في 24.3% فئة من 22 إلى 25 سنة و-7.2% فئة من 18 إلى 21 سنة و-4.3% فئة من 26 إلى 30 سنة .

## علاقة متغير المستوى الجامعي بالوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الإجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
12.9	9	4.3	3	5.7	4	2.9	2	كمبيوتر مكتبي
35.7	25	1.4	1	27.1	19	7.2	5	كمبيوتر شخصي
8.6	6	1.4	1	4.3	3	2.9	2	لوحة الكترونية
42.9	30	2.9	2	15.7	11	24.3	17	هاتف ذكي
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يستخدم 42.9% من الطلبة المبحوثين الهواتف الذكية في تصفحهم للجرائد الالكترونية حيث كانت أعلى نسبة بينهم هي لطلبة الليسانس ب 24.3% ليلهم طلبة الماستر ب- 15.7%، أما أقل الوسائل إستخداماً في تصفح الجرائد الالكترونية هي اللوحة الالكترونية حيث سجلت نسبة 8.6% فقط.

## علاقة متغير الوضعية المهنية بالوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية:

الوضعية المهنية الاجابة		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
كمبيوتر مكتبي	5	7.2	4	5.7	9	12.9	
كمبيوتر شخصي	21	30	4	5.7	25	35.7	
لوحة الكترونية	5	7.2	1	1.4	6	8.6	
هاتف ذكي	24	34.2	6	8.6	30	42.9	
المجموع	55	78.6	15	21.4	70	100	

أخذ الهاتف الذكي أكثر أصوات الطلبة فيما يخص الوسيلة المستخدمة في تصفح الجريدة الالكترونية بنسبة 34.2% وكانت هذه النسبة تمثل فئة الطلبة الجامعيين، أما نسبة 1.4% فكانت أدنى نسبة ممثلة للطلبة والموظفين الذين يستخدمون اللوحات الالكترونية

## 10. اللغة المعتمدة في الصحف الالكترونية المقبل عليها

الاجابة	التكرار	النسبة %
عربية	33	47.1
فرنسية	27	38.6
انجليزية	10	14.3
المجموع	70	100

يبين الجدول أن معظم الطلبة يطالعون الصحف الالكترونية المنشورة باللغة العربية وذلك بنسبة 47.1%، أما الذين يفضلونها بالفرنسية فيمثلون نسبة 38.6%، ليأتي في الأخير الذين يريدونها باللغة الانجليزية بنسبة 14.3%

## علاقة متغير النوع باللغة المعتمدة في الصحف الالكترونية المقبل عليها:

النوع الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
عربية		32.9	23	14.28	10	47.1	33
فرنسية		10	7	28.6	20	38.6	27
انجليزية		8.6	6	5.7	4	14.3	10
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

الجرائد الأكثر مطالعة هي تلك الصادرة باللغة العربية بنسبة 47.1% منقسمة إلى 32.9% ذكور و-14.28% اناث، أما تلك الصادرة باللغة الفرنسية فنسبة الذكور كانت 10% فقط و-28.6% للإناث، لتأتي في المرتبة الأخيرة تلك الصادرة باللغة الانجليزية بنسبة 8.6% للذكور و 5.7% للإناث.



علاقة متغير الفئة العمرية باللغة المعتمدة في الصحف الالكترونية المقبل عليها:

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
عربية		8	11.4	19	27.1	6	8.6	33	47.1
فرنسية		4	5.7	20	28.6	3	4.3	27	38.6
انجليزية		3	4.3	6	8.6	1	1.4	10	14.3
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

اللغة الأكثر اعتمادا في الصحف الالكترونية هي اللغة العربية بنسبة 47.1% موزعة على 27.1% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-11.4% لفئة 18 إلى 21 سنة و-8.6% لفئة من 26 إلى 30 سنة، أما تلك الصادرة باللغة الفرنسية ف سجلت نسبة 38.6% موزعة في 28.6% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-5.7% لفئة 18 إلى 21 سنة و-4.3% لفئة من 26 إلى 30 سنة، أما تلك الصادرة بالإنجليزية فنسبتها الاجمالية هي 14.3% فقط

## علاقة متغير المستوى الجامعي باللغة المعتمدة في الصحف الالكترونية المقبل عليها:

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الإجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
47.1	33	1.42	1	32.9	23	12.9	9	عربية
38.6	27	4.3	3	18.6	13	15.7	11	فرنسية
14.3	10	4.3	3	1.42	1	8.6	6	انجليزية
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

اللغة الأكثر اعتماداً في الصحف الالكترونية المقبل عليها هي اللغة العربية حيث اختارها 32.9% من طلبة الماستر ، حيث كانت ثاني اللغات إختياراً من طرف طلبة هي اللغة الفرنسية بنسبة 18.6% لتأتي في الأخير الانجليزية بنسبة 1.4%، أما بالنسبة لطلبة الليسانس فكانت أعلى نسبة للفرنسية ب-15.7% لتليها العربية ب-12.9% وفي الأخير كذلك اللغة الانجليزية بنسبة 8.6%، حيث أن طلبة الدكتوراه اختاروا اللغة الفرنسية والانجليزية بنفس القدر وهي 4.3% لكل منهما

## علاقة متغير الوضعية المهنية باللغة المعتمدة في الصحف الالكترونية المقبل عليها:

الوضعية المهنية الإجابة		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
عربية		37.1	26	10	7	47.1	33
فرنسية		31.4	22	7.2	5	38.6	27
انجليزية		10	7	4.3	3	14.3	10
المجموع		78.6	55	21.4	15	100	70

اللغة الأكثر اعتماداً في الصحف الالكترونية المقبل عليها من طرف الطلبة هي اللغة العربية في كلا الصنفين، حيث كانت نسبة الطلبة الجامعيين الذين اختاروا هذه اللغة هي 37.1% بينما كانت نسبة الطلبة والموظفين في نفس الوقت 10%، أما في المرتبة الثانية فنجد اللغة الفرنسية أكثر إختياراً من طرف الصنفين أيضاً حيث سجلت نسبة 31.4% بالنسبة للطلبة الجامعيين و-7.2% بالنسبة للطلبة الموظفين

## 11. انواع الصحف الالكترونية التي يطالعها الطالب

الاجابة	التكرار	النسبة %
صحف الالكترونية جزائرية	32	45.8
صحف الالكترونية عربية	18	25.7
صحف الالكترونية اجنبية	20	28.6
المجموع	70	100

يبين أن الصحف الأكثر مقروئية من طرف الطلبة هي تلك الجزائرية بنسبة 45.8% ثم الأجنبية بنسبة 28.6%، وفي الأخير العربية بنسبة 25.7% فقط.

## علاقة متغير النوع بانواع الصحف الالكترونية التي يطالعها الطالب

النوع		ذكر		انثى		المجموع	
الاجابة		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
صحف الكترونية جزائرية		21	30	11	15.8	32	45.8
صحف الكترونية عربية		6	8.6	12	17.1	18	25.7
صحف الكترونية اجنبية		9	12.9	11	15.8	20	28.6
المجموع		36	51.4	34	48.5	70	100

يبين الجدول أن الصحف الالكترونية الجزائرية أكثر مطلعةً من طرف الطلبة الذكور بنسبة 30% بينما كانت نسبة الاناث 15.8% فقط، بينما كانت أكثر الصحف مطالعة عند الاناث هي الصحف الالكترونية العربية بنسبة 17.1% بينما سجلت نسبة الذكور في هذه الصحف 8.6% فقط، وهذا عائد من دون شك إلى إهتمام الاناث بالثقافة المشرقية .

## علاقة متغير الفئة العمرية بأنواع الصحف الالكترونية التي يطالعها الطالب

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
صحف الكترونية جزائرية		9	12.9	18	25.7	5	7.2	32	45.8
صحف الكترونية عربية		2	2.9	13	18.6	3	4.3	18	25.7
صحف الكترونية اجنبية		4	5.7	14	20	2	2.9	20	28.6
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

تصدرت الصحف الالكترونية الجزائرية أنواع الصحف التي يطالعها الطالب بنسبة 45.8% موزعة على 25.7% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-12.9% لفئة 18 إلى 21 سنة و-7.2% لفئة من 26 إلى 30 سنة، أما الصحف الالكترونية الأجنبية فتمثلت في نسبة 28.6% موزعة في 18.6% لفئة من 22 إلى 25 سنة و-5.7% لفئة 18 إلى 21 سنة و-2.9% لفئة من 26 إلى 30 سنة، أما تلك العربية فلم تكن بعيدة جداً إذ سجلت نسبة 25.7%

## علاقة متغير المستوى الجامعي بانواع الصحف الالكترونية التي يطالعها الطالب

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
								الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
45.8	32	4.3	3	25.7	18	15.7	11	صحف الكترونية جزائرية
25.7	18	0	0	14.2	10	14.4	8	صحف الكترونية عربية
28.6	20	5.7	4	12.9	9	10	7	صحف الكترونية اجنبية
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

كانت الصحف الالكترونية الجزائرية أكثر الأنواع الصحفية اقبلنا من طرف طلبة الليسانس والماستر بنسبتي 25.7% لطلبة الماستر و-15.7% لطلبة الليسانس، وكانت ثاني الصحف أكثر إقبالا من طرف نفس المستويين هي الصحف الالكترونية العربية بنسبة 14.2% لطلبة الماستر و-10.4% لطلبة الليسانس، أما طلبة الدكتوراه فاختاروا الصحف الإلكترونية الأجنبية بأعلى نسبة 5.7 %

## علاقة متغير الوضعية المهنية بانواع الصحف الالكترونية التي يطالعها الطالب

الاجابة		الوضعية المهنية		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		الاجابة		الاجابة		الاجابة		الاجابة	
الاجابة	النسبة %	الاجابة	النسبة %	الاجابة	النسبة %	الاجابة	النسبة %	الاجابة	النسبة %
صحف الكترونية جزائرية	23	32.9	9	12.9	32	45.8			
صحف الكترونية عربية	18	25.7	0	0	18	25.7			
صحف الكترونية اجنبية	14	20	6	8.6	20	28.6			
المجموع	55	78.6	15	21.4	70	100			

اختيرت الصحف الالكترونية الجزائرية كأكثر الصحف الالكترونية مطالعةً من طرف الطلبة من الصنفين، حيث كانت نسبة الطلبة الجامعيين الذين فضلوا تقدر ب-32.9% و-12.9% للطلبة والموظفين في نفس الوقت ، أما ثاني أنواع الصحف إختياراً فتضاربت الآراء حيث إختار الطلبة الجامعيين الصحف الالكترونية العربية بنسبة 25.7% بين إختار زملاؤهم الطلبة الموظفين الصحف الالكترونية الأجنبية بنسبة 8.6%



### المبحث الثالث: درجة اهتمام الطلبة بالصحافة الالكترونية

#### 12. الأقسام التي يفضل الطالب الاطلاع عليها

الاجابة	التكرار	النسبة %
السياسي	14	20
الاجتماعي	18	25.7
الرياضي	26	37.2
الثقافي	12	17.1
المجموع	70	100

يبين الجدول الأقسام المفضلة لدى الطلبة حيث يتصدر القائمة القسم الرياضي بنسبة 37.2% ثم يليه القسم الاجتماعي بنسبة 25.7%، ليأتي في المرتبة الثالثة قسم السياسة بنسبة 20% وفي الأخير قسم الثقافة بنسبة 17.1%.

## علاقة متغير النوع بالأقسام التي يفضل الطالب الاطلاع عليها

النوع الاجابة	ذكر		انثى		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
السياسي	9	12.9	5	7.2	14	20
الاجتماعي	6	8.6	12	17.1	18	25.7
الرياضي	16	22.9	10	14.3	26	37.1
الثقافي	5	7.1	7	10	12	17.1
المجموع	36	51.4	34	48.5	70	100

يبين الجدول أن القسم المفضل الاطلاع عليه لدى الطلبة هو القسم الرياضي لدى الطلبة الذكور بنسبة 22.9% ليليه القسم السياسي بنسبة 12.9% ثم القسمين الاجتماعي بنسبة 8.6% والثقافي ب-7.1%، أما عند الاناث فكان أكثر الأقسام إختياراً وهو القسم الاجتماعي بنسبة 17.1% ليتبعه على حيرةٍ منا القسم الرياضي بنسبة 14.3%، فأستنتجنا أن النوعين يختلفان في اختيارهم الأقسام للمطالعة إذ أن الذكور فضلوا القسم الرياضي بينما الاناث فضلن القسم الاجتماعي

## علاقة متغير الفئة العمرية بالأقسام التي يفضل الطالب الاطلاع عليها

الفئة العمرية	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
السياسي	5	7.2	5	7.2	4	5.7	14	20
الاجتماعي	2	2.9	15	21.4	1	1.4	18	25.7
الرياضي	3	4.3	11	15.7	2	2.9	26	22.9
الثقافي	5	7.2	14	20	3	4.3	22	31.4
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

لاحظنا أن أكثر الأقسام إختياراً من طرف الطلبة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة هو القسم الاجتماعي بحكم اهتمامهم لهذه المواضيع التي منتشرة بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي ليايها القسم الثقافي بنسبة 20% وهذا عمر طبيعي بفعل أن الطلبة الجامعيين طبقة مثقفة وراقية في المجتمع فهم يهتمون بهذه الجوانب، ثم القسم الرياضي بنسبة 15.7% وهو قسم يتبعه الذكور في أغلب الأحيان، أما أعلى نسبتي في فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة فكانت للقسم السياسي والثقافي ب-7.2% لكل واحد منهم، لتأتي في المرتبة الأخيرة فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 26 و-30 سنة الذين سجلوا أعلى نسبة 5.7% وهم الطلبة الذين يفضلون القسم السياسي

## علاقة متغير المستوى الجامعي بالأقسام التي يفضل الطالب الاطلاع عليها

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي الإجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	0	0	4.3	3	15.7	11	السياسي
25.7	18	4.3	3	14.2	10	7.2	5	الاجتماعي
22.9	16	2.9	2	10	7	10	7	الرياضي
31.4	22	2.9	2	24.3	17	4.3	3	الثقافي
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

نلاحظ في الجدول أن أعلى نسبة كانت للقسم الثقافي ب 31.4% موزعة بشكل كبير على طلبة الماستر بنسبة 24.3% إذ أن طلبة هذا المستوى اختاروا في الدرجة الثانية القسم الاجتماعي بنسبة 14.2% والرياضي بنسبة 10%، أما طلبة الليسانس ففضلوا مطالعة القسم سياسي بأعلى درجة وبنسبة 15.7% ليأتي في الدرجة الثانية القسم الرياضي بنسبة 10% والقسم الاجتماعي بنسبة 7.2% ليحتل بدوره المرتبة الثالثة، ف فيما يخص طلبة الدكتوراه ففضلوا القسم الاجتماعي للمطالعة في الصحافة الالكترونية بنسبة 4.3 %

## علاقة متغير الوضعية المهنية بالأقسام التي يفضل الطالب الاطلاع عليها

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
20	14	8.6	6	11.4	8	السياسي
25.7	18	5.7	4	20	14	الاجتماعي
22.9	16	4.3	3	18.6	13	الرياضي
31.4	22	2.9	2	28.6	20	الثقافي
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

فضل 28.6% من الطلبة وهي نسبة تمثل طلبة كلهم غير موظفون القسم الثقافي للاطلاع عليه في الصحافة الالكترونية، حيث سجلت أدنى نسبة وهي 2.9% في نفس القسم لكن عند الطلبة الموظفين

### 13. سبب تفضيل قراءة الصحف الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
اللغة	6	8.6
المحتوى	22	31.4
الشكل	7	10
التفاعلية	19	27.1
التزامنية واللاتزامنية	16	22.9
المجموع	70	100

يفضل معظم الطلبة قراءة الصحف الالكترونية وبنسبة 31.4% من أجل المحتوى المتوفر فيها كما يرى 27.1% منهم أن عمل التفاعلية هو الذي يجذبهم، وهناك 22.9% الذين يرون أن التزامنية واللاتزامنية هي الأهم، ويأتي في الأخير من يرون أن الشكل واللغة هي العوامل التي تجذبهم بنسبة 10% و-8.6%

## علاقة متغير النوع بسبب تفضيل قراءة الصحف الالكترونية

النوع الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
اللغة		5.7	4	2.9	2	8.6	6
المحتوى		15.7	11	15.7	11	31.4	22
الشكل		5.7	4	4.3	3	10	7
التفاعلية		14.3	10	12.9	9	27.1	19
التزامنية و اللاتزامنية		10	7	12.9	9	22.9	16
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

يبين الجدول أن السبب الأكثر إقناعاً لتفضيل قراءة الصحف الالكترونية هو المحتوى حيث انقسمت هذه النسبة إلى 15.7% منهم ذكور و-15.7% كذلك اناث، وكان عامل التفاعلية هو السبب الثاني حسب نتائج التصويت بنسبة 27.1% منقسمة إلى 14.3% ذكور و-12.9% اناث، لتأتي التزامنية واللاتزامنية بنسبة أقرب وهي 22.9%، لنجد في المرتبتين الأخيرتين عاملي الشكل واللغة بنسبتي 10% و-8.6%  
فهنا نلاحظ تناظر الآراء بين النوعين.

## علاقة متغير الفئة العمرية بسبب تفضيل قراءة الصحف الالكترونية

الاجابة		الفئة العمرية		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
اللغة		2.9	2	5.7	4	0	0	8.6	6	8.6	6
المحتوى		10	7	21.4	15	0	0	31.4	22	31.4	22
الشكل		1.4	1	5.7	4	2.9	2	10	7	10	7
التفاعلية		4.3	3	14.2	10	8.6	6	27.1	19	27.1	19
التزامنية و اللاتزامنية		2.9	2	17.1	12	2.9	2	22.9	16	22.9	16
المجموع		21.42	15	64.28	45	14.28	10	100	70	100	70

لفت محتوى الصحف الالكترونية انتباه معظم الطلبة إذ أنها تصدرت القائمة في كلتا الفئتين الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة بنسبة 21.4% وفئة الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة بنسبة 10%، أما ثاني الأسباب التي جعلت الطلبة يفضلون قراءة الصحف الالكترونية وهي التزامنية واللاتزامنية بالنسبة للذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة ب-17.1%، والتفاعلية بالنسبة للذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة بنسبة 4.3% .



## علاقة متغير المستوى الجامعي بسبب تفضيل قراءة الصحف الإلكترونية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	الإجابة
8.6	6	0	0	2.9	2	5.7	4	اللغة
31.4	22	2.9	2	14.2	10	14.2	10	المحتوى
10	7	1.4	1	8.6	6	0	0	الشكل
27.1	19	2.9	2	12.9	9	11.4	8	التفاعلية
22.9	16	2.9	2	14.2	10	5.7	4	التزامنية و اللاتزامنية
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

لفت محتوى الصحف الإلكترونية انتباه معظم الطلبة إذ أنها تصدرت القائمة في كلتا الفئتين أو المستويين بنسبة 14.2% لكل من طلبة الليسانس و الماستر اما طلبة الدكتوراه فنسبة 2.9% كانت لكل من المحتوى و التفاعلية و التزامنية و اللاتزامنية، أما ثاني الأسباب التي جعلت الطلبة يفضلون قراءة الصحف الإلكترونية وهي التزامنية و اللاتزامنية بالنسبة لطلبة الماستر ب- 14.2%، و التفاعلية بالنسبة لطلبة الليسانس بنسبة 11.4% .

## علاقة متغير الوضعية المهنية بسبب تفضيل قراءة الصحف الالكترونية

الاجابة		الوضعية المهنية		طالب جامعي		طالب و موظف		المجموع	
		الاجابة		النسبة %		النسبة %		النسبة %	
		اللغة		4	5.7	2	2.9	6	8.6
		المحتوى		19	27.1	3	4.3	22	31.4
		الشكل		3	4.3	4	5.7	7	10
		التفاعلية		15	21.42	4	5.7	19	27.1
		التزامنية و اللاتزامنية		14	20	2	2.9	16	22.9
		المجموع		55	78.6	15	21.4	70	100

كان المحتوى أكثر عنصر تفضيلاً عند الطلبة الجامعيين فقط بنسبة 27.1%، بينما كان أقل العنصرين تفضيلاً هما اللغة والتزامنية واللاتزامنية وكان هذا كله من طرف الطلبة الموظفين بنسبة 2.9% في كلتا الاجابتين

#### 14. ما يفضلهُ الطالب في قراءته للصحف الالكترونية

الاجابة	التكرار	النسبة %
قراءة الاخبار	32	45.7
متابعة الكاريكاتور	14	20
مطالعة الإعلانات	7	10
قراءة المقالات	17	24.3
المجموع	70	100

يلجأ 45.7% من الطلبة المبحوثين إلى الصحف الالكترونية بغية قراءة الأخبار فقط، حيث يسعى 24.3% آخرون لقراءة المقالات و-20% من أجل متابعة الكاريكاتور المنشورة فقط، ليتبقى 10% يطالعون منها الاعلانات .

## علاقة متغير النوع بما يفضله الطالب في قراءته للصحف الالكترونية

النوع الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
قراءة الاخبار		18.6	13	27.1	19	45.7	32
متابعة الكاريكاتور		11.4	8	8.6	6	20	14
مطالعة الاعلانات		7.2	5	2.9	2	10	7
قراءة المقالات		14.3	10	10	7	24.3	17
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

يبين الجدول أن قراءة الأخبار تعد أكثر ما يفضلها الطالب في قراءته للصحافة الالكترونية وذلك بنسبة 45.7% موزعة على 18.6% ذكور و-27.1% اناث، لتليها إجابة قراءة المقالات بنسبة 24.3% منقسمة إلى 14.8% ذكور و-10% اناث، ففي هذا الجدول كذلك لاحظنا تقارب الآراء بين النوعين وحتى نفس ترتيبهم لها.

## علاقة متغير الفئة العمرية بما يفضلهُ الطالب في قراءته للصحف الالكترونية

الفئة العمرية الاجابة	من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
قراءة الاخبار	5	7.2	24	34.28	3	4.3	32	45.7
متابعة الكاريكاتور	5	7.2	8	11.4	1	1.4	14	20
مطالعة الاعلانات	3	4.3	1	1.4	3	4.3	7	10
قراءة المقالات	2	2.9	12	17.1	3	4.3	17	24.3
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يفضل تقريباً نصف الطلبة ومعظم الطلبة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة قراءة الأخبار عند قراءتهم للصحف الالكترونية بنسبة 34.28% لتليها قراءة المقالات بنسبة 17.1%، أما عند الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة فكان أكثر ما يفضلون عند قراءة الصحف الالكترونية هو قراءتهم للأخبار ومتابعة الكاريكاتور بنفس النسب حيث سجلوا 7.2% لكل منهما لتأتي بعدهما قراءة الاعلانات بنسبة 4.3% وقراءة المقالات بنسبة 2.9%، حيث عند الذين تتراوح اعمارهم بين 26 و-30 سنة فتناظرت النسب عند الذين يفضل قراءة الأخبار ومطالعة الاعلانات وقراءة المقالات إذ سجل كل منهم نسبة 4.3%

## علاقة متغير المستوى الجامعي بما يفضله الطالب في قراءته للصحف الالكترونية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
								الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
45.7	32	4.3	3	11.4	8	30	21	قراءة الاخبار
20	14	0	0	18.6	13	1.4	1	متابعة الكاريكاتور
10	7	1.4	1	5.7	4	2.9	2	مطالعة الاعلانات
24.3	17	4.3	3	17.1	12	2.9	2	قراءة المقالات
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يبين الجدول أن أعلى نسبة من الطلبة هي طلبة الليسانس الذين يفضلون قراءة الأخبار في الصحف الالكترونية بنسبة 30% حيث جاء في المرتبة الثانية كل من قراءة المقالات ومطالعة الاعلانات بنسبة 2.9% لكل منهما، أما فيما يخص طلبة الماستر فأكثر ما يفضلونه هو متابعة الكاريكاتور إذ سجل هذا العنصر نسبة 18.6% ليتبعهم عن قرب الطلبة الذين يقرؤون المقالات بنسبة 17.1%، حين لاحظنا أن عند طلبة الدكتوراه كان لقراءة الأخبار والمقالات نفس النسب وهي 4.3% لكل منهما

## علاقة متغير الوضعية المهنية بما يفضلها الطالب في قراءته للصحف الالكترونية

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الاجابة / الوضعية المهنية
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
45.7	32	12.9	9	32.9	23	قراءة الاخبار
20	14	0	0	20	14	متابعة الكاريكاتور
10	7	1.4	1	8.6	6	مطالعة الاعلانات
24.3	17	7.2	5	17.1	12	قراءة المقالات
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

تعد قراءة الأخبار أكثر الاجابات إختياراً من طراف الطلبة حيث اختارها 32.9% من الطلبة الجامعيين و-12.9% من الطلبة الموظفين وهما أعلى نسبتيين في المتغيرين، أما أدنى نسبة في الجدول كله كانت نسبة الطلبة الذين اجابوا بمطالعة الاعلانات ونسبتهم 1.4% وهم طلبة وموظفون.

## 15. يبين هل يعلق الطالب على كل المواضيع المنشورة في الموقع

الاجابة	التكرار	النسبة %
دائماً	0	0
احيانا	38	54.3
نادرا	32	45.7
المجموع	70	100

يعلق الطلبة على المواضيع المنشورة في المواقع أحياناً بنسبة عالية التي تقدر ب-  
54.3%، أما الذين يعلقون عنها نادراً فنسبتهم 45.7%.



## علاقة متغير النوع بهل يعلق الطالب على كل المواضيع المنشورة في الموقع

النوع / الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائما		0	0	0	0	0	0
احيانا		23	32.9	15	21.4	38	54.3
نادرا		13	18.6	19	27.1	32	45.7
المجموع		36	51.4	34	48.5	70	100

يعلق أحيانا أغلب الطلبة الذكور عن المواضيع المنشورة في الموقع وهذا بنسبة 32.9% حيث يعلق 18.6% منهم نادراً عنها، بينما ينعكس الأمر عين الاناث إذ انهن يعلقن نادراً بأعلى نسبة وهي 27.1% لتأتي بعدها فئة اللواتي يعلقن نادراً بنسبة 21.4%، لكن لاحظنا في هذا الجدول أن الذين يعلقون بصفة دائما منعدمون عند النوعين.

## علاقة متغير الفئة العمرية بعادات استخدام الطالب للصحافة الالكترونية :

الفئة العمرية		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع
الاجابة	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً	3	4.3	7	10	4	5.7	14	20
احيانا	7	10	27	38.6	5	7.2	39	55.7
نادرا	5	7.2	11	15.7	1	1.4	17	24.3
المجموع	15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن معظم الطلبة يقبلون أحياناً على الصحف الالكترونية بنسبة 55.7% منقسمة إلى 38.6% تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة و-10% من 18 إلى 21 سنة و-7.2% ما بين 26 و-30 سنة، أما الذين اجابوا بنادراً فكانت نسبتهم 24.3% موزعة في 15.7% تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة و-7.2% من 18 إلى 21 سنة و-1.4% ما بين 26 و-30 سنة.

علاقة متغير الفئة العمرية بهل يعلق الطالب على كل المواضيع المنشورة في الموقع

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً		0	0	0	0	0	0	0	0
احيانا		9	12.9	20	28.6	9	12.9	38	54.3
نادرا		6	8.6	25	35.6	1	1.4	32	45.7
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول أن أكثر الطلبة يعلقون نادراً على كل المواضيع المنشورة في الصحف

الالكترونية وهم من فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة ونسبتهم 35.6%

ليليهم الطلبة من نفس الفئة لكنهم يعلقون أحياناً وليس نادراً بنسبة 28.6%، أما عند الذين

تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة فأعلى نسبة كانت للذين يعلقون أحياناً بنسبة 12.9%

مثلما كان الحال عند الذين تتراوح اعمارهم بين 26 و-30 سنة بنسبة 12.9% .

علاقة متغير المستوى الجامعي بهل يعلق الطالب على كل المواضيع المنشورة في الموقع

الوضعية المهنية		طالب جامعي		طالب وموظف		المجموع	
الإجابة		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً		0	0	0	0	0	0
أحياناً		32	45.8	6	8.6	38	54.3
نادراً		23	32.9	9	12.9	32	45.7
المجموع		55	78.6	15	21.4	70	100

يعلق أكبر عدد من الطلبة وبنسبة 45.8% أحياناً على كل المواضيع المنشورة في الصحف الالكترونية، كما سجلت أدنى نسبة في نفس المتغير لكن عند الطلبة الموظفين في نفس الوقت وكانت 8.6%

## 16. يبين هل يلجأ الطالب الى النص الفائق

الاجابة	التكرار	النسبة %
دائما	13	18.6
احيانا	44	62.9
نادرا	13	18.6
المجموع	70	100

يلجأ 62.9% من المبحوثين أحيانا إلى الناس الفائق عند قراءتهم للصحف الالكترونية، أما الذين يلجؤون إليه بصفة دائما ونادرة فنسبتهم 18.6% لكلٍ منهم .

## علاقة متغير النوع بهل يلجأ الطالب الى النص الفائق

النوع / الاجابة		ذكر		انثى		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
دائما		12.9	9	5.7	4	18.6	13
احيانا		31.4	22	31.4	22	62.8	44
نادرا		7.2	5	11.4	8	18.6	13
المجموع		51.4	36	48.5	34	100	70

يبين الجدول أن معظم الطلبة يلجؤون أحياناً إلى النص الفائق ونسبتهم 62.8% وهم 31.4% ذكور و-31.4% أناث، حيث يليهم عند الذكور الذين يلجؤون إليه بصفة دائماً وبنسبة 12.9% ثم أولئك الذين يلجؤون إليه نادراً بنسبة 7.2%، على عكس الاناث فتلك اللواتي اخترن نادراً كن أكثر من اللواتي يلجأن إليه بصفة دائمة بنسبة 11.4% مقابل 5.7% فقط.

## علاقة متغير الفئة العمرية بهل يلجأ الطالب الى النص الفائق

الفئة العمرية الاجابة		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
دائماً		1	1.4	7	10	5	7.2	13	18.6
احيانا		10	14.2	31	44.3	3	4.3	44	62.8
نادرا		4	5.7	7	10	2	2.9	13	18.6
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

يبين الجدول ان معظم الطلبة وهم الأكثر من فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة يلجؤون إلى النص الفائق عند مطالعتهم للصحف الالكترونية بنسبة 44.3% ليليها في نفس الفئة الذين يلجؤون نادرا وبصفة دائمة كذلك بنسبة 10% لكل منهما، أما فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة فكانت أبرز نسبة هي للذين يلجأون أحياناً إن سجلوا نسبة 14.2%، بينما يلجأ معظم الطلبة الذين ينتمون للفئة العمرية بين 26 و-30 سنة دائماً إلى النص الفائق.

## علاقة متغير المستوى الجامعي بهل يلجأ الطالب الى النص الفائق

الاجابة	المستوى الجامعي	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
دائماً		5.7	4	4.3	3	8.6	6	18.6	13
احيانا		20	14	41.3	29	1.4	1	62.8	44
نادراً		11.4	8	7.2	5	0	0	18.6	13
المجموع		37.1	26	52.9	37	10	7	100	70

يبين الجدول ان معظم الطلبة وهم الأكثر من طلبة مستوى ماستر يلجؤون احياناً إلى النص الفائق عند مطالعتهم للصحف الالكترونية بنسبة 41.3% ليلها في نفس الفئة الذين يستخدمون هذه التقنية نادراً بنسبة 7.2%، أما طلبة الليسانس فكانت أعلى نسبة للذين يستخدمونه أحياناً فقط بنسبة 20% متبوع عن قرب بالذين يستخدمونه نادراً بنسبة 11.4%



## علاقة متغير الوضعية المهنية بهل يلجأ الطالب الى النص الفائق

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الوضعية المهنية
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	الاجابة
18.6	13	11.4	8	7.2	5	دائما
62.8	44	5.7	4	57.1	40	احيانا
18.6	13	4.3	3	14.2	10	نادرا
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

يلجأ أكثر من نصف الطلبة وبنسبة 57.1% إلى النص الفائق عند تصفحهم للصحف الالكترونية وهم طلبة جامعيين غير موظفين، وأقل نسبة في الجدول هي نسبة الطلبة الذين اجابوا بندراً من صنف الطلبة الموظفين وكانت نسبتهم 4.3%

## 17. هل تتميز الصحافة الالكترونية بمصداقية

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	52	74.3
لا	18	25.7
المجموع	70	100

يرى 74.3% من الطلبة المبحوثين أن الصحافة الالكترونية تتميز بالمصداقية، أما 25.7% المتبقين فكانت اجابتهم مختلفة إذ يرون أنها لا تتميز بالمصداقية

## علاقة متغير النوع بهل تتميز الصحافة الالكترونية بمصداقية

النوع		ذكر		انثى		المجموع	
الاجابة		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
		28	40	24	34.3	52	74.3
نعم		8	11.4	10	14.3	18	25.7
لا		36	51.4	34	48.5	70	100
المجموع							

يرى معظم الطلبة وبنسبة 74.3% أن الصحافة الالكترونية تتميز بمصداقية وهذه النسبة تمثل 40% من الطلبة الذكور و 34.3% أناث، حيث تمثل النسبة المتبقية وهي 25.7% الطلبة الذين يظنون أنها لا تتميز بمصداقية وهم 11.4% ذكور و 14.3% اناث .

## علاقة متغير الفئة العمرية بهل تتميز الصحافة الالكترونية بمصادقية

الإجابة / الفئة العمرية		من 18 الى 21		من 22 الى 25		من 26 الى 30		المجموع	
		تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
نعم		9	12.9	33	47.1	10	14.2	52	74.3
لا		6	8.6	12	17.1	0	0	18	25.7
المجموع		15	21.42	45	64.28	10	14.28	70	100

لاحظنا أن معظم الطلبة يرون أن الصحافة الالكترونية وهذا في الفئات الثلاث حيث كانت أعلى نسبة لفئة الذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة ب-47.1% لتليها فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 26 و-30 سنة بنسبة 14.2%، لتأتي في الأخير فئة الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و-21 سنة، أما الطلبة الذين يرون أنها لا تتميز بالمصادقية فكانت أعلى نسبة كذلك للذين تتراوح اعمارهم بين 22 و-25 سنة بنسبة 17.1% لتليها فئة ما بين 18 و-21 سنة بنسبة 8.6%، بينما كانت منعدمة في فئة ما بين 26 و-30 سنة.

## علاقة متغير المستوى الجامعي بهل تتميز الصحافة الالكترونية بمصادقية

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
								الاجابة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	نعم
74.3	52	10	7	44.3	31	20	14	نعم
25.7	18	0	0	8.6	6	17.1	12	لا
100	70	10	7	52.9	37	37.1	26	المجموع

يظن أكثر أفراد العينة وهم طلبة الماستر بنسبة 44.3% أن للصحافة الالكترونية مصداقية وهذه النسبة كانت مأخوذة من النسبة الاجمالية للذين اجابوا بنعم إذ كان عددهم 74.3%، بينما كان أكثر الطلبة الذين اجابوا بلا من طلبة الليسانس بنسبة 17.1%

## علاقة متغير الوضعية المهنية بهل تتميز الصحافة الالكترونية بمصداقية

المجموع		طالب و موظف		طالب جامعي		الاجابة الوضعية المهنية
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
74.3	52	15.7	11	58.6	41	نعم
25.7	18	5.7	4	20	14	لا
100	70	21.4	15	78.6	55	المجموع

أجاب أغلبية الطلبة ونسبة 58.6% بأن الصحافة الالكترونية تتميز بالمصداقية، حيث جاءت في المقابل أدنى نسبة والتي مثلت الطلبة الموظفين الذين اجابوا بأن الصحافة الالكترونية لا تتميز بمصداقية وكانت نسبتهم 5.7%

## استنتاجات عامة:

من خلال قراءة وتحليل الاستبيان واعتماد الأدبيات النظرية في تفسير البيانات توصلنا إلى جملة من النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة الميدانية. ويمكن تلخيص أهمها فيما يلي :

### المحور الأول: الدوافع والاشباكات المحققة من استخدام الصحافة الإلكترونية

1. أكثر الأسباب دافعية لاستقطاب الطلبة لقراءة الصحافة الإلكترونية هي مسايرتها لتكنولوجيا العصر، حيث كانت الاناث أكثر ميولاً إلى هذا الجانب من الصحف الإلكترونية، أما أكثر الفئات العمرية اختياراً لهذا الجانب وهي فئة الذين تتراوح اعمارهم من 22 إلى 25 سنة واغلبهم طلبة الماستر، بينما كانت أقل الأسباب جاذبية للطلبة هي ميولها أكثر إلى التفصيل والتحليل.
2. تحضي المواضيع الرياضية أكثر المضامين الأخرى تفضيلاً للقراءة من طرف الطلبة في الصحف الإلكترونية، حيث اختار أغلبية الذكور هذا النوع من المواضيع وهو الشيء الذي لم يكن بمثابة مفاجأة لنا عند التحليل، كما أن الفئة العمرية لمعظم هؤلاء الطلبة كانت تتراوح بين 22 و-25 سنة، بينما كانت مواضيع الرأي العام والأعمدة أقل المضامين إقبالاً من طرف الطلبة.
3. يتفاعل أغلبية الطلبة وبكثرة منهم فئة الاناث عن طريق المدونة عند قراءتهم للصحف الإلكترونية، كما استقطب هذا العنصر عدد كبير من الطلبة الجامعيين والموظفين في نفس الوقت، أما أقل أنواع التفاعلية بروزاً فكانت تقنية استطلاع الرأي والاستفتاء.
4. يعتبر التزود بالأخبار والتحليلات من بين أكثر الاشباكات والرضا المحقق لدى الطلبة، يليه المضامين المتعلقة بالتسلية والترفيه بالدرجة الثانية، وبالتالي حققت الصحافة الإلكترونية إشباكات التوجيهية وهي الهروب من الواقع وتحقيق الذات.

## المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية

1. يستخدم أغلب الطلبة الصحافة الالكترونية بصفة غير دائمة، كما أنهم يفضلون تصفحها في منازلهم لدى النوعين، والذين تتراوح اعمارهم بين 22 و25 سنة، كما أن الطلبة الغير الموظفين يفضلون الفترة الليلية لمطالعة الصحف الالكترونية في حين يفضل الطلبة الموظفين الفترة المسائية.
2. يفضل طلبة الليسانس اعتماد الهاتف الذكي في مطالعة الصحف الالكترونية بينما يعتمد زملائهم طلبة الماستر الكمبيوتر الشخصي، أما معيار اللغة فأثبتت تباين في توجهات الطلبة، حيث يفضل طالبات الماستر الصحف باللغة العربية، في حين أن طلبة الليسانس يفضلون المطالعة باللغة الفرنسية.
3. تعرف الصحف الالكترونية الجزائرية إقبالا كبيرا من طرف الطلبة الذكور وخاصة الرياضية منها، أما الاناث فيفضلون الصحف العربية بحكم اهتمامهم الكبير بالثقافة العربية المشرقية.



### المحور الثالث: مدى درجات اهتمام الطلبة بالصحافة الالكترونية

1. إن أكثر الأقسام التي يفضل الطلبة الاطلاع عليها في الصحف الالكترونية هو القسم الرياضي بدون منازع كما سبق وأن رأينا في المحور الأول من دراستنا، حيث كان المحتوى الذي تقدمه هذه الصحف الالكترونية هو الميزة المفضلة عند قراءة هذه الصحف من طرف الطلبة الذكور منهم والاناث إذ أنهم سجلوا نفس النسبة في هذه النقطة.

2. يفضل الطلبة قراءة الأخبار أولاً ثم المقالات عند مطالعتهم للصحف الالكترونية، وظهرت هذه الاختيارات في معظم فئة العمر والمستويات الجامعية يعني أن نسبة كبيرة جداً من طلبة اختاروا هاذين العنصرين وهذا يعود بدون شك إلى تخصصهم الجامعي (إعلام واتصال) الذي حتم عليهم متابعة الأخبار، إلا أنهم يعلقون على مختلف المواضيع المنشورة بصفة غير منتظمة.

3. أقر أغلبية طلبة علوم الاعلام والاتصال على مصداقية الصحافة الالكترونية، مما جعلهم يتصورون عدم إمكانية الغائها لنضيرتها الورقية، بل أن الصحافة الورقية والالكترونية في تكامل مستمر، وهذا بفعل أن الصحافة الالكترونية تطلب من قارئها أن يكون مالك لوسيلة للتصفح وإتقان استعمالها كالحاسوب على عكس الورقية التي لا تتطلب إلا إتقان القراءة من صاحبها.

## خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة العملية تسليط الضوء على ظاهرة تعتبر من أبرز الظواهر التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديث وهي الصحافة الإلكترونية وذلك من خلال عملية رصد آراء الرأي لطلبة جامعة الجزائر 3 كلية علوم اعلام و اتصال، ومن منظور الإشكالية حاولنا الإجابة على تساؤل رئيس يتمحور حول مدى مقروئية الصحافة الالكترونية من طرف طلبة علوم الاعلام والاتصال ومجموعة من التساؤلات، والإشباكات المحققة من استخدامها وكذا البحث في عادات و أنماط استخدام الطلبة للصحف الجزائرية والعربية والأجنبية كما بحثنا في اتجاهات الطلبة نحو المضمون والشكل الإخراجي لهذه الصحف وأهم الخدمات التفاعلية التي تحققها ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة كما حاولنا أن نأطر نظريا كل مفهوم مورود في تساؤل الإشكالية من خلال الرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة.

ولقد توصلنا إلى نتائج تصب في نفس السياق المتمثل في أن إقبال الطلبة كبير على الانترنت وبالتالي على الصحافة الإلكترونية المنشورة على هذه الشبكة، حيث وفرة هذه الأخيرة للصحف الالكترونية تقنيات جديدة متعددة متمثلة في الشكل وإمكانية التفاعل من طرف القراء لتمنحها جودة عالية وتجعلها تؤثر بشكل دائم على الصحف الورقية الا انها لا تظهر مؤشرات تشير عن الغاء هذه الأخيرة بل هناك تكامل واضح بين الطبعتين.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها نأمل أن تكون بداية لصياغة فرضيات من أجل القيام بدراسات أخرى على سبيل التأسيس لهذا المجال في البحث من حيث المفاهيم والتنظير والتقنيات المنهجية.

## قائمة المراجع

### باللغة العربية:

#### ا. كتب:

1. أنجرس مورييس، منهجية البحث العلم في العلوم الإنسانية. ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دار القصبة، الجزائر، 2004 .
2. بعزیز ابراهيم، الصحافة الالكترونية والتطبيقات الاعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث.
3. بن قاسم القاسم بني صعب وجيه، مقروئية الكتب المدرسية، الرياض، 1429 هـ.
4. بن مرسي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 .
5. بوند جاي، وأخران، الضعف في القراءة: "تشخيصه وعلاجه"، ترجمة: محمد منير مرسي، اسماعيل أبو العزائم، عالم الكتب، القاهرة، 1983، الطبعة الاولى.
6. ترابان ماجد سالم، الانترنت والصحافة الالكترونية (رؤية مستقبلية)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، طبعة 1.
7. جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007 .
8. حسن حمدي، الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991.
9. حسنين شفيق، التصحيح الجرافيكي في الوسائط المتعددة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
10. الحمامي الصادق، نهاية الجمهور، ورقة بحث مقدمة لمؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي..الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، 2006 .
11. الحيزان محمد عبد العزيز، البحوث الاعلامية، مطبعة سفير، الطبعة الاولى، الرياض.
12. خضر ساري حلمي، ثقافة الانترنت: (دراسة في التواصل الاجتماعي)، مجدلاوي للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 2005.
13. الخلفي طارق سيد أحمد، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط 1 ، الإسكندرية، 2008.

14. خليل محمد، الصحافة الالكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع 1997.
15. درويش اللبان شريف، الصحافة الالكترونية: دراسة في التفاعل وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، الصحة، 2005.
16. دليو فضيل وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، الجزائر، 1999.
17. رشاد القصيبي عبد الغفار، مناهج البحث في العلوم السياسية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004 .
18. ريفرز ويليام وآخرون، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، مصر، دار المعرفة الجامعية، (2005).
19. زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الاتصال . المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1974 .
20. سليمان زيد منير، الصحافة الالكترونية؛ عمان :دار أسامة للنشر، 2009 ، الطبعة 1 .
21. سليمان عبد الله، المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة.
22. شرف عبد العزيز، المدخل إلى وسائل الاعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
23. صالح سليمان، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 13 (أكتوبر - ديسمبر 2001).
24. الطرابيشي ميرفت، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية.
25. عبد الجبار حسين، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر؛ الأردن :دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، 2009.
26. عبد الحميد ليلي، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والالكترونية، دار السحاب للنشر وتوزيع، القاهرة.
27. عبد الحميد محمد (2008)، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، ط 1، مصر، عالم الكتب.
28. عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004 .
29. عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993 .
30. عبد العزيز محمد حسن، لغة الصحافة المعاصرة، دار المعارف، القاهرة.
31. عبد الغني عبد الفتاح ابراهيم، سييسولوجيا الخبر الصحفي: دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
32. عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي .دار وائل للنشر، 1999، الطبعة 1 .
33. الفيصل عبد الأمير، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي؛ عمان دار الشروق، 2005، الطبعة 1 .

34. قاسم محمد، مدخل إلى مناهج البحث العلمي .دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003 .
35. قندلجي عامر إبراهيم، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دارالبازوري، عمان، الأردن، 2008.
36. معتز سيد عبد الله وخليفة عبد اللطيف محمد، علم النفس الاجتماعي .دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.
37. مكاوي حسن عماد، ليلي حسين السيد (2004)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 5، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
38. مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة 1، بيروت، دار الفكر المعاصر.
39. نصر حسني محمد، الانترنت والاعلام ... الصحافة الالكترونية، العين، مكتبة الفلاح للنشر وتوزيع 2003.
40. نصر حسني، الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، الطبعة 1.

## II. قواميس ومعاجم:

1. أبازي الفيروز، القاموس المحيط. دار الكتب العلمية، الجزء 2، لبنان، 1995.
2. حجاب محمد منير، المعجم الاعلامي (2004)، ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، 2003.

## III. مذكرات واطروحات جامعية:

1. بلعالي يمينه، الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 2006.
2. بوفلاحة كريمة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الالكترونية، دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الالكترونية الجزائرية، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر، 2009-2010.
3. الحويطي سحر سالم، مستوى مقروئية كتاب التاريخ للصف السادس الأساسي في محافظة غزة وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة، كلية التربية.
4. الدلو جواد راغب، الصحافة الالكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة، دراسة ميدانية، بحث منشور بكلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، العدد 20، القاهرة 2002.
5. عبد الرحيم أحمد سليمان درويش، تعرض المراهقين للأفلام سينمائية والاشباكات التي تحقيقها، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1997.
6. عبد الماجد صالح مها، إستخدام الجمهور المصري للصحف اليومية الالكترونية على الانترنت، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة كلية الاعلام، 2004.
7. قسايسية علي، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر من سنة 1995 إلى سنة 2006.
8. محمد محمد عبد الحكيم، التجربة الالكترونية للجراند المصرية المطبوعة، دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا، (القاهرة، أكاديمية الأخبار اليوم، ابريل 2003).

#### **IV. دوريات ومجلات:**

1. علم الدين محمود، شبكة الانترنت ومستقبل صناعة الصحافة، جريدة الأهرام المصرية، العدد تاريخ 22 نوفمبر 1998 .
2. العلوان أحمد، شادية التل، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الثالث، 2010.
3. الغريب سعيد، الصحيفة الالكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، (أكتوبر -ديسمبر 2001).
4. قسايسية علي، "مدخل لإشكالية جمهور الواب " ، المجلة الجزائرية للاتصال ،( العدد 18 ، جوان 2004 ، جامعة الجزائر).
5. مجلة الجامعة الاسلامية، سلسلة الدراسات الانسانية، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، بتاريخ 14/11/2011.

## **I. Livres :**

1. George rodman, (2009) : mass media in a changing world, new york : Mc Graw-Hill.
2. Jacqueline AGLIETTA," Mesure de l'audience des Médias et de L'internet", Médias, e- Médias (Paris: la Documentation française, 2001.)
3. Mayer Reber, De Buëch université ‘ ‘ << Méthodes de recherché en en communication Sociale >> ‘ ‘,2000.
4. Murice Angers,initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines.by casbah université,Alger,1997.
5. Severin, tames w tankard, jr, communication théories origins, methodes, uses edition, London (1992) P. in the mass media 3rd.
6. Valérie Caveillier-Croissan,"Mais, pour qui écrivent les journalistes en ligne", (Média Morphoses)

## **II. Dictionnaires :**

1. André Koun et Pierre Ansart, Dictionnaire de sociologie. Le Roberte Seuil.

## **III. journaux et magazines :**

Bardin,Laurence,<<L'analyse de contenu>> , press universitaires de France,2007.



الملاحق

**الملحق رقم (1): إستمارة استبيان موجهة لطلبة علوم الاعلام والاتصال  
لجامعة الجزائر 3 حول مقروئية الصحافة الالكترونية.**

**جامعة الجزائر 3**  
**كلية علوم الاعلام والاتصال**  
**قسم الاتصال**

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال.  
استوجب علينا إعداد مجموعة من الأسئلة لها علاقة بموضوعنا المدروس الا  
وهو "مدى مقروئية الصحافة الالكترونية لدى الشباب الجامعي" بغية التعرف  
على مدى اقبال الطلبة على هذا النوع من الصحافة.  
لذا نرجو منكم أن تجيبوا على اسئلتنا بكل دقة ووضوح بوضع العلامة (X)  
في الإجابة المختارة، وكذا إعطاء آرائكم واقتراحاتكم.  
ونحيطكم علماً أن هذه الاستمارة تستخدم لغرض علمي بحث ولا غير.

**تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة**

**ماستر 2**

**تحت إشراف:**

ا.د.كريم بلقاسي

**من إعداد الطلبة:**

حساين أحمد

بيدان صهيب

السنة الجامعية: 2016 – 2017

## البيانات الشخصية:

النوع:

☐

أنثى

☐

ذكر

السن:

☐

من 18 إلى 21

☐

من 22 إلى 25

☐

من 26 إلى 30

المستوى التعليمي:

☐

دكتوراه

☐

ماستر

☐

ليسانس

الوضعية المهنية:

☐

طالب وموظف

☐

طالب جامعي

## المحور الاول: الدوافع والاشباعات المحققة من استخدام الصحافة الالكترونية:

### 1. ما هي أسباب قراءتك للصحافة الالكترونية؟

☐  
☐  
☐  
☐  
☐

تعد بديلاً عن الصحافة المكتوبة  
لا تكلفني كثيراً من الجهد والمال  
تصدر قبل الصحف الورقية  
انعدام الطبعة الورقية  
تساير تكنولوجيا العصر

أخرى أذكرها .....

### 2. ما هي المضامين التي تفضل قراءتها في الصحف الالكترونية؟

☐  
☐  
☐

المضامين العلمية  
مواضيع الرأي  
المواضيع الثقافية والأدبية

☐  
☐  
☐  
☐

المضامين الاخبارية  
القضايا السياسية  
والأعمدة  
المواضيع الرياضية

أخرى أذكرها .....

### 3. ما هي أنواع التفاعلية التي تستخدمها في مطالعة الصحف الالكترونية؟

☐  
☐

استطلاع الرأي والاستفتاء  
المدونة

☐  
☐

البريد الالكتروني  
عبر صفحة التواصل

أخرى أذكرها .....

### 4. ما هي الاشباعات والرضا المحققة من مطالعتك للصحف الالكترونية؟

☐  
☐  
☐  
☐  
☐

التزويد بالأخبار والتحليلات  
خدمة الحوار وتبادل الآراء  
تلبية كافة الاحتياجات الصحفية  
الترفيه والتسلية  
اكتساب مهارات جديدة

## المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الإلكترونية.

1. هل تستخدم الصحافة الإلكترونية بصفة ؟

☐

نادراً

☐

أحياناً

☐

دائماً

2. أين تطالع الصحافة الإلكترونية؟

☐

في الجامعة

☐

في المقاهي

☐

في المنزل

أخرى.....

3. ما هي الفترة التي تطالع فيها الصحافة الإلكترونية؟

☐

في الليل

☐

في المساء

☐

في الصباح

علل اجابتك في كل حالة .....

4. ما هو حجم الوقت الذي تخصصه لقراءة الصحافة الإلكترونية؟

☐

أقل من 15 د

☐

من 15 د إلى 30 د

☐

30 د فما فوق

5. ما هي الوسيلة التي تستخدمها عادة في تصفحك لجريدة إلكترونية؟

☐

كمبيوتر شخصي

☐

هاتف ذكي

☐

كمبيوتر مكتبي

☐

لوحة إلكترونية

6. ماهية اللغة المعتمدة في الصحف الإلكترونية التي تقبل عليها؟

☐

إنجليزية

☐

فرنسية

☐

عربية

أخرى.....

7. ما هي أنواع الصحف التي تطالعها؟

☐

صحف إلكترونية جزائرية

☐

صحف إلكترونية عربية

☐

صحف إلكترونية أجنبية

برر إجابتك في كل حالة .....

## المحور الثالث: درجة مستوى اهتمام الطلبة بالصحافة الالكترونية

1. ما هي الأقسام التي تفضل الاطلاع عليها؟

☐  
☐

الرياضي  
الثقافي

☐  
☐

السياسي  
الاجتماعي  
أخرى.....

2. لماذا تفضل قراءة الصحافة الالكترونية؟

☐

التفاعلية

☐  
☐

الشكل  
التزامنية واللاتزامنية

☐  
☐

اللغة  
المحتوى

عل اجابتك في كل اختيار .....

3. ماذا تفضل في قراءتك للصحافة الالكترونية؟

☐  
☐

متابعة الكاريكاتور  
قراءة المقالات

☐  
☐

قراءة الأخبار  
مطالعة الاعلانات

4. هل تعلق على كل المواضيع المنشورة في الموقع؟

☐

نادراً

☐

أحياناً

☐

دائماً

5. هل تلجأ إلى النص الفائق أو تكتفي بما هو موجود في محتوى المقال؟

☐

نادراً

☐

أحياناً

☐

دائماً

6. هل تتميز الصحافة الالكترونية بمصداقية؟

☐

لا

☐

نعم

أذكر لماذا في كل حالة .....

**الملحق رقم (1): مخطط لانواع الصحافة الالكترونية للدكتور ابراهيم بعزیز  
من كتابه (الصحافة الالكترونية والتطبيقات الاعلامية الحديثة ص 58**



الصحافة الالكترونية  
E-JOURNALISM

صحافة المواطن  
(المدونات، مواقع  
المنتديات، مواقع  
بث الأفلام وصور)

الصحافة الالكترونية  
المستقلة

الصحافة الالكترونية  
الموازية

موازية لقناة إذاعية  
أو تلفزيونية أو وكالة  
أنباء

موازية لصحيفة  
ورقية

## الفهرس:

1	مقدمة
3	إشكالية الدراسة
6	التساؤلات
6	أسباب اختيار موضوع الدراسة
6	الأسباب الذاتية
7	الأسباب الموضوعية
8	أهمية الدراسة
8	أهداف الدراسة
9	منهج الدراسة
11	أدوات جمع البيانات
13	مجتمع البحث وعينة الدراسة
13	أ-مجتمع الدراسة
13	ب-عينة الدراسة
15	مفاهيم الدراسة
18	الدراسات السابقة
	<u>الصحافة الالكترونية</u>
21	تمهيد
22	مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها
22	مفهوم الصحافة الإلكترونية
25	خصائص الصحافة الالكترونية
30	أنواع الصحافة الالكترونية
30	الصحافة الالكترونية الموازية
31	الصحافة الالكترونية المستقلة
32	صحافة المواطن
34	جمهور الصحافة الالكترونية وخصائصه
37	خصائص جمهور الصحف الالكترونية
41	خلاصة

## مدخل إلى الاستخدامات والاشباعات

42.....	تمهيد
44.....	مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات وفروضها
46.....	عناصر وفروض نظرية الاستخدامات والاشباعات
48.....	تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل الاتصال الرقمي
50.....	خلاصة

## الابعاد التأثيرية لمقروئية الصحافة الالكترونية

51.....	تمهيد:
52.....	مفهوم القراءة والمقروئية
52.....	مفهوم القراءة
56.....	تعريف المقروئية
58.....	العوامل المؤثرة في المقروئية
58.....	العوامل الفيزيائية المؤثرة في المقروئية
59.....	العوامل المؤثرة في المقروئية من جانب القارئ
60.....	العوامل المؤثرة في المقروئية من جانب النص
67.....	تأثير الصحافة على القارئ
70.....	خلاصة

## استقراء عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال عن مقروئية الصحافة الالكترونية

71.....	الدوافع والاشباعات المحققة من استخدام الصحافة الالكترونية
91.....	عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية
126.....	درجة اهتمام الطلبة بالصحافة الالكترونية
156.....	استنتاجات عامة
159.....	خاتمة