

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

العربي بن مهدي - أم البواقي -



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

قسم العلوم الإنسانية.

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم إنسانية

التخصص: اتصال وعلاقات عامة.

اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي -

تحت إشراف الدكتورة:

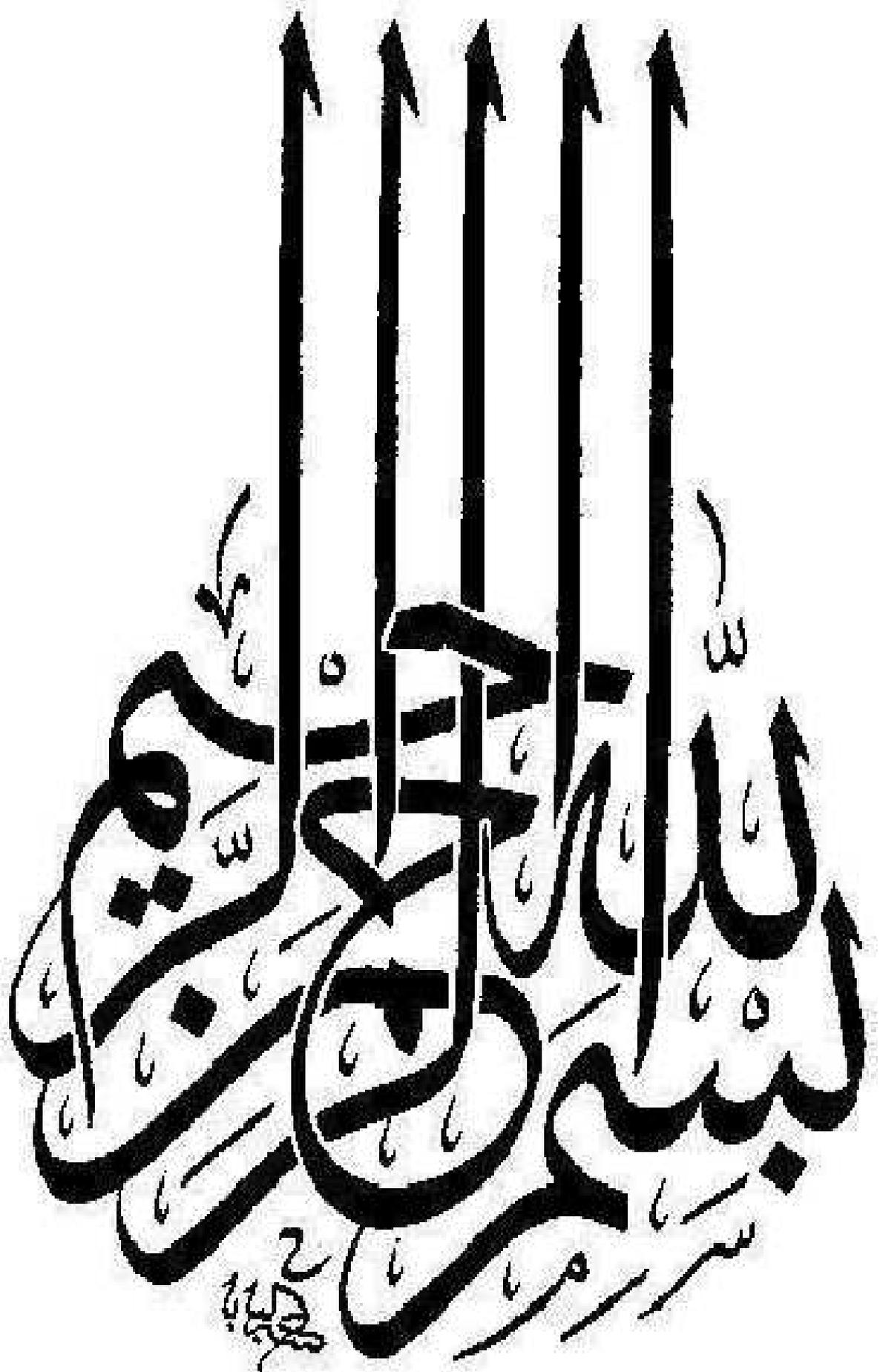
خلالفة زينب

مقدمة من طرف الطلبة:

صاحبي صبيحة ✓

السنة الجامعية: 2018/2017

الدورة: ماي



الهدايا

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَيَالِوالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا
أُفًّا وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا * وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلْمِ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا)

[الإسراء 23: 24]

إلى نور العيون.. و رمش الجفون.. و السر المكنون.. و الحب المجنون..في القلب المفتون..و
العقل الموزون..والصدق الحنون... إلى البلمس الشافي و القلب الدافئ و الحنان الكافي إلى
التي احاطتني بسياج حبها إلى اروع ام في الوجود "أمي الحبيبة".

إلى الذي تاهت الكلمات في وصفه و عجز اللسان في ذكر مآثره إلى سندي و عوني و
قدوتي إلى النور الوضاء مصدر فخري و إلى الذي يعجز القلم و اللسان على خطه في كلمات
إلى من جعل نفسه شمعة من أجل أن ينير دربي و شقي من أجل سعادتي إليك يا
"أبي الغالي".

إلى النجوم و الكواكب إلى الورود البهية الذين قاسموني حنان الوالدين إخوتي
الأحبة:

زينو (الزين) وعاذل (الدولة) و رمزي (موزاتة) و وليد (الدون) نبيل

إلى اختي قرة عيني ريمة (الرايس).

إلى رمز البراءة و الصفاء : شكيب (بوتشين) و شهاب (شيبو) والكثوث المنتظر.

إلى زوجة اخي ورفيقتي في البيت شميرة .

وإلى احب الناس الى قلبي .. صديقتاي و رفيقتا دربي فاطمة وليندة.

و إلى كل من ساهم من بعيد أو قريب في إنجاح هذا الجهد المتواضع وفقهه الله في

مشوارهم وسدد خطاهم...

هنادي



شكر و عرفان

الحمد لله و الصلاة و السلام على رسول الله.

قال الرسول صلى الله عليه و سلم في الحديث الصحيح:

(من صنع إليكم معروفا فكافنوه، فان لم تجدوا ما تكافنوه فادعوا له حتى تروا انكم قد كافأتموه).

(و من لا يشكر الناس لا يشكر الله عز و جل).

بعد شكري لله عز و جل على توفيقتي في عملي أتقدم بالشكر الجزيل و الثناء العظيم لكل من ساعدني في انجاز هذا العمل و اخص بالذكر الاستاذة المشرفة خالفة زينب التي ساعدتني والتي قدمت لي كل ما احتاجه في اكمال عملي هذا.

و أخيرا أتوجه بالشكر إلى إخوتي الذين ساعدوني في إثراء هذا التقدير
بالتصانح و التوجيهات.

فهرس المحتويات :

.....	البسمة
.....	الإهداء
.....	الشكر والتقدير
.....	فهرس المحتويات
.....	فهرس الجداول
.....	قائمة الأشكال التوضيحية
.....	مقدمة

الفصل الاول :الاطار المنهجي:

.....	1-1- تحديد المشكلة
.....	1-2- اسباب الدراسة
.....	1-3- اهمية الدراسة
.....	1-4- اهداف الدراسة
.....	1-5- الدراسات السابقة
.....	1-6- تحديد المفاهيم
.....	1-7- نظرية الدراسة
.....	1-8- منهج الدراسة
.....	1-9- عينة الدراسة
.....	1-10- مجالات الدراسة
.....	1-11- ادوات جمع البيانات

الفصل الثاني:الاتجاهات:

فهرس المحتويات :

1- ماهية الاتجاهات:

1-1- مفهوم الاتجاهات.....

1-2- خصائص الاتجاهات.....

1-3- المكونات الاساسية للاتجاه.....

1-4- طبيعة الاتجاهات.....

1-5- انواع الاتجاهات.....

1-6- وظائف الاتجاهات.....

2- تكوين وقياس الاتجاه:

2-1- قياس الاتجاهات.....

2-2- مراحل تكوين الاتجاهات.....

2-3- طرق تغيير او تعديل الاتجاهات.....

2-4- النظريات المفسرة للاتجاه.....

2-5- وسائل الاعلام والاتجاهات.....

الفصل الثالث: مصادر الاخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:

المبحث الأول: مصادر الأخبار:

اولا: المصادر الذاتية:

1- المندوب الصحفي.....

2- المراسل الصحفي.....

ثانيا: المصادر الخارجية:

1- وكالات الانباء.....

فهرس المحتويات :

- 2- الفضائيات.....
- 3- الاذاعات المسموعة والمرئية.....
- 4- الصحف الاجنبية والمحلية.....
- 5- البيانات والتقارير الرسمية.....
- 6- المؤتمرات الصحفية.....
- 7- النشرات والوثائق المختلفة.....
- 8- الحفلات والمهرجانات.....
- 9- البطولات الرياضية.....
- 10- كبار الشخصيات.....
- 11- أصدقاء وزملاء الشخصيات البارزة في المجتمع.....
- 12- الشخصيات الخارجية التي تزور البلاد.....
- 13- الاعلانات.....
- 14- رسائل القراء.....
- 15- الانترنت.....

المبحث الثاني: الإعلام التقليدي:

- 1- ماهية الاعلام التقليدي:
- 1-1- مفهوم الاعلام التقليدي.....
- 1-2- نشأته وتطوره.....
- 1-3- وظائف الإعلام التقليدي.....
- 1-4- وسائل وأدوات الاعلام التقليدي.....

المطلب الاول: الصحافة المكتوبة:

- 1-1- مفهوم الصحافة المكتوبة.....

فهرس المحتويات :

- 1-2-نشأتها وتطورها.....
- 1-3-وظائف الصحافة المكتوبة.....
- 1-4-مميزات الصحافة المكتوبة.....

المطلب الثاني :الاذاعة :

- 1-1-مفهوم الاذاعة.....
- 1-2-نشأتها وتطورها.....
- 1-3-وظائف الإذاعة.....
- 1-4-مميزات الإذاعة.....

المطلب الثالث:التلفزيون:

- 1-1 مفهوم التلفزيون.....
- 1-2 نشأته وتطوره.....
- 1-3 وظائف التلفزيون.....
- 1-4 مميزات التلفزيون.....

المبحث الثالث:الاعلام الجديد:

1- ماهية الاعلام الجديد:

- 1-1-مفهوم الاعلام الجديد.....
- 1-2-نشأة وتطور الاعلام الجديد.....
- 1-3-خصائص الإعلام الجديد.....
- 1-4-أدوات الاعلام الجديد.....

اولا : الانترنت:

فهرس المحتويات :

المطلب الاول : ماهية الانترنت.....

المطلب الثاني : نشأة وتطور الانترنت.....

المطلب الثالث:عناصر الانترنت.....

المطلب الرابع :خدمات الانترنت

ثانيا : مواقع التواصل الاجتماعي او الشبكات الاجتماعي:

المطلب الاول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....

المطلب الثاني:نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.....

المطلب الثالث:الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.....

المطلب الرابع:مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.....

المطلب الخامس:ابرز مواقع التواصل الاجتماعي.....

1- الفيس بوك.....

2- التويتر.....

3- اليوتيوب.....

4- الراديو الرقمي.....

5- التلفزيون التفاعلي.....

الفصل الرابع:عرض البيانات وتحليلها:

1-عرض النتائج العامة.....

2-عرض النتائج في ضوء الفرضيات.....

فهرس المحتويات :

.....خاتمة

.....قائمة المراجع والمصادر

الملاحق:

.....1-ملحق الملخص باللغة العربية

.....2-ملحق الملخص باللغة الفرنسية

.....3-استمارة قياس الاتجاه

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
148	تمثيل الأفراد حسب عامل الجنس.	1
148	تمثيل الأفراد حسب عامل السن.	2
149	تمثيل الأفراد حسب عامل المستوى التعليمي.	3
150	الاتجاه نحو العبارة الأولى.	4
151	الاتجاه نحو العبارة الثانية.	5
152	الاتجاه نحو العبارة الثالثة.	6
153	الاتجاه نحو العبارة الرابعة.	7
154	الاتجاه نحو العبارة الخامسة.	8
155	الاتجاه نحو العبارة السادسة.	9
156	الاتجاه نحو العبارة السابعة.	10
157	الاتجاه نحو العبارة الثامنة.	11
158	الاتجاه نحو العبارة التاسعة.	12
159	الاتجاه نحو العبارة العاشرة.	13
160	الاتجاه نحو العبارة الحادية عشر.	14
161	الاتجاه نحو العبارة الثانية عشر.	15
162	الاتجاه نحو العبارة الثالثة عشر.	16
163	الاتجاه نحو العبارة الرابعة عشر.	17
164	الاتجاه نحو العبارة الخامسة عشر.	18

165	الاتجاه نحو العبارة السادسة عشر.	19
166	الاتجاه نحو العبارة السابعة عشر.	20
167	الاتجاه نحو العبارة الثامنة عشر.	21
168	الاتجاه نحو العبارة التاسعة عشر.	22
169	الاتجاه نحو العبارة العشرون.	23
170	الاتجاه نحو العبارة الواحدة والعشرون.	24
171	الاتجاه نحو العبارة الثانية والعشرون.	25
172	الاتجاه نحو العبارة الثالثة والعشرون.	26
173	الاتجاه نحو العبارة الرابعة والعشرون.	27
174	الاتجاه نحو العبارة الخامسة والعشرون.	28
175	الاتجاه نحو العبارة السادسة والعشرون.	29
176	الاتجاه نحو العبارة السابعة والعشرون.	30
177	الاتجاه نحو العبارة الثامنة والعشرون.	31
178	الاتجاه نحو العبارة التاسعة والعشرون.	32
179	الاتجاه نحو العبارة الثلاثون.	33

يشهد العالم اليوم تطورات سريعة في ميدان الاتصال، انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام بشكل عام، والذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر إخبارية مختلفة، وكالات الأنباء والصحف المحلية والأجنبية والانترنت وغيرها.. في شكل نصوص وصور وبيانات وفيديوهات... هادفة بذلك الى تطوير الأشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية، ودفع المستخدم لاقتنائها في وقت كان استعماله يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، في ظل بحث المستخدم نفسه عن فضاءات أفضل للتعبير والاتصال وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا انها لم تلغي وسائل الاتصال التقليدية ولكن طورتها بشكل كبير، وأدت الى اندماج وسائل الإعلام المختلفة.

فتأثير وسائل الإعلام الجديدة ينمو بشكل متزايد في مجال دفع الشعوب للمشاركة في الحياة العامة، فقد تجاوزت بلا شك الدور الإخباري لوسائل الإعلام التقليدية، وولقت الأهم بتوفير التواصل والتفاعل بين مختلف شرائح المجتمع وخاصة الشباب والتي تعد الفئة المهمة للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة.

وكل هذا نتج عنه تكوين اتجاهات فئات مختلفة من الشباب نحو هذه الوسائل، فمنهم يفضل وسائل الاعلام التقليدية، ومنهم من يميل لوسائل الاعلام الجديدة كمصادر للأخبار وهذا ما حاولت دراستنا التي تضم أربعة فصول تبيانه. وقد قسمت كالآتي:

الفصل الأول: حيث تم التطرق فيه الى الجانب المنهجي، من خلال تحديد مشكلة الدراسة، أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، وفرضيات الدراسة، مصطلحات الدراسة، المدخل النظري للدراسة (الاستخدامات والإشباعات)، نوع الدراسة والمنهج، عينة الدراسة، وكذا أدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة.

الفصل الثاني: أما هذا الفصل فقد تم فيه التطرق الى، الاتجاه من خلال التعرض إلى الخصائص العامة للاتجاه، المكونات الأساسية للاتجاه، طبيعة الاتجاه، وظائف الاتجاه، أنواع الاتجاه، تكوين وقياس

مقدمة:

الاتجاه، النظريات المفسرة للاتجاه، مراحل تكوين الاتجاه، طرق تغيير أو تعديل الاتجاه، قياس الاتجاه، وسائل الاعلام والاتجاه.

الفصل الثالث: تم التطرق فيه الى مصادر الأخبار والتي تقسم الى: مصادر ذاتية وأخرى خارجية، ثم الإعلام التقليدي، تعريفه، وظائفه، نشأته وتطوره، مميزاته، وسائله وأدواته: الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون، ثم الإعلام الجديد، مفهومه، نشأته وتطوره، خصائصه، مميزاته، أدواته: الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، اليوتيوب، الراديو الرقمي، التلفزيون التفاعلي.

الفصل الرابع: وقد تم التطرق الى الاطار التطبيقي للدراسة، من خلال تحليل بيانات الدراسة الميدانية، ليلبيها ذكر النتائج العامة، والنتائج في ظل الفرضيات.

الفصل الاول:

موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية

- 1-1 تحديد المشكلة.
- 2-1 اسباب اختيار الموضوع.
- 3-1 اهمية الدراسة.
- 4-1 اهداف الدراسة.
- 5-1 الدراسات السابقة.
- 6-1 فرضيات الدراسة.
- 7-1 تحديد مصطلحات الدراسة.
- 8-1 المدخل النظري للدراسة.
- 9-1 نوع الدراسة والمنهج.
- 10-1 عينة الدراسة.
- 11-1 ادوات جمع البيانات.
- 12-1 مجالات الدراسة .

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1-1 تحديد المشكلة:

شهد مطلع القرن الواحد والعشرين تطورا مذهلا لتكنولوجيا المعلومات بفضل التلاقي الحاصل ما بين أجهزة الكمبيوتر، والبرمجيات وشبكات الاتصال، هذا التطور نتج عنه عدة وسائل تكنولوجية هذا الأخير لم يحدث دفعة واحدة بل مر بعدة مراحل اطلق عليها الباحثون اسم التاريخ الاتصالي المعلوماتي للإنسانية¹، او ما يعرف بالإعلام التقليدي حيث تم تقسيمه الى عدة مراحل مترابطة فيما بعضها البعض، انتهت كل واحدة منها بثورة افتتحت العصر الذي يليه، فكانت البداية بالاتصال الشفوي الذي انتهى بثورة الابجدية (الحروف) وأطلق عليها تسمية ثورة الاتصال الاولى، وكان ذلك حوالي 1500 ق م بتطوير الحروف المستعملة حاليا في البلاد العربية و الاروبية. من ثم ظهرت الكتابة والتي انتهت بثورة ثانية للاتصال، والتمثلة في تطوير المطبعة والذي مهد لظهور الصحافة المكتوبة. مرورا بالاتصال الجماهيري الذي ظهرت معالمه مع ظهور التلغراف عام 1835 م، والوسائل السمعية والمرئية التي سيطرت على المجتمع آنذاك، واختتم بالاتصال الالكتروني في عصرنا الحالي التي ساهمت في تطويره الشبكة العنكبوتية الانترنت.

فمن خلال هذا التطور الهائل للتكنولوجيات الرقمية والثورة المعلوماتية، والبيت الفضائي، وربط أجهزة وأدوات الاتصال ببعضها البعض، برزت معالم ما يسمى "بالإعلام الجديد" وكل هذا بفضل الانترنت التي لعبت دور الوسيط بين كل الوسائل الرقمية، فهي تعتبر من اهم مبتكرات الانسان التي اختصرت جميع وسائل الاعلام التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون... الى اداة واحدة، هدفها تطوير الاشكال الجديدة لمنتجات الوسائط المتعددة التفاعلية ودفع المستخدم للبحث عن فضاءات افضل للتعبير والاتصال وكان في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد احد اشكال الاعلام الجديد.

فتأثير وسائل الاعلام التقليدية نمت بشكل متزايد وغير مسبوق اذ قطعت اشواط كبيرة للمشاركة في الحياة العامة، وخلقنا الهم بتوفير التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في صنع الخبر ونشره بأقصى سرعة في وسائل الاعلام الجديدة.

¹ - عصام سليمان : المؤتمر الدولي حول الاعلام الجديد لتكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 ابريل

2009، منشورات جامعة البحرين، ط2009، ص 66.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ويعتبر الجمهور العمود الفقري للوسائل الاعلامية ليصبح بظهور تقنيات جديدة أكثر تعرضاً وتفاعلاً مع المضامين التي تقدمها، وخاصة الانترنت التي لم توفر تفاعل الوسائل الاعلامية ودمجها فقط، وإنما مكنت من تفاعل الجماهير مع مختلف المحتويات التي تعرضها الوسائل الاعلامية، فالشباب الجزائري اليوم كغيره من الشباب يعيش مجموعة من التحولات في طرق العيش وأساليب التفكير وأنماط السلوك يمكن وصفها بأنها مرحلة انتقالية تتطوي على تداخل التقليدي والجديد، بفعل التأثير الكبير لثورة الاتصالات والمعلومات، كان له انعكاس على اتجاهات وسلوكيات مختلف شرائح المجتمع وخاصة الشباب بحكم خصائصهم وتطلعاتهم فأصبحوا يشكلون الفئة الأكثر تأثراً بهذه التحولات.

فلا يخفى على أحد منا بأن كل فرد من افراد الجمهور يحمل معتقدات خاصة واتجاهات تشكلت لديه نحو قضايا معينة والاتجاهات على العموم تلعب دوراً محورياً وفعالاً في حياة الأفراد حيث يمكن أن تتحول نتيجة استقرارها وثباتها إلى مكون من مكونات شخصيتهم، واتجاهات الشباب نحو مختلف المواضيع الإخبارية التي تعرضها مصادر الأخبار سواء كانت ذاتية او خارجية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة تختلف من فرد الى آخر، فكل لديه حاجات و رغبات وميولات لإحدى الوسائل التي يرى أنها تحقق له هذا الاشباع، فهذه الوسائل التقليدية والجديدة هي التي توفر للشباب الأخبار التي يبحث عنها في مختلف المجالات، فمنهم من يتوجه الى وسائل إعلامية تقليدية كالصحافة المكتوبة، الاذاعة، والتلفزيون... ومنهم من يتوجه الى وسائل إعلامية جديدة كالانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، او اليوتيوب .. بغية اشباع حاجاته المعرفية الإعلامية والتعرف على اهم الأحداث التي تحدث في مجتمعه والبيئة المحيطة به والعالم ككل.

وبهذا الصدد ومن خلال كل ما سبق نلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

"ماهي اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام

الجديد؟"

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1-2 أسباب اختيار الموضوع:

لقد كان اختيار الموضوع ناجما عن عدة اسباب ذاتية منها و موضوعية وتتمثل في:

• الأسباب الذاتية:

✓ -الرغبة في دراسة المواضيع التي تمس فئة الشباب, وقياس اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام المختلفة.

✓ الميل الشخصي لدراسة مثل هذه المواضيع التي تخص الشباب بصفة خاصة.

• الأسباب الموضوعية:

✓ حداثة الموضوع, اذ يعد من البحوث العلمية الجديدة في مجال التخصص.

✓ تعلق الموضوع في حد ذاته بفئة الشباب التي تمثل الشريحة الاله في المجتمع فمن خلال هذه الدراسة سيتم التعرف على الوسائل الاعلامية التي يتوجه اليها الشباب الجزائري ويتخذها مصدرا لإشباع الجانب الإخباري لديه بين التقليدية والجديدة.

1-3 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتعرض لأحد المواضيع المهمة في المجتمعات المعاصرة وهو اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد, والتي أصبحت حقيقة واضحة خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة لما لها من دور كبير في تكوين اتجاهات وظيفتها الأساسية مساعدة الفرد على الاختيار الامثل خاصة لدى فئة الشباب الذين يشكلون الشريحة المهمة في المجتمع و المثقفة التي تتقن استخدام مختلف وسائل الاعلام.

1-4 أهداف الدراسة:

بما أن أغلب البحوث العلمية تسعى الى تحقيق جملة من الأهداف فإن دراستنا تهدف الى:

- الكشف على اتجاهات الشباب الجزائري نحو وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في انتقاء الأخبار؛
- التعرف على الوسائل التي يهتم و يميل اليها الشباب الجزائري بين التقليدية و الجديدة؛
- اشباع الفضول العلمي لمعرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو وسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصادر للأخبار تحت سقف نظرية الاستخدامات والإشباع.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1-5 الدراسات السابقة:

• الدراسة الاولى:

من انجاز الباحثة "قنيفة إيناس" بعنوان: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان عبر شبكة الانترنت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال جامعو منتوري -قسنطينة- 2009-2010.

تتظر الدراسة في اشكالية ميل جمهور الطلبة الجزائريين للإعلانات على شبكة الانترنت باعتبار هذه الاخيرة هي وسيط الوسائط، حيث كانت الصيغة التساؤلية لمشكلة الدراسة كالآتي:

"ما هي اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان عبر شبكة الانترنت؟"

حيث حاولت الدراسة الكشف على اتجاهات الجمهور نحو الاعلان عبر شبكة الانترنت من خلال طرح الفرضيتين التاليتين:

▪ الفرضية الاولى:

لدى الطلبة الجزائريين اتجاهات سلبية نحو الاعلانات عبر شبكة الانترنت.

✚ مؤشرات الفرضية:

- 1- التركيز على المعلومات العلمية على شبكة الانترنت؛
- 2- انعدام الثقة في التعاملات الالكترونية؛
- 3- عدم اشباع حاجات المتصفحين؛
- 4- عدم التطابق مع المعايير؛
- 5- التعارض مع قيم المجتمع؛
- 6- أكثر تعقيدا من الاعلانات عبر الوسائل الاخرى.

▪ الفرضية الثانية:

يتصفح الطلبة الجزائريون الاعلانات على شبكة الانترنت لمجرد البحث عن التسلية.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

➤ مؤشرات الفرضية:

- 1- التصفح خلال وقت الفراغ؛
- 2- التصفح دون البحث عن خدمة محددة؛
- 3- التركيز على حاجيات الاعلانات الالكترونية؛
- 4- التعرض بالصدفة؛
- 5- الاطلاع على ما هو متاح دون بذل جهد.

حيث تمثلت أهداف الباحثة من خلال هذه الدراسة في:

- 1/- التعرف على اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان على صفحة الانترنت؛
 - 2/- الوقوف عند الاستخدامات و الاشباعات المحققة من الاعلان على شبكة الانترنت؛
 - 3/- الوصول الى نتائج علمية يمكنها ان تخدم العاملين بحقل الاعلان وكذلك المتخصصين الأكاديميين و الباحثين.
- وللإجابة عن الفرضيات تم الاعتماد في هذه الدراسة على منظور البراد يغم الوظيفي وذلك لان نظرية الاستخدامات والإشباعات هي احدى ثمرات تطبيق الوظيفية في بحوث الاعلام.
- حيث اندمجت هذه الدراسة ضمن المنهج الوظيفي باعتباره احد المناهج الاساسية للدراسات الوظيفية التحليلية.

اما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد اختارت الباحثة استمارة مقياس الاتجاه وفيما يخص العينة فكانت عينة حصصية دون مراعاة عامل الجنسين و السن وتمثلت عينة الدراسة في 298 مفردة.

وكانت نتائج الدراسة الميدانية كالآتي:

- 1- يفضل الطلبة الجزائريون استخدام الانترنت لإشباع حاجياتهم الترفيهية من خلال غرف الدردشة وهو ما يعرضهم للإعلانات الالكترونية.
- 2- عدم اتقان اللغات يحول دون استفادة الطلبة من الانترنت وبالتالي تصفح الاعلانات الالكترونية.
- 3- ليس فقط طلبة " علوم الاعلام والاتصال اكثر اهتماما بالإعلانات على شبكة الانترنت.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- 4- عدم تبني الدولة لمختلف التعاملات الالكترونية يضعف من ثقتهم في الاعلانات الالكترونية.
 - 5- ان الاعلانات الالكترونية لا تتشبع حاجات الطلبة الجزائريين لان جلها اعلانات غريبة وأسعارها باهظة.
 - 6- عدم تطابق الاعلانات الالكترونية مع المعايير يخلق اتجاهات سلبية نحوها ,اذ يرى جل الطلبة انها تحمل معلومات مضللة وتعلن عن منتجات وهمية تهدد المواطن.
 - 7- يفضل الطلبة الاعلانات التي تحتوي على جوائز مقابل مشاهدتها لوظيفتها الترفيهية .
 - 8- لا يملك جل الطلبة حط انترنيت بالمنزل وهو ما يستبعد تعرضهم المفرط للإعلانات في اوقات الفراغ.
 - 9- يؤكد الطلبة ان تصفحهم للإعلانات الالكترونية تتميز بالمؤثرات السمعية البصرية عالية الجودة فتصميمها الجيد يثير اهتمامهم .
- ❖ مدى الاستفادة من الدراسة الاولى :

ان دراسة الباحثة "قنيفة إيناس" بعنوان:"اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان عبر شبكة الانترنت"تلتقي مع دراستنا كونها هي ايضا تدرس الاتجاهات واستفدنا منها كثيرا خاصة في تحديد خطوات الدراسة ونظرية الدراسة .

فيما يخص المنهج فاعتمدت الباحثة على نفس المنهج الذي اعتمدناه وهو المنهج الوصفي للدراسات المسحية وأيضاً اداة جمع البيانات وهي استمارة قياس الاتجاه, واختلفت دراستها مع دراستنا في العينة فقد اختارت عينة حصصية اما نحن فاخترنا عينة قصدية.

• الدراسة الثانية:

من انجاز الباحثة:"قوراري صونية", بعنوان :اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الالكترونية ,مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال جامعة خيضر -بسكرة- 2010-2011.

تدور اشكالية الدراسة حول التعرف على مكانة الصحافة الالكترونية في اوساط الطلبة الجامعيين وكيفية تقييمهم لمحتواها ,وذلك من خلال اجابتهم على التساؤل الرئيسي التالي:

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

"ماهي اتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية؟"

وقد حاولت الدراسة الكشف عن اتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية من خلال عدة فرضيات نذكر منها:

▪ الفرضية الأولى:

الصحافة الإلكترونية أكثر مقروئية من الصحف الورقية، حيث توجد علاقة بين مدى استخدام الطلبة للانترنت ومطالعتهم للصحف الإلكترونية، خاصة إذا ارتبطت استخدامات الطلبة للانترنت بالاستفادة منها في المجال العلمي والبحثي، كما يرجع استخدام الطلبة للصحف الإلكترونية الى الخصائص التي تتفرد بها، مقارنة بالصحف الورقية.

▪ الفرضية الثانية:

لن تؤثر الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية لا في المستقبل القريب ولا في المستقبل البعيد، ولن تلغي الصحافة الإلكترونية غيرها من الصحف الورقية فكل منها يملك الخصائص التي تساعدها على الاستمرار في المستقبل .

▪ الفرضية الثالثة:

ان الشكل الذي تقدم به الصحف الإلكترونية يعتبر عامل جذب لجمهور الطلبة، وحافز ايجابي لإقبال الطلبة على الصحف الإلكترونية، منها اسلوب عرض الموضوعات الرفق بمختلف المؤثرات السيكلوجية خاصة حركة العين، الايقاع الوسائط المتعددة من (صور، رسومات، فيديوهات، الوان ساخبة، وعناوين ومعلومات وإعلانات متحركة).

حيث تمثلت **اهداف** الباحثة من خلال الدراسة في:

1- التعرف على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين و كيفية تقييمهم لمحتوى الصحف الإلكترونية، وكذا الشكل الذي تقدم به، وذلك من خلال قياس اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- 2- التعرّيج على إشكالية المصادقية و حرية التعبير والتي خلقتها إمكانية المشاركة بالأراء و التعليقات حول ما يكتب و ينشر من جهة و السرعة الفائقة في تجديد المحتوى, وكل هذا من خلال تحديد كيفية استخدام القراء للآليات التفاعلية، و عادات ممارسة التفاعل.
- 3- الوقوف على أهم الأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على الصحيفة الإلكترونية وبالتالي عزوفهم على الصحف المطبوعة، كيفية تعامل الطلبة مع محتويات هذه الصحف و الإشباع المحققة منها في مجال متابعة الأخبار.
- 4- الإفادة من نتائج هذه الدراسة في استحداث البدائل من خلال معرفة المستوى الذي بلغه انتشار تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجامعة الجزائرية ك زيادة وعي الطلبة و حتى المسؤولين بأهمية الصحافة الإلكترونية في خلق نوع من التفاعلية في الوسط الجامعي ،وتوظيف نتائج الدراسة لتحسين مستويات الصحف الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة.
- وللإجابة عن هذه الفرضيات تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك من اجل ضبط مجال الدراسة في حيز يمكننا من دراسة جوانبه (اي وصف الاحداث والأشخاص ,الاتجاهات والمعتقدات والأبحاث والأهداف...) من اجل الخروج بنتائج مضبوطة.
- اما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد اختارت الباحثة استمارة استبيان كأداة للدراسة وفيما يخص العينة فقد اختارت عينة قصدية وزعت على الطلبة الذين يدرسون تخصص الاعلام والاتصال سواء وفق النظام الكلاسيكي او الجديد وعلى هذا الاساس وقع الاختيار على 228 مفردة.
- وقد توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج كانت كالآتي:
- 1- الصحف الالكترونية هي الاكثر مقروئية من الصحف الورقية وهذا يرتبط بمدى استخدام الطلبة للانترنت.
- 2- الاخراج الصحفي الالكتروني يؤثر على اقبال الطلبة على مطالعة الصحف الالكترونية.
- 3- ان معظم الطلبة الذين تكون وضعيتهم المادية حسنة يدخلون الانترنت وذلك في البيت ,لكن عامل الإقامة اثر على مكان دخول او استخدام الطلبة للانترنت.
- 4- ان الطلبة يطالعون الريبورتاج ويعد هذا النوع كذلك اخباري فالملاحظ ان الطلبة يهدفون من وراء مطالعتهم الصحف الى الحصول على الاخبار اكثر من الرأي.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

❖ مدى الاستفادة من الدراسة الثانية:

ان دراسة الباحثة "قوراري صونيا" بعنوان: "اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الالكترونية". تلتقي مع دراستنا وهي دراسة الاتجاهات وأيضا المنهج الوصفي للدراسات المسحية اضافة الى ذلك اداة جمع البيانات وهي استمارة قياس الاتجاه ،كما انها اختارت نفس العينة التي تم اختيارها في دراستنا.

1-6 فرضيات الدراسة:

✚ الفرضية الاولى:

يهتم الشباب الجزائري بوسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصادر للأخبار.

❖ مؤشرات الفرضية:

• وسائل الاعلام التقليدية:

- الصحف.

- الاذاعة.

- التلفزيون.

• وسائل الاعلام الجديدة:

- الانترنت.

- مواقع التواصل الاجتماعي.

- اليوتيوب.

✚ الفرضية الثانية:

للشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الاخبار التي تبتعد عن وسائل الاعلام التقليدية.

❖ مؤشرات الفرضية:

1- نشر الاخبار.

2- سهولة الاستخدام.

3- الفورية والآنية.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

4- الواقعية.

5- حرية التلقي.

✚ الفرضية الثالثة:

للشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الاخبار التي تقدم عبر وسائل الاعلام الجديدة.

❖ مؤشرات الفرضية:

1- التفاعلية.

2- اللامحدودية.

3- الشبوع والكونية.

4- السرعة.

1-7 تحديد المفاهيم:

من المفاهيم التي تطرقنا الى تحديدها في هذه الدراسة نذكر:

❖ الاتجاه:

أ- لغة: جاء في القاموس المدرسي: ان الاتجاه هو الاقبال على الشيء.¹

اتجه: اتجاها، اليه قصد، اقبل عليه.²

ب- اصطلاحا:

هو حالة من الاستعدادات او التأهب النفسي والعصبي، تولد تأثير ديناميكي على استجابة الفرد وتساعد على اتخاذ القرارات المناسبة سواء كان بالرفض ام الايجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات ويتأثر بالخبرات، التي مر بها الفرد من ناحية وبالسمات المزاجية من ناحية اخرى.³

¹ -علي بن هادية: القاموس المدرسي، ط7، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1991، ص 17.

² -جبران مسعود: الرائد (معجم الفبائي في اللغة والإعلام)، ط3، دار العلم للملايين، لبنان. 2005، ص 24.

³ -محمد منير حجاب: (المعجم الاعلامي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2004، ص8.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

وفي نظرا علم النفس هو استعداد عقلي كامن ،يتكون نتيجة تأثير الفرد بمثيرات مختلفة في محيطه ،تجعله يتخذ موقفا معينا نحو شيء مادي او معنوي او شخص او فكرة تكون موضع خلاف.¹

هو استعداد مكتسب ثابت نسبيا لدى الافراد يحدد استجابات الفرد حيال بعض الاشياء والأفكار او الاشخاص ،وان كل منا لديه اتجاهين الاول خاص والثاني اتجاه عام.²

كما يعرف على انه الطريقة التي يشعر بها الفرد تجاه شخص او شيء او فكرة او موقف وهو استعداد مكتسب يجعل الفرد يميل الى موضوعات معينة ويحبذها ويقبل عليها ،او لا يميل الى موضوعات معينة ولا يرحب بها ويعرض عنها.³

ج- اجرائيا:

الاتجاه هو ميل يشير الى موقف الشخص من شيء معين او تقييمه لموضوع معين ،هذا الاتجاه يكون اما سلبي يجعل الفرد لا يحبذ هذه الأفكار والآراء وينفر منها أو يبتعد عنها، وإما يكون ايجابي تجعل الفرد يقبل عليها بكل حرية .

❖ مصادر الاخبار:

يقصد بها الاشارة الى الاداة التي تحصل من خلالها الوكالة او الصحيفة على الخبر الصحفي ...وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية او الشعبية والاجتماعية او كبار الشخصيات الاجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الانباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر.⁴

¹-خيضر شعبان :مصطلحات في الاعلام والاتصال ،دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، 1422،ص1.

²-محمد جاسم لعبيدي وباسم محمد ولي : مصطلحات في الاعلام والاتصال،دار اللسان العربي،ط1،الجزائر،1422، ص1.

³-حسين عبد الحميد واحمد رشوان :اصول البحث العلمي ،مؤسسة شباب الجامعة ،دط ،مصر،2006،صص24-25.

⁴- يوم 2018/03/05 على الساعة 13:08 www.algomhuria.net.eg/tadrib/moh/04/htm

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

هو الوسيلة او الجهة التي يتحصل من خلالها الصحفي على المعلومات المتعلقة بالخبر الذي يريد نشره ونقله الى القارئ ,وهكذا يشكل مصدر الخبر احد اهم عناصر الخبر او القصة الاخبارية وأي خبر بدون مصدر يفقد قيمته كخبر ومصداقية ويدخل ضمن دائرة الاشاعة.¹

-إجرائيا:

هي كل المصادر التي يستقي الطلبة منها الاخبار المتعلقة ببيئته او بالعالم ككل ,وهذه المصادر قد تكون تقليدية ام جديدة.

❖ الاعلام التقليدي:

-اصطلاحا:

هي وسائل الاتصال والتعبير التقليدية من التلفزيون وقنوات الكابل والإذاعة والسينما واستوديوهات الموسيقى والصحف والمجلات والكتب والنشرات المطبوعة .²

هو الإعلام القديم أو الإعلام الموروث والذي يقصد به وسائل الاتصال والتعبير التقليدية التي كانت موجودة قبل ظهور الاعلام الجديد عبر الانترنت .صناعة الإعلام التي تعتبر عموما جزءا من وسائل الإعلام القديمة هي التلفزة والراديو والسينما والصحف والمجلات والكتب ومعظم المنشورات المطبوعة.

على الرغم من أن الدراسات تشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة ،وفي المقام الأول الإنترنت ، تتزايد بشكل قوي ،إلا أن استبدال وسائل الإعلام القديمة ليس ظاهرة واسعة الانتشار حتى الآن ،و لا توجد أدلة كافية عن ذلك ،ولا يزال التلفزيون هو المصدر الأهم والمعتبر للأخبار.³

¹ -من طرف : بلعربي كاتيا ,يوم السبت 26 , 2018, 11:12 pm.

www.press.amuntada.com/t115/topic

² -نقلا عن :صلاح سلام مقالة بعنوان علاقة بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد ,يوم 05 جانفي 2018 ,جريدة

www.anbaaonline.com الانباء

³ - <https://ar.wikipedia.org>

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

-إجرائيا:

هي مختلف الوسائل وأدوات الاعلام التي ظهرت عند ظهور وسائل الاعلام والاتصال, والتي تساعد المستخدم في الحصول على ما يدور حوله من اخبار وأحداث سواء المكتوب او المسموع او المرئي المسموع,مثل: الصحافة المكتوبة، والإذاعة، والتلفزيون.

❖ الاعلام الجديد:

-اصطلاحا :

عرف الاعلام الجديد كذلك بأنه : جميع اشكال الاعلام الرقمي ,الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي ,ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ,فضلا عن استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من اجل عملية الانتاج والعرض ,وان التفاعلية هي جزء منه وهي ايضا ما يميزه ومن اهم سماته.¹

ووفقا لقاموس الكمبيوتر **Computing Dictionary** عبر مدخلين هما:

أ- هو شكل من اشكال التواصل في العالم الرقمي ,والذي ينشر عبر الاقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية ,او الاله من ذلك عبر الانترنت ذلك يعني ان المستخدم يحصل على المواد عبر سطح المكتب لو الكمبيوتر المحمول او الهواتف الذكية. اذ ان جميع شركات العالم تطورت بفعل الاعلام الجديد.

ب- هو وسيلة جديدة للتواصل في العالم الرقمي ,والذي يسمح لمجموعات صغيرة من الناس بالتجمع عبر الانترنت لتبادل وبيع البضائع والمعلومات ,فضلا عن سماحه للعديد من الناس على ان يكون لهم صوت في مجتمعهم في العالم بشكل عام.²

-إجرائيا: هو مختلف التقنيات الحديثة التي يعتمد عليها الشباب الجزائري من اجل الحصول على المعلومات التي تهمة عبر عدة وسائل التكنولوجيات الحديثة ,مثل:مواقع التواصل الاجتماعي ,واليوتيوب والانترنت وغيرها من الوسائل المتطورة.

¹-مي العبد الله: **المعجم في المفاهيم الحديثة للاتصال**, المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ,دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ,بيروت ,لبنان ,دط , 2014, ص 37.

²- متاح بتاريخ 2018/01/09 <http://www.pemag.com/encyclopedia/term/47936/new.media>

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

8-1 المدخل النظري للدراسة:

• نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- الاستخدام في اللغة: من استخدم استخداما ,اي اتخذ الشخص خادما ,ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

- الاشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع ,وتدل على امتلاك في اكل وغيره. وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتة وثوب شبيع الغزل اي كثيره, وشبيع العقل او وافره ,والشبع من يرى انه شبعان وليس كذلك.

ونظرية الاستخدامات والاشباعات في الاصطلاح الاعلامي : مثار اختلاف بين الباحثين ,وتعني

النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد اعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية ,وأورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية : على انه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية او كلية لمتطلبات حاجات ,ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة.¹

ونظرية الاستخدامات والاشباعات ,تقضي بان تحديد ماهيه شيء ما لا بد ان يتم من خلال استخدامه ,وبذلك يمكن تحديد مدى اسهام وسائل الاعلام الجماهيرية بالنسبة للمجتمع من خلال تحديد كيفية استخدام الجمهور لهذه الوسيلة.²

• فروض النظرية:

بنيت نظرية الاستخدامات والاشباعات على فكرة مؤداها ان حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال ,والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة ,تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال ,فضلا

¹-هيثم الهيتي:الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات ،دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ،الاردن ،2008،ص،141.

²-مرزوق عبد الحكيم العادلي:الإعلانات الصحفية-دراسة في الاستخدامات والاشباعات- دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط1، القاهرة ،مصر،2004،صص 110-109.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

عن مصادر اخرى غيرها حيث يتوقع الفرد ان تحقق له هذه المصادر اشباعا لحاجاته.¹ وبالتالي فالاهتمام منصب على "رضا المستخدمين" بطرح سؤال جديد: (ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام)².

وهكذا فقد سمحت النظرية بتغيير الوجهة, اذ ان الامر لا يتعلق بمعرفة (ماذا تفعل وسائل الاعلام بالناس؟)³, وبالتالي يمكننا ان ندرك بان محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي, الذي هو نقطة البدء.⁴

وتقوم هذه النظرية على عدد من الافتراضات, التي تمت مراجعتها لتلاءم ما تم التوصل اليه من نتائج حول جمهور وسائل الاعلام, يمكن تلخيصها في:

- 1- ان السلوك الاتصالي سلوك هادف (Purpositive) وذو دوافع, حيث يسعى جمهور وسائل الاعلام بايجابية وفاعلية لتحقيق اهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل.
- 2- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام الجمهور لوسائل الاعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الاساسية. ولكنه من ناحية اخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم, كالبحت عن معلومات لحل مشكلة ما.
- 3- يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الاعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة الرشح لاستجابات الفرد السلوكية.
- 4- قد تؤثر وسائل الاعلام في سمات الفرد من ناحية او في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي لمجتمع من ناحية اخرى ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما, من خلال استخدام افراد وسائل الاعلام.⁵

¹ -رضا عبد الواحد امين: الصحافة الالكترونية, دار الفجر للنشر, ط1, القاهرة, مصر, 2007, ص 37.

² - Michéle Mattelart et Armand : Histoire des Théories de la communication, la Découverte et syros, paris, France, 3^{ème} édition, 2002, p87.

³ - Lallise Jean : La Communication de la Transmission à la relation Boeck et Laicier, Bruxelles, 2^{ème} édition, 2006, p52.

⁴ - باديس لونيس, جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت, دراسة في استخدامات واشباعاات, طلبة جامعة منتوري, قسنطينة, مذكرة ماجستير, غ منشورة, قسم علوم الاعلام والاتصال, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, الجزائر, 2007-2008, ص 32.

⁵ -رضا عبد الواحد امين, مرجع سابق, صص 35-36.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

5- تتنافس وسائل الاعلام مع اشكال الاتصال الاخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري. حيث ان الطريقة التي تلبي بها وسائل الاعلام احتياجات الفرد تختلف من واحد الى آخر، باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد.¹

• أهداف النظرية:

اما عن اهداف النظرية فقد حددها "كاتز Katz" وزملائه في كتابه المنشور عام 1974² في:

- ✓ شرح كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام لإشباع حاجاتهم.
- ✓ فهم دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاعلام، والتفاعل الذي ينتج عن هذا التعرض.
- ✓ معرفة النتائج المترتبة على استخدام وسائل الاعلام.³

• عناصر النظرية:

ترتكز نظرية الاستخدامات والاشباع على مجموعة من العناصر تمثل محور الدراسة وهي كالاتي:

1- افتراض الجمهور النشط Active Audience:

على عكس النظريات القديمة (الحقنة تحت الجلد) والتي تعتبر الجمهور مجرد متلقي سلبي.⁴ لكن مع ظهور نظرية الاستخدامات والاشباع ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الاعلامي المناسب له ويتحكم ويعرف ذلك "بالانتقاء النسبي" او توقع او المكافأة، وهو الموازنة بين قدر الاشباع الذي يحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا، ومن الجدير بالذكر ان

¹-تيسير مشاركة:مدخل الى الدراسات الاعلامية، منشورات بيت القدس، رام الله، فلسطين، دار الشروق، عمان، الاردن، ط1، 2002، صص 88-89.

²-خلاف بومخيلة:جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة، دراسة استخدامات واشباعات، طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، مذكرة ماجستير، غ منشورة، قسم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2006-2007، ص 38.

³-جمال ابو شنب:نظريات الاعلام والاتصال، المفاهيم، المدخل النظري القضايا، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، ط1، 2008، صص 98-99.

⁴-جمال العيفة:الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، دط، 2003، ص 77.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

المضمون الاعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى فئات الجمهور, فمثلا برنامج يحوي مشاهد عنف, قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر.¹ في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى.

2- الاصول النفسية والاجتماعية:

تؤكد العديد من الدراسات ان هناك علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية والسيكولوجية للفرد, وبين استخداماته واشباعاته من الاعلام.

أ- **الاصول الاجتماعية:** تنشأ الكثير من احتياجات الافراد المرتبطة بوسائل الاعلام, من وجودهم وتفاعلهم مع بيئتهم الاجتماعية, وهناك مصادر ثلاثة لنشوء الاحتياجات: (اولها, مضمون وسائل الاعلام وثانيهما, التعرض لهذه الوسائل وثالثهما, السياق الاجتماعي الذي يتم فيه التعرض).²

كما تقسم كذلك الحاجات وفقا لدرجة الاشباع التي تحققها وسائل الاعلام للفرد الى: (حاجات مشبعة, حاجات جاري اشباعها, وحاجات مؤجل اشباعها). وذلك من خلال المضامين والوسائل الاعلامية المتنوعة.³

¹-عاطف عدلي ونهى عاطف العبد: نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية, دار الفكر العربي, القاهرة, مصر, بط, 2008, صص 297-299.

²-منال قدواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية, مذكرة ماجستير, غ منشورة, قسم الاعلام والاتصال, كلية العلوم الانسانية والاجتماعية, جامعة منتوري, قسنطينة, الجزائر, 2007-2008, صص 66-65.

³-محمد محمد الطنوبي: نظريات الاتصال, مكتبة ومطبعة الانشعاع الفنية, الاسكندرية, مصر, بط, 1, 2001, صص 234-233.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ب-الاصول النفسية: يمكن ان تؤدي هي ايضا الى حوافز ,وتحدد اصول كثير من استخدامات وسائل الاعلام ,فقد ادى ظهور مفهوم "الادراك الانتقائي" المرتكز على الفروق الفردية الى افتراض ان الانماط المختلفة من البشر يختارون الانشطة بأنفسهم ,ويفسرون وسائل الاعلام بطرق متنوعة ومتباينة.¹

3-دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام:

لقد اختلف علماء الاتصال وعلماء النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاعلام ,وكان هذا الاختلاف امتداد لتحديد مفهوم الدافع ,الذي يعرف بأنه : "حالة داخلية فسيولوجية او نفسية التي تحدث للفرد للقيام بسلوك معين لإشباع رغبة محددة."²

ووفقا لنظرية الاستخدامات والاشباعيات يتعرض الجمهور لوسائل الاعلام وفقا لدوافع معينة ,التي تباينت الرؤى حولها على النحو التالي:

➤ **الاتجاه الأول:** يرى ان دوافع الجمهور حالات داخلية يدركها الجمهور مباشرة ,وترتبط هذه الرؤية "بنظرية القيمة" التي تفترض ان تعرض الفرد لوسائل الاعلام يعكس سلوكا ايجابيا ,وعليه يستطيع تحديد النتائج من خلال قياس الاشباعيات المتوقعة من استخدام وسائل الاعلام ومعرفة دوافع التعرض اصلا.

➤ **الاتجاه الثاني:** ويرى ان دوافع الجمهور لا يمكن ادراكها وفهمها بشكل مباشر ,ولكن يمكن ادراكها بشكل غير مباشر نظرا لصعوبة صياغة دوافع الافراد بشكل لفظي ,وانما يمكن الاستدلال عليها من المعتقدات والمواقف السلوكية الذاتية التي يقررها الفرد نفسه.

➤ **الاتجاه الثالث:** ويرى انه يصعب ادراك الدوافع من خلال التفكير الذاتي لان الحاجات الاساسية للفرد تؤثر على تعرضه ,ومع ذلك قد لا تدرك على انها محددات عملية التعرض نفسها. كما ان ما يقرره الجمهور كدوافع ومحددات يمكن ان يعبر صراحة عن الدوافع ,التي قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة داخليا وهذا ما يؤكد "مالجوير Malguire" عند مناقشة المفهوم (الدفاع عن الذات) باعتباره احد دوافع التعرض لوسائل الاعلام.

¹ - انشراح الشال: الدش والانترنت والتلفزيون -في اطار علم الاجتماع الإعلامي المدينة برس, القاهرة ,مصر ,دط , 2003, صص 114-115.

² - عاطف عدلي ونهى عاطف العبد :مرجع سابق ,ص ,305.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

➤ الاتجاه الرابع : ويتبنى هذا الاتجاه "اوستن بابرو Babrow", الذي يرى بان التعرض لوسائل الاعلام ليس له اي دافع وهذا ما يتفق مع الفكرة العامة التي ترى ان السلوك الانساني يرتبط غالبا بالتعود او اللامعقول ,وبالتالي فهو ليس مدفوعا ولكنه امر اعتيادي.¹

4- توقعات الجمهور من وسائل الاعلام:

يعد مفهوم "توقعات الجمهور" بشأن خصائص وسمات وسائل الاعلام والاشباعات المحتمل الحصول عليها من هذه الوسائل ,مفهوما اساسيا ولازما للجمهور الذي تراه النظرية نشطا .² وبهذا تعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاعلام حيث انه اذا كان على الافراد الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية متعددة طبقا لاحتياجاتهم فلا بد من ان يكونوا على درجة كافية من الوعي بالبديل التي تكون اكثر اشباعا لاحتياجاتهم والسلوك الاتصالي لأفراد الجمهور ينشأ من هذه التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال ان يكون لهذا السلوك اسهامه في اشباع احتياجاتهم المختلفة.³ وتنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاعلام حسب الاصول النفسية والاجتماعية للأفراد ,وفقا لاختلاف الثقافات.⁴ كما يندفع الفرد المتلقي المستخدم لوسائل الاعلام انطلاقا من ادراكه او توقعه لنتيجة ما من المحتوى الاعلامي الذي يتعرض اليه ,ومن ثم تقويمه لهذا المحتوى.⁵

5- تعرض الجمهور لوسائل الاعلام:

من ضمن افتراضات نظرية الاستخدامات والاشباعات ايضا ان دوافع الافراد تؤدي بهم الى التعرض لوسائل الاعلام ,حتى يتحقق لهم الاشباع الذي يبحثون عنه ,وذلك على اعتبار ان وسائل الاعلام تعتبر مصدرا من المصادر العديدة تسهم في اشباع حاجات الجمهور.

¹-مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد : نظريات الاتصال, دار النهضة العربية, القاهرة, مصر, دط, 2006, ص 231.

²-خلاف بومخيلة, مرجع سابق الذكر, ص 44.

³-عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد, مرجع سابق, ص 309.

⁴- Ollivier Bruno : Les science de la Communication Théories et acquis, Armand Colind ,Paris ,France ,2007 ,p87.

⁵-منال قدواح :مرجع سابق, ص 67.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

وقد اشارت دراسات عديدة الى وجود علاقة ارتباط بين البحث عن الاشباع والتعرض لوسائل الاعلام وتعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاعلام عن نشاطه وقدراته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته.¹

وتتغير استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور وسائل جديدة, مثل القنوات الفضائية, وأجهزة الفيديو والوسائل التفاعلية الحديثة ... والتي تدفع الجمهور لتعرض أكثر وعياً وتنظيماً للوسيلة خاصة ان معظمها كما في القنوات المشفرة والانترنت يتطلب انفاقاً مستمراً للتعرض لها والحصول على خدماتها ومضامينها.²

6- اشباعات الجمهور من وسائل الاعلام :

الاشباع هو "ارضاء رغبة او بلوغ هدف او خفض واقع", وتدل الكلمة ايضاً على "الحال التي يتم فيها ذلك"³, وفقاً للنظرية يتم وصف افراد الجمهور باعتبار انهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة, يطلق عليها مصطلح الاشباع, التي تعد بمثابة المحصلة النهائية التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام, وتتوقف الاشباعات التي تتحقق لدى الجمهور وفقاً لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدم, وطبيعة الطرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال والاشباعات التي تتحقق للجمهور نتيجة استخدامه لوسائل الاعلام المتنوعة.⁴

¹-حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, مصر, ط4, 2003, صص 241-242.

²-عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: مرجع سابق, ص 311.

³-محمد منير حجاب, مرجع سابق الذكر, صص 47-48.

⁴-مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد : مرجع سابق الذكر, ص 253.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

• تقييم النظرية:

وتطورت البحوث الخاصة بالاستخدامات والاشباعات خلال السبعينات وما بعدها, ويعد ان قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور واشباعاته.ازداد ادراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في احداث الاثر, وعلى الرغم من تطور اساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال إلا ان صورا من النقد وجهت لهذه النظرية وتطبيقاتها, كما قوبلت بالرد كذلك.¹

• النقد الموجه لنظرية:

- ✓ يشير بعض النقاد الى ان مدخل الاستخدامات والاشباعات اقل من ان يكون نظرية مستقلة بذاتها, وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي.²
- ✓ تركز على اسس وظيفية, تهتم بما تحققه من وظائف لبعض الافراد, واختلالا وظيفيا للبعض الاخر ولذلك فكل الانتقادات الموجهة للوظيفية تنطبق عليها كذلك.
- ✓ تحوي النظرية غموضا او عدم مرونة, او عدم اتفاق بين ما تشير اليه افكارها الاساسية وبين المصطلحات التطبيقية المستخدمة, وفي هذا تسطيح للأمور, خاصة وانه يوجد خلاف حول تحديد المفاهيم, مثل مفهوم (الحاجات), (الاشباع), (الاستخدام), (الدوافع)..فالناتج قد تختلف تبعا لاختلاف التعاريف, وبالتالي ما يصلح لدراسة ما لا يصلح لأخرى.
- ✓ عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط فهناك العديد من المعاني التي تشرح المفهوم منها (المنفعة), و(العمد), و(الانتقاء).كما ان المفهوم لا يتفق مع نموذج "المجتمع الجماهيري".³

¹-محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير, عالم الكتب, القاهرة, مصر, ط3, 2004, صص 272-273.

²-ميلفن ديلفير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الاعلام, ترجمة كمال عبد الرؤوف, الدار الدولية, القاهرة, مصر, دط, 1993, ص 266.

³-مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد: مرجع سبق ذكره, ص 257.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ولعل اقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات تكمن في الطابع الوظيفي ,وهو ما

يعني تكريس الوضع القائم والتتكر للتغيير الاجتماعي.¹اذ نجد ان "هربرت شيلر" يعتبر في هذا المجال حرية الاختيار مجرد وهم ,وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الاعلامي وبين تنوع المضمون ,وهو ما ينتج بسبب التطابق الكامن للمصالح المادية والإيديولوجية لأصحاب الملكية ومن الطابع الاحتكاري للنظام الاعلامي بوجه عام ... وهو ما يوفر اسباب القوة للنظام السائد لتغليب الوعي.² ويمارس هذه الهيمنة وتلك السيطرة في المقام الاول عن طريق التحكم في تدفق المعلومات.³

○ الاستفادة من النظرية في الدراسة:

ان الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباعات يسعى الى تحقيق إشباعاته ورغباته عن طريق وسائل الاعلام ,ويختار ما يتناسب مع تحقيقه لهذه الاهداف والفرد يقبل عليها بدافع منه لتلبية الوسيلة لاحتياجاته وعرضها لمضامين تتوافق مع احتياجاته النفسية وظروفه ,والنظرية كذلك تكشف على مدى استخدام الافراد للوسائل وإشباعها للأنماط والدوافع التي يقبل عليها واهم التغيرات في العديد من الجوانب.

سنتناول في بحثنا اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الاخبار وسنتعرف فيها على استخدامات الشباب لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة في انتقائه للأخبار ففي دراستنا قمنا باختيار نظرية الاستخدامات والإشباعات لمعرفة توجهات الشباب الجزائري نحو وسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصدر للأخبار اي هل تلبية اشباعاتهم في معرفة الأحداث في المجتمع والعالم؟ هل تلبية هذه الاشباعات والرغبات أدى الى تغيير اتجاهاتهم نحو وسائل الاعلام التقليدية والجديدة.

¹-رضا عبد الواحد امين :مرجع سابق ,ص 45.

²-هربرت اشيلر:المتلاعبون بالعقول,ترجمة عبد السلام رضوان ,عالم المعرفة ,العدد 234 ,المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ,الكويت ,مارس 1999 ,صص 26-28.

³-مصطفى المصمودي:النظام الاعلامي الجديد ,عالم المعرفة ,العدد 94 ,المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ,الكويت ,اكتوبر 1985 ,ص 40.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

9-1 نوع الدراسة والمنهج:

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تهدف الى دراسة واقع الاحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها، من اجل تصحيح هذا الواقع او اجراء تعديلات فيه او استكمالها وتطويره . حيث يرى الكاتب "محمد زيان عمر" ان البحوث الوصفية تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلًا دقيقًا وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر اي انها تتناول اشياء موجودة بالفعل وقت اجراء الدراسة.¹ ويشاطره الرأي الباحث "هوينتي" الذي يعتبرها دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الناس او مجموعة من الاحداث او مجموعة من الاوضاع.²

ولقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعرف انه تصور دقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتطور بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية ويتجه العلماء الى تقسيم هذا المنهج الى دراسات سميت الدراسات الوصفية ويسمي البعض هذه الدراسة بالمنهج الوصفي وكذلك هناك نمط آخر هو منهج دراسة الحالة ودراسة النمو، فمهما كانت نوع الدراسة تنصب في منهج واحد وهو المنهج الوصفي لأنه وصف للحالة مهما تغير اتجاه الدراسة.³

ويعتمد المنهج الوصفي على عدد من الاساليب ومن بينها الاسلوب المسحي، ويتمثل هذا الاسلوب في بيانات ومعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الافراد ويطبق في كثير من الدراسات من اجل:

- وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي دقيق.
- مقارنة الظاهرة موضوع البحث بمستويات ومعايير يتم اختيارها للتعرف الدقيق على خصائص الظاهرة المدروسة.
- تحديد الوسائل والإجراءات التي من شأنها تحسين وتطوير الوضع القائم.

¹-محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، دط، 1983، ص 188.

²-محمد منير حجاب: اساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002، ص 78.

³-وجيه محجوب: اصول البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط2، 2005، ص 243.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

ويطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير او صغير ,وقد يكون مسحا شاملا او بطريقة العينة.¹

ودراستنا تنتمي الى البحوث الوصفية ,اي انها تقوم بوصف المشكلة وخصائصها اي انها تهدف الى معرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الاعلام التقليدي والإعلام الجديد والحصول على الحقائق التي تتعلق بالعينة وماهي الوسائل التي يميلون اليها.

1-10 مجتمع البحث والعينة:

تعرف العينة على أنها "ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا".²

وتعرف ايضا على أنها:"عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة ,وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".³

وقد قمنا باختيار العينة من مجتمع البحث وهو طلبة شعبة العلوم الانسانية تحديدا شعبة الاعلام والاتصال من جامعة ام البواقي خلال العام الدراسي 2017/2018 ،البالغ عددهم (3042) طالب باستثناء طلبة التاريخ ،وذلك لمعرفة توجهاتهم نحو وسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصادر للأخبار ،وذلك لأن قسم العلوم الانسانية يضم تخصصات تتوافق مع موضوع دراستنا ،لذا قمنا باختيار العينة **القصديّة** وهي العينة التي يتم الاعتماد عليها في الدراسات الوصفية خاصة عندما يكون الباحث مرتبطا بمدة زمنية محددة ،حيث حددنا عدد عينة دراستنا ب (100) مفردة من طلبة الليسانس والماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال باستثناء طلبة التاريخ.

¹-رحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم:اساليب البحث العلمي الاسس النظرية والتطبيق العلمي ,دار صفاء للنشر والتوزيع ,عمان -الاردن ،ط2 ،2008 ،ص 78.

²-كامل محمد الغزبي :اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية ,دار الثقافة للنشر والتوزيع ,عمان -الاردن ،ط2009 ،1 ،ص 139.

³-محمد عبيدات وآخرون:البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ,دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ,عمان -الاردن ،ط، 1998 ،ص 74.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

وتعرف العينة القصدية على أنها: "العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الافضل لتحقيق اهداف الدراسة."¹

وهي "العينة التي يعتمد فيها الباحث ان تتكون من وحدات متجانسة اعتقادا منه على أنها تمثل المجتمع الاصلي خير تمثيل."²

11-1 أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة اختيار أدوات جمع البيانات مرحلة هامة جدا في البحث العلمي, من حيث جمع المعلومات والبيانات المطلوبة في البحث. ولذلك ينبغي على الباحث اختيار الأدوات المناسبة بدقة كبيرة لأنها وسيلة الاتصال بينه وبين المبحوث.

ولأن هذه الدراسة تهدف الى قياس اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الاعلام التقليدي والإعلام الجديد, فقد عرف القياس بأنه: "تحديد خصائص الأشياء والوقائع والأحداث والأفراد في إطار كمي, بمعنى آخر تحديد القدر من هذه الخصائص التي يمكن من خلالها التمييز وإصدار الأحكام والمقارنة."³

ويمكن تعريفه: "إحدى الأدوات العلمية الجوهرية لجمع البيانات للوحدات، التي يدرسها الباحث من حيث سماتها وخصائصها التي تميزها عن غيرها من الوحدات والتي قد تحدد نوع العلاقات ومستواها بين هذه الوحدة وغيرها من الوحدات الظاهرة."

وعلى اعتبار أننا تناولنا اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد فقد توجب علينا اختيار أحد انواع القياس وهو "قياس الاتجاه" الذي يعرف بأنه: "كل ما

¹ -محمد خليل عباس وآخرون: مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، ط3، 2011، ص 229.

² -فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، مصر، ط1، 2007، ص 196.

³ -محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، ط1، 2003، ص 329.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

يهدف الى تقدير رأي الفرد او اتجاهه نحو الأشياء او الموضوعات او الآخرين بما يؤدي الى تصنيف او تقدير موضوع الاتجاهات من خلال نتائج استخدام هذه المقاييس.¹

وعليه فقد اعتمدنا على استمارة "مقياس الاتجاه" والتي تعرف بأنها: قائمة عبارات مكتوبة مصممة لجمع معلومات وآراء واتجاهات وأفكار المجيبين حول موضوع البحث والتي تستخدم فيما بعد لأغراض التحليل.²

حيث اعتمدنا على مقياس "ليكرت" للاتجاهات لأنه الأكثر ملائمة لهذه الدراسة, إذ يبني هذا المقياس على أساس المعيار المتدرج ذي البعد الثابت, أي وجود درجات معيارية ذات ابعاد مكانية وزمانية او مادية ثابتة ومتسلسلة بشكل منتظم. والهدف الأساسي لهذا المقياس هو تحديد اتجاه آراء الافراد المراد قياسها.³

كما ان مقياس "ليكرت" يتسم بالدقة والبساطة نظرا لسهولة تطبيقه فهو يقدم على اختيار عدد من العبارات التي تتناول الاتجاه الذي نريد قياسه.

وفي هذه الدراسة فقد اعتمدنا على مقياس "ليكرت" الثلاثي والمتدرج من الموافقة الى المعارضة مرورا بدرجة الحياد.

وقد تم عرض استمارة مقياس الاتجاه على الاساتذة المحكمين * المختصين في علوم الاعلام والاتصال والمنهجية، وبعد هذا التحكيم تم الأخذ بعين الاعتبار اقتراحات ونصائح المحكمين لتتم اعادة صياغة استمارة مقياس الاتجاه في صيغتها النهائية.

حيث تتكون استمارة مقياس الاتجاه المعتمدة في هذه الدراسة من اربعة محاور وهي:

المحور الاول: المتعلق بالبيانات الشخصية.

¹-محمد عبد الحميد, مرجع سبق ذكره, ص 343.

²-تقنية إيناس, مرجع سبق ذكره, ص 20.

³-معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع, دار الشروق, عمان, الاردن, ط1, 2004, ص 260.

* الاساتذة المحكمين: الأستاذة علاق امينة استاذة المنهجية، الاستاذ بولعام بلال استاذ النقد الاعلامي، والأستاذة عاشور هناء أستاذة التحليل الاعلاني وسبر الاراء.

الفصل الاولموضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

المحور الثاني: والمتعلق بعبارات مقياس الاتجاه، المتضمنة للفرضية الاولى والتي تضم 14 عبارة.

المحور الثالث: والمتعلق بعبارات مقياس الاتجاه، المتضمنة للفرضية الثانية والتي تضم 10 عبارات.

المحور الرابع: والمتعلق بعبارات مقياس الاتجاه، المتضمنة للفرضية الثالثة والتي تضم 6 عبارات.

1-12 مجالات الدراسة:

المجال البشري:

وهو مجتمع الدراسة، وهم طلبة الاعلام والاتصال وهذا لكي نصل الى النتائج التي نريدها من خلال الاداة التي قمنا بإعدادها وتوزيعها عليه بجامعة ام البواقي.

المجال المكاني:

وقد قمنا باختيار جامعة العربي بن مهدي بأم البواقي بحكم اني طالبة بها وذلك اختصارا للجهد والوقت.

المجال الزمني:

ويتمثل في الفترة الزمنية التي إستغرقناها لانجاز هذه الدراسة، حيث انجزت هذه الاخيرة خلال العام الدراسي 2017/2018، حيث شرعنا في العمل عليها في شهر سبتمبر 2017 الى غاية اواخر شهر افريل 2018 حيث تم صياغة استمارة قياس الاتجاه وبعدها تم عرضها على الاستاذة المشرفة ثم الأساتذة المحكمين وبعدها تم توزيعها على عينة الدراسة خلال مدة 3 ايام ثم قمنا بتفريغ البيانات في جداول والقيام بعمليات احصائية وحساب شدة الاتجاه والتعليق على درجة الاتجاه وصياغة النتائج.

الفصل الثاني: الاتجاه:اه:

المبحث الأول: ماهية الاتجاه:

1-1 الخصائص العامة للاتجاه.

2-1 المكونات الاساسية للاتجاه.

3-1 طبيعة الاتجاه.

4-1 وظائف الاتجاه.

5-1 انواع الاتجاه.

المبحث الثاني: تكوين وقياس الاتجاه:

1-2 النظريات المفسرة للاتجاه.

2-2 مراحل تكوين الاتجاه.

3-2 طرق تغيير او تعديل الاتجاه.

4-2 قياس الاتجاه.

5-2 وسائل الاعلام والاتجاه.

الفصل الثاني.....الاتجاه

المبحث الأول: ماهية الاتجاه:

1-1 الخصائص العامة للاتجاه:

تلعب الاتجاهات دورا كبيرا في حياة الفرد، فهي تمثل دافعا لسلوكياته طيلة مراحل حياته وفيما يلي نلخص خصائص أهم الاتجاهات:

- 1- ان الاتجاهات ذات طبيعة تقييمية اذ تعبر عن درجة قبول الفرد او رفضه لامرهما.
- 2- تختلف الاتجاهات في مدتها و قوتها :و من هنا تتحدد الوظيفة الدافعية للاتجاهات فكلما زادت الاتجاهات زادت قوة دفعها للسلوك و نقصت معها امكانية تغييره.
- 3- تكتسب الاتجاهات من خلال اساليب التنشئة الاجتماعية وعمليات التطبيع الاجتماعي وما يتعرض له الفرد من مؤثرات و تدريبات و خبرات في مراحل عمره الاولى.
- 4- تكون اتجاهاتنا موجهة نحو شيء ما مادي او معنوي يعرف باسم موضوع الاتجاه مثل اتجاهاتنا نحو الاختلاط او السفر او العمل او
- 5- تتميز الاتجاهات بدرجة من الجمود نتيجة لما حققته من تدعيمات في تاريخ حياة الفرد السابقة.
- 6- الاتجاهات لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة ود تقاهم مع موضوعات البيئة.
- 7- الاتجاهات لها خصائص انفعالية.
- 8- الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة وليست وراثية او فطرية .
- 9- الاتجاهات لها قوة تنبئية فهي تسمح بالتنبؤ باستجابة الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية.
- 10- الاتجاهات يغلب عليها الذاتية اكثر من الموضوعية من حيث محتواها¹.

2-1 المكونات الاساسية للاتجاه:

الاتجاهات هي مكونات مختلفة تتحد فيما بينها لتكوين الاستجابة النهائية الشاملة ، التي قد يتخذها الفرد إزاء مثير معين .وقد يكون هذا المثير فردا أو موقفا أو موضوعا معيناً بشكل إيجابي أو سلبي .وبما أن الاتجاهات تركيبية وافتراضية فهي تتركب من:

¹ - فاروق عبده فليح ،محمد عبد المجيد ،مرجع سابق ،ص 199.

الفصل الثاني.....الاتجاه

1- الجانب المعرفي:

و هو يشير الى المعتقدات والأفكار التي يؤمن بها الفرد حول موضوع معين او يتمثل في معلومات الفرد عن موضوع الاتجاه ام معتقداته عنه.¹

فهو يتعلق بمعتقدات الفرد ومدركاته وأرائه التي يتبناها حيال الشيء او الشخص او الحدث وتتكون تلك المعتقدات من الافكار والمعارف والمشاهدات والتفسير النطقي للعلاقات بينها، أي بمعنى آخر انه العملية التفكيرية، مع التركيز على العقلانية والمنطق، اما الاعتقادات التقييمية فتظهر في صورة انطباعات ايجابية او سلبية لدى الفرد اتجاه الشيء او الشخص.²

2- الجانب العاطفي(الوجداني)او الانفعالي:

يشير الجانب العاطفي من الاتجاه الى ما نريد او ما لا نريد، وما نحب او نكره، اي انه يتضمن مشاعر الفرد او عاطفته حول الشيء، وهكذا الجانب حظي باهتمام كبير في السلوك التنظيمي في يتعلق بالرضى الوظيفي، والجانب العاطفي يتعلمه الفرد ويكتسبه من الابوين، والمدرسين، والزملاء في الجماعات التي ينتمي اليها الفرد.³

ويشير الى النواحي العاطفية التي تتعلق بالشيء بمعنى هل هذا الشيء يجعل الانسان مسرورا او غير مسرور؟ وعلى هاا فالجانب العاطفي او الوجداني يضيف على الاتجاه طابع الدفع والتحرك، او يتمثل في شعور الفرد وانفعاله الشديد ضد او مع ظاهرة او موقف من المواقف.

¹ - فاروق عبده فلييه، مرجع سابق، ص 199.

² - محمد حسن محمد حمادات: السلوك التنظيمي و التحديات المستقبلية في المؤسسات التربوية، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2008، ص 234.

³ - نفس المرجع، ص 234.

الفصل الثاني.....الاتجاه

3- الجانب السلوكي:

ويتضمن هذا الجانب جميع الاستعدادات السلوكية المرتبطة بالاتجاه ,فلو ان الفرد لديه اتجاه موجب نحو شيء ما فانه يسعى جاهدا الى مساندة ومعاونة هذا الاتجاه ولو ان الفرد لديه اتجاه سالب نحو شيء ما فانه يسعى جاهدا الى تحطيمه ومعاقبته, وطمس معالم كل ما يتعلق بهذا الاتجاه.¹

فالجانب السلوكي البعض يطلق عليه (النوايا السلوكية) وهو ميل الفرد للسلوك بطريقة معينة نحو الشيء (بصداقة او ود او عدوانية) وهذه الافعال يمكن قياسها لفحص الجانب السلوكي في الاتجاهات.

ويسعى الفرد باستمرار الى ايجاد نوع من التوافق او الملائمة بين المكونات الثلاثة للاتجاه , لكنه قد يحدث تنافر وعدم انسام مسببا حالة عدم توازن , وهذه الحالة يتم تحقيقها فقط بإيجاد نوع من التوازن ومحاولة تقليص الفجوة في عدم التوافق.²

1-3 طبيعة الاتجاه :

تتحدد طبيعة الاتجاهات بخمسة ابعاد رئيسية هي:

1-التطرف:

ويقصد به خط الاتجاه من الايجابية والسلبية ,فالاتجاهات النفسية تقع بين طرفين متقابلين احدهما موجب و الاخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.

2-المضمون او المحتوى المعرفي:

ويقصد به درجة وضوح معناه عند الافراد اصحاب الاتجاه وان الاستجابات التي يقوم بها الفرد حين يعلن تأييده او معارضته لموضوع من الموضوعات انما هي استجابة لأمر ذاتي هو مفهومه عن موضوع الاتجاه.

¹ - فاروق عبده فليهم,محمد عبد المجيد ,مرجع سابق,ص 200.

² - محمد حسن محمد حمادات :مرجع سابق,ص 235.

الفصل الثاني.....الاتجاه

3- وضوح المعالم:

وهذا يعني ان الاتجاهات تتفاوت في وضوحها، فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو مانع وغامض.

4- الانعزال:

تختلف الاتجاهات من حيث درجة ترابطها ومقدار التكامل بين بعضها البعض، فقد يكون اتجاه الفرد نحو العلوم الطبيعية اتجاها منعزلا عن غيره من الاتجاهات فلا تفاعل بينه وبين اتجاهه نحو التربية او اتجاهه نحو التقدم الصناعي او التخطيط.¹

5- القوة:

من الاتجاهات ما يبقى قويا على مر الزمان على الرغم مما يقابله الفرد من شواهد تدعوه الى التخلي عنه وإسقاطه مثل هذه الاتجاهات قوية بخلاف الاتجاهات الضعيفة التي تتغير وتتحول تحت وطأة العناد والشدائد، والاتجاه يميل الى القوة كلما كانت له قيمة اكبر وأهمية اكثر في تكوين الشخصية ومعتقدات القوم الذين ينتمي اليهم الفرد.²

1-4 وظائف الاتجاه:

ان تكوين الاتجاهات تؤدي الى تحقيق مجموعة من الوظائف، وهي كالاتي:

- 1- الاتجاه يحدد طريقة السلوك ويفسرها.
- 2- الاتجاه ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.
- 3- الاتجاهات تنعكس في سلوك الفرد وفي اقواله وافعاله وتفاعله مع الاخرين في الجماعات المختلفة وفي الثقافة التي يعيش فيها.

¹ - فاروق عبده فلييه، محمد عبد المجيد، مرجع سابق، ص 200.

² - فاروق عبده فلييه، مرجع سابق، صص 201-200.

الفصل الثاني.....الاتجاه

- 4- الاتجاهات تسير للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية والإدارة المتعددة في اطار من الاتساق والتوحيد دون تردد او تفكير.
- 5- الاتجاهات تتبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي.
- 6- الاتجاه يوجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة.
- 7- الاتجاه يساعد الفرد على ان يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة ازاء موضوعات البيئة الخارجية.¹

1-5 انواع الاتجاه:

لقد تعددت وتنوعت تقسيمات الاتجاهات وأنواعها باختلاف الزاوية والاتجاهات، وسنحاول ان نذكر أهم الأنواع كما يلي:

1-الاتجاهات الجماعية -الاتجاهات الفردية:

تسمى الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الافراد بالاتجاهات الجماعية ,والاتجاهات التي تميز فردا عن آخر تسمى "اتجاهات فردية" فإعجاب الافراد بالبطولة اتجاه جماعي وإعجاب الفرد بزميل له اتجاه فردي.

2-الاتجاهات العلنية -الاتجاهات الخفية:

فالالاتجاه العلني يظهره الفرد دون حرج او تحفظ ومثل هذا الاتجاه احيانا يكون متفقا مع معايير الجماعة ومثلها وقيمها ,اما الاتجاه السري او الخفي فهو الاتجاه الذي لا يتفق ومعايير المجتمع ومن ثم يخشى الفرد الافصاح عنه.²

3-الاتجاهات السالبة -الاتجاهات الموجبة:

يطلق على الاتجاه لفظ ايجابي اذا كان ينحو بالرد تجاه الموضوع ويقربه منه ,اما اذا كان ينأى بالفرد عن الموضوع ويبعده عنه فيسمى اتجاها سلبيا.

4-الاتجاهات العامة -الاتجاهات الخاصة (النوعية):

¹ -نبيل عبد الهادي: تشكيل السلوك الاجتماعي, دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان, الاردن, ط1, 2011, ص

190,

² -فاروق عبده فليح, مرجع سابق, ص 201.

الفصل الثاني.....الاتجاه

يؤكد علماء النفس وجود الاتجاهات العامة التي تنصب على الكلمات كما يعترفون بوجود الاتجاهات النوعية (الخاصة) التي تنصب على النواحي الذاتية ولكن الكثير من الابحاث الميدانية اثبتت وجود الاتجاهات العامة بجوار الاتجاهات الخاصة.

5- الاتجاهات القوية -الاتجاهات الضعيفة:

ان القوة او الضعف من مميزات شدة الاتجاه الذي ينعكس على نزوع الفرد ومدى تفاعله مع الاخرين , فرد الفعل الجاد في موقف اجتماعي معين انما يدل على اتجاه قوي والعكس صحيح.¹

1- تكوين وقياس الاتجاهات:

تتكون الاتجاهات نتيجة لاتصال الفرد بالبيئة الطبيعية والاجتماعية به وتدور الاتجاهات في بدء نشأتها نحو الأمور المادية كحب النادي الذي تجد فيه مكانا مريحا او حب الاسرة..الخ

وهناك الكثير من العوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاه منها مرور الفرد بخبرة انفعالية حادة تؤثر بشكل او بآخر على اتجاهاته.

2-1 النظريات المفسرة للاتجاهات:

ان نظريات الاتجاه عديدة ومتنوعة في مجملها، ولكننا سنتناول في هذه الدراسة بعض النظريات المفسرة للاتجاه على النحو التالي:

اولا: النظرية السلوكية:

يتحدث اصحاب وجهة النظر السلوكية المتعلقة بالاشتراط الارتباطي (بافلوف) في تعليم الاتجاهات وتكوينها ان الكائن يميل الى تعميم المثير وربط المثير الطبيعي بمثيرات أخرى قريبة منه او شبيهة به وبالتالي فان الكائن يستجيب بنفس الاسلوب للمثيرات الشبيهة بالخير الطبيعي الاول او المرتبطة به والقريبة منه.

¹- نفس المرجع ,صص 201-202.

الفصل الثاني.....الاتجاه

بينما تقوم نظرية الاشراف الاجرائي "سكنر" على مبدأ ان سلوك الكائن او استجابته التي تعزز يزيد احتمال تكرارها وانطلاقاً من وجهة النظر هذه فان الاتجاهات التي يجري تعزيز انماط السلوك المرتبطة بما يزيد احتمال استبقائها من تلك التي لا تعزز ،مثيرين الى ان انماط السلوك التي لا تعزز او تلك التي يجب سحب المعززات عنها تميل الى الانطفاء والامحاء التدريجي.

ثانيا: النظرية المعرفية:

استند اصحاب وجهة النظر المعرفية (بياجيه ,برونر,ازوبل) في تكوين الاتجاهات الى الافتراض بان الانسان عقلائي ومنطقي .¹

في تعامله وتفاعله مع الاحداث والأشياء والمعلومات و في مواقفه ورائه وان المرء يمكن تحفيزه للإنصات الى رسالة معينة والتفاعل مع محتواها وتعلمه ومن ثم تمثله في سلوكه من خلال الفهم والإقناع وعليه فان المنحى المعرفي يستند الى مساعدة المتعلم على اعادة تنظيم معلوماته حول موضوع الاتجاه وإعادة تنظيم البنى المعرفية المرتبطة به في ضوء المعلومات والبيانات المستجدة حول موضوع الاتجاه²

ثالثا: النظرية الوظيفية:

اهتم انصار هذه النظرية بتوضيح وظائف الاتجاهات ومحاولة ربط هذه الوظائف بالعوامل الاساسية المكونة لهذه الاتجاهات وكذلك طرق تغييرها وكيفية احداث هذا التغيير او التعديل ويحاول بعض انصار هذه النظرية الاعتماد في تحليل وظائف الاتجاهات الاهتمام بتحليل كل وظيفة على حدا وهذا ما اشار اليه (تالكون بارسونز) الذي وضع بان الاتجاهات تعد بمثابة توجيهات لسلوك الافراد وتساعدهم في تحقيق اهدافهم.³

¹ - نبيل عبد الهادي ,مرجع سابق ,صص 199-200.

² - نفس المرجع ,ص 200.

³ - الدسوقي عبده ابراهيم :وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري ,دار الوفاء الدنيا الطباعة والنشر ,مصر,ط 1, 2004, صص 166-167.

الفصل الثاني.....الاتجاه

رابعاً : النظرية الماركسية:

اشار انصار الماركسية في تحليلهم للاتجاهات الى الظروف الاجتماعية التي يمر بها المجتمع ,وكذلك الظروف المحيطة به ومدى علاقتها بالبناء الطبقي في هذا المجتمع ,كما انها ربطت هذه الظروف والأحوال سواء الاقتصادية والاجتماعية بالنظام الاجتماعي السائد في المجتمع ,وعلاقة كل من النظام الاجتماعي والطبقي بالصراعات الطبقيية بين افراد هذا المجتمع وتأثير كل هذا على الاتجاهات الاجتماعية ,ومن اهم منظري هذه النظرية "كارل ماركس" الذي اشار الى مدى التباين الشديد مع طبيعة الاتجاهات في المجتمعات الشيوعية ,ودور هذا التباين في تكوين هذه الاتجاهات حيث لاحظ من خلال ابحاثه ان الاتجاهات تختلف اختلافا شديدا بين طبقة البروليتاريا والطبقة البورجوازية.¹

خامساً :نظرية هابر ماز:

اهتم هابر ماز بالاتجاهات من خلال دراسة نقدية لوسائل الاعلام والاتصال ,حيث اعتبر ان وسائل الاعلام والاتصال تعد بمثابة وسيلة مهيمنة للدولة ومؤسساتها البيروقراطية وتستخدم في خدمة اغراضها او تكوين رأي عام يخدم برامجها وهذا من خلال اهميتها.

بالنسبة لوسائل الوعي الجماعي في المجتمع ,كما حاول "هابر ماز" توضيح علاقة ذلك بالاتجاهات ,ويحاول ايضا من خلال نظريته النقدية ايضاح كشف هذه الوسائل المهيمنة البرجوازية ,وترتبط بفاعلية من التفكير والانفعالية ومدى ارتباط ذلك بنمط الانتاج ,وان هذا يعد سببا رئيسيا في اغتراب الوعي الجماعي ,وبالتالي فان هذا يؤثر الاتجاهات وطبيعتها وطرق تغييرها.

كما حاول "هابر ماز" ربط التطور التاريخي والعلاقة السلبية والايجابية بنوعية الاتجاهات في المجتمع وعلاقة ذلك بوسائل الاعلام والاتصال منذ نشأتها وحتى يومنا هذا ,ومن جانب آخر وضع "هابر ماز" مدى تأثير العلاقة الثقافية بتكوين الاتجاهات وبذلك يتفق "هابر ماز" مع آراء مدرسة فرانكفورت في هذا الشأن.²

¹ - نفس المرجع ,ص 169.

² -الدسوقي عبده إبراهيم ,مرجع سابق ,صص 170-171.

الفصل الثاني.....الاتجاه

2-2 مراحل تكوين الاتجاه:

يمر الاتجاه بعدة مراحل من بينها:

- 1/-مرحلة التعرف على عناصر الثقافة والبيئة التي يعيش فيها الفرد فمثلا عند تعاملنا مع ثقافة القرية نبدأ في التعرف على اساليب حياة الناس وأساليب عملهم على علاقتهم ببعضهم البعض .
- 2/- مرحلة تقييم الفرد لعلاقته بكل عنصر من هذه العناصر وفي هذه المرحلة يحاول الفرد ان اساليب حياة الفرديين وينقدها مكتشفا مزاياها وعيوبها وفي هذا النقد يعتمد الفرد على اسس منطقية وموضوعية على مشاعره وإحساساته .
- 3/-مرحلة اصدار الحكم حيث يصدر الفرد حكمه على علاقته بهذه العناصر فيحدد كيف سيتعامل مع القرويين في المواقف المختلفة فإذا ثبت واستقر تعامله المبني على الحكم الذي اصدره ينكون الاتجاه .
- 4/-مرحلة ثبات الاتجاه وهنا يدعم لاتجاه نتيجة لما يحققه الفرد من ارباح او مكاسب في علاقته مع القرويين في المواقف المختلفة .
- 5/-تتبع الاتجاهات من واقع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإيديولوجية وتتمشى مع مرحلة التطور التي يجتازها المجتمع.¹
- 6/- تلعب العوامل والمؤثرات الثقافية والحضارية بما تشمله من النظم الدينية والأخلاقية والاقتصادية والسياسية دورا كبيرا في تحديد اتجاهات الفرد؛
- 7/- تؤثر التجارب الشخصية في المواقف الاجتماعية المختلفة في تكوين الاتجاهات؛
- 8/-تؤثر عملية التوحد مع بعض الشخصيات والنماذج الاجتماعية دورا في اكتساب بعض الاتجاهات؛²

¹ - فاروق عبده فليح، مرجع سابق، ص 202.

² - نفس المرجع، ص 203.

2-3 طرق تغيير او تعديل الاتجاه:

هناك عدة اساليب وطرق يمكن ان تتبع عند الرغبة في تعديل الاتجاهات منها:

1- يمكن تغيير الاتجاهات عن طريق تزويد لأفراد بالمعلومات المختلفة التي تتعلق بموضوع الاتجاه ذلك ان الفرد لديه دافع اساسي لان يفهم ويعرف على هذا فانه يعيد ترتيب خبرته كلما اضاف الى معارفه جديدا كذلك فان اتصال الفرد بالموضوع اتصالا مباشرا يسمح له بان يتعرف على الموضوع من جوانب متعددة.

2- وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري :

المجتمع الحديث يتميز بتعقده وتشابك العلاقات بين الافراد والجماعات بدرجة قوية ولذلك نجد من الصعب ان يعتمد الفرد على نفسه في تحقيق حاجاته وفي الوصول الى الحقائق الموضوعية المرتبطة بجوانبه حياته المختلفة ولذا نجده يعتمد على ما تقدمه وسائل الاعلام الجماعية من اذاعة وتلفزيون وبينما ومسرح وصحافة وكتب ومجلات حول موضوع الاتجاهات.

3- التغيير القسري في السلوك :

يمكن تغيير الاتجاهات بقوة القانون او الضغط فالتغيير القسري الذي فرضناه على سلوك الفرد يؤدي الى تغير اضافي في اتجاهات الفرد .

4- تغيير الاطار المرجعي :

ان اتجاه الفرد نحو اي موضوع يتوقف على اطاره المرجعي الذي يشمل على معايير وقيمه ومدركاته فالشخص الرأسمالي ينظر الى القرارات الاشتراكية نظرة تختلف عن الشخص الاشتراكي وهذا يرجع الى الاطار المرجعي لكل منهما والأحداث تغير في اتجاه الفرد يتطلب ذلك تغييرا في اطاره المرجعي.¹

¹ - فاروق عبده فليبه ,مرجع سابق,ص 203.

الفصل الثاني.....الاتجاه

5- تغيير الجماعة التي ينتمي اليها الفرد :

ان لعضوية الفرد في جماعة ما اثر ما في تحديد اتجاهاته ومن الطبيعي ان يترتب على هذا ان يحدث تغيير في اتجاهات الفرد لا هو انتقل من جامعة الى جماعة اخرى.

6- التعليم المدرسي :

التعليم داخل المؤسسات التربوية وغيرها قد يؤدي الى تعديل اتجاه الفرد نحو اشياء وموضوعات معينة وذلك عن طريق توضيح الاتجاهات القائمة ومحاولة لقاء الضوء على بعض جوانبها ولان الاتجاهات هي محصلة او نتاج للتربية.¹

ولكي يحدث المدرس التغيير المنشود في اتجاهات طلابه ينبغي عليه ان يهتم بأساليب العمل الجماعي كالمناقشات الجماعية ومحاولة تحسين العلاقات الانسانية داخل الفصل وان يمد طلابه بالخبرات الاساسية حول القضايا التي تشكل اتجاهاتهم وان يؤثر في النواحي الوجدانية والعاطفية لتلاميذه من خلال المنهج المدرسي.²

2-4/- قياس الاتجاه:

1- مقياس بوجاردوس Bogardus scale (مقياس البعد الاجتماعي) :

ويسمى مقياس المسافة الاجتماعية social distance وهو من اقدم الاساليب لقياس الاتجاهات وقد اعدده "بوجاردوس" في اواخر العشرينات³, لمعرفة مدى القبول او الرفض⁴, للشعب الامريكي للجنسيات من اهل الشعوب والامم الاخرى⁵, و قد اختار ان يقيس الاتجاه عن طريق تحديد المسافة الاجتماعية التي يود المفحوص ان يحتفظ بها بينه وبين الافراد الذين يمثلون الجنسية او القومية التي يسأل عنها

¹- فاروق عبده فله, مرجع سابق ص 203.

²- نفس المرجع, ص 204.

³- محمد شحاتة ربيع: قياس الشخصية, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان, الاردن, ط1, 2008, ص 197.

⁴- فاروق عبده فله, محمد عبد المجيد, مرجع سابق, ص 204 .

⁵- محمد حسن محمد حمادات, مرجع سابق, ص 239.

الفصل الثاني.....الاتجاه

المقياس ومن هذه القوميات الزوج والاتراك والانجليز والاييرلنديون ويجيب المفحوص على مقياس متدرج من سبع نقاط كما يلي:¹

- 1- اقبل الزواج منهم؛
- 2- اقبل انضمام احدهم الى النادي الذي انتمي اليه ليكون صديقي؛
- 3- اقبله ليكون جاراً لي في مسكني؛
- 4- اقبله ليمارس مهنتي في وطني؛
- 5- اقبله زائراً لوطني؛
- 6- اقبل استبعاده من وطني.²

وذلك على اساس ان العبارة الاولى تمثل اقصى درجة من درجات التقبل, كما ان العبارة السابعة تمثل اقصى درجة من درجات التبعاد والنفور, وان العبارات التي بين الطرفين تمثل درجات متوسطة من التقبل الاجتماعي والتبعاد الاجتماعي.

ومن الواضح انه كلما زادت درجة المفحوص على المقياس كلما كان ذلك دليلاً على رغبته في ايجاد مسافة اجتماعية كبيرة بينه وبين الاشخاص موضوع الاتجاه والعكس صحيح, أي انه كلما قلت الدرجة كلما كان ذلك دليلاً على المفحوص محاولة الغاء المسافة الاجتماعية بينه وبين الاشخاص موضوع الاتجاه.³

2- مقياس ثرستون Thurstone scale:

هو مقياس المسافات او المجالات المتساوية الذي استخدمه "ثرستون" و "شاف" 1929 وقد صمم هذا المقياس على اساس ان لكل موقف او اتجاه, تدرجا معيناً يبدأ بالاجابية وينتهي بالسلبية.⁴

والطريقة التي استخدمها "ثرستون" تتلخص في :

¹-محمد شحاتة ربيع, مرجع سابق, ص 197.

²-نفس المرجع, ص 240.

³-محمد شحاتة ربيع, مرجع سابق, ص 197.

⁴- احسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي, دار اسامة للنشر والتوزيع, عمان, الاردن, ط1, 2005, ص

الفصل الثاني.....الاتجاه

- اختيار عدد من العبارات يتراوح بين (100 و 130) عبارة تعبر من مستويات التأييد والمعارضة لموضوع الاتجاه.
- تعرض هذه العبارات على مجموعة من المحكمين لإعطاء كل عبارة درجة تتراوح ما بين التأييد والمعارضة مروراً بالحياد ,وتستبعد العبارات التي لم يتفق المحكمون عليها.
- يعاد ترتيب العبارات بحسب الدرجات التي اجتمع حولها المحكمون , ويوضع في كل فئة عدد متساو من العبارات التي ستعرض على العينة.
- يتم حساب متوسط تقدير الفرد ,الذي يعتبر متوسط اوزان العبارات التي يختارها ,وهكذا يحسب الاتجاه نحو الموضوع.

إلا ان "مقياس ثرستون" يعاب عليه تلك الصعوبات المرتبطة بالوقت والجهد المبذول لإعداده ,واختيار عدد كبير من العبارات ومن المحكمين , ضف الى الاحتمالات التحيز الشخصي للمحكمين واحتمال اختلافهم.¹

3- مقياس اسجود Osgood scale:

ويطلق عليه مقياس التباين الدلالي ،حيث قدم " أسجود " هذا المقياس في إطار قياس المعاني .
على
أساس أن الاستجابات الفردية للمثيرات ،إما أن تكون إيجابية أو سلبية نتيجة تأثير المخزون المعرفي للفرد على هذه المثيرات .فإذا ما كانت هذه المثيرات تصف موضوعاً ذا اتجاه ،فإنه يمكن التعرف على هذا الاتجاه من خلال وصف الاستجابات الإيجابية أو السلبية نحو المثيرات التي تصف هذا الموضوع² .
ويقوم مقياس المعاني الفارق على مسلم أساسي هو أن لكل شيء معين بالنسبة للأفراد " رمزي وضمني." والمعنى الرمزي هو الذي يعطيه القاموس للكلمة ،أما المعنى الضمني فيشير إلى الارتباطات أو التدايعات التي تنثيرها الكلمة.
ويتم بناء هذا المقياس وفق الخطوات الآتية:

¹ - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الاعلام , دار الفكر للنشر والتوزيع , بيروت , لبنان , ط1, 1987, ص 239.

² - محمد عبد الحميد : البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم ,عالم الكتب , القاهرة ,مصر, ط1, 2005, ص 347.

الفصل الثاني.....الاتجاه

- سؤال الافراد بان يقدروا موضوع الاتجاه باستخدام عدد من الصفات ثنائية القطب ,وتوجد ثلاث عوامل لتجمع الصفات ,وهي عامل التقويم (جيد ,سيء ,قيم ,غير قيم) ,وعامل القوة او الطاقة (قوي ,ضعيف ,خفيف ,ثقل) ,وعامل النشاط او الفعالية (ايجابي ,سلبي ,سريع ,بطيء) .
- توضع الصفتان المتقابلتان عند طرفي المقياس المدرج المكون من سبع درجات ويختار الفرد الفراغ الذي يحدد درجة الاتجاه ,و يضع علامة (X) في الفراغ.

جيد سيء

سلبي ايجابي

حزين سعيد

صلب رخو

- تجمع التقديرات في كل الفقرات ,وتكون الدرجة الكلية هي المعبرة عن اتجاه الفرد نحو الموضوع. ويمكن ايضا الحصول على متوسط التقديرات , ويكون هذا المتوسط هو المعبر عن الاتجاه.¹

4- مقياس جيتمان gitman scale :

يحاول "جيتمان" انشاء مقياس متدرج يحقق فيه شرطا هاما هو انه اذا وافق على عبارة معينة فلا بد ان يعني هذا انه قد وافق على العبارات التي هي ادنى منها ولم يوافق على كل العبارات السفلى التي وافق عليها والعليا التي لم يوافق عليها.

5- مقياس ليكرت Likert scale :

اقترح "ليكرت" عام 1959 طريقة لقياس الاتجاهات ,² وهي تصلح لقياس شتى الموضوعات مثل : المحافظة والتقدمية والزواج والمرأة ... وهي بسيطة وتتنحصر في اختبار عدد من العبارات تتناول الاتجاه الذي يراد قياسه ,³ ويطلب من المفحوص ان يحدد موقفه تجاه هذه العبارات على مقياس متدرج من خمس مراحل او نقاط (يمكن ان يكون هذا المقياس المتدرج من سبع او تسع نقاط حسب رغبة القائم بإعداد الاختبار) .

¹- يعقوب يوسف الكندي : طرق البحث الكمية والكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية ,سلسلة الكتب الجامعية ,مجلس النشر العربي ,الكويت ,ط1 ,2006,صص 292-293.

²- محمد حسن محمد حمادات ,مرجع سابق ,ص 240.

³- فاروق عبده فليح , محمد عبد المجيد ,مرجع سابق ,ص 204.

الفصل الثاني.....الاتجاه

و تعطى الدرجات على العبارات كما يلي:¹

- موافق بشدة 05 نقاط.
- موافق 04 نقاط.
- محايد 03 نقاط.
- معارض 02 نقطتان.
- معارض بشدة 01 نقطة.²

والدرجة هي مجموع النقاط التي حصل عليها المفحوص وعلى ذلك فإن الدرجة المرتفعة تشير إلى الموافقة والدرجة المنخفضة تشير إلى الرفض.

والوعاء الذي يمكن أن يستخرج منه العبارات التي تكون المقاييس التي تصاغ على طريقة "ليكرت" هو الاختبارات النفسية المشهورة والمراجع العلمية والمعلومات الثقافية واقتراحات المحكمين.

وتصاغ العبارات بحيث تكون محدودة المعنى غير غامضة.

ومن الأفضل أن يقتصر المقياس الذي يصاغ على أسلوب ليكرت على موضوع واحد، فإذا احتوى المقياس على أكثر من موضوع فإن العبارات التي تخصص لكل موضوع تصحح على حدى.³

2-5 وسائل الاعلام والاتجاه:

كثيرا ما تتشكل اتجاهات الناس تبعا للمعلومات والآراء والحقائق التي يتعرضون اليها، فإذا كان فرد مالا يعرف شيئا عن موضوع ما، فلا يمكن ان ينشأ لديه اتجاه نحو ذلك الموضوع، وفي هذا السياق فوسائل الاعلام تلعب دورا مهما في تكوين اتجاهات الافراد من خلال المعلومات والرسائل الاتصالية التي تنتجها، حيث اكدت العديد من الدراسات والأبحاث على وجود علاقة وطيدة بين الاتصال وتغيير اتجاهات الافراد.

¹ - محمد شحاتة ربيع، مرجع سابق، ص 199.

² - محمد حسن محمد حمادات، مرجع سابق، ص 241.

³ - محمد شحاتة ربيع: مرجع سابق الذكر، ص 200.

الفصل الثاني.....الاتجاه

يرى "روجرز": "ان الانسان كيف تفكيره بما يمكنه من ان يرفض المعلومات التي لا تتفق مع نظريته". اي ان الشخص يتبنى الافكار والمعلومات والحلول والبدائل تبعا لقيمه واتجاهاته والتي تساندها وتدعمها ولا تتعارض معها ,وهذا ما يعرف بالتعرض الانتقائي.¹

وهناك اربعة عناصر مهمة في وسائل الاعلام والاتصال تساهم في تغيير وتعديل وتوجيه الاتجاهات:

أ- مصداقية مصدر الرسالة:

ينصب اهتمام الباحثين في علوم الاعلام والاتصال على دراسة المؤثر الفاعل وباعتباره مصدر الرسالة المكتوبة, الشفوية او السمعية البصرية, ولذلك فهو سيستمر دوما في العمل على التأثير في الآخرين بغية تغيير اتجاهاتهم الاصلية خصوصا اذا تعارضت مع قيم المؤسسة ومعاييرها, وقد يراد بمصداقية المرسل استجلاء كافة العوامل التي يمكن ان تكون لها صلة بدرجة كفاءة مصدر الرسالة.²

ب- الرسالة:

تعتبر الرسائل بمثابة المضامين المعبر عنها, علما بأنها تتفاوت بأنواعها وحتى اشكالها, فنجد رسائل مكتوبة وأخرى شفوية, وهناك رسائل غير لفظية فالحدث الاتصالي هو مجموع هذه الرسائل الملفوظة وغير الملفوظة والتي تشكل المعنى الاجمالي للمضمون الاتصالي.

ولهذا فان فلاسفة العهد القديم كانوا يهتمون بخصائص وصفات الرسالة, ومن بينهم "ارسطو" الذي تناول موضوع الرسالة من خلال التركيز على عامل بناء الرسالة وعامل الانطباع العام, وهو طرح يركز القول بان جميع العوامل المرتبطة بعملية صياغة المعلومات التي تتضمنها الرسالة تعتبر ذات قيمة في تحديد مدى الاستجابة, وبالتالي فعاليتها في صيرورة تغيير الاتجاه ونظرا لان الرسالة لا بد وان تتطوي على قدر كبير من التأثير في الآخرين (الايحاء) حتى تقبل دون نقد, فانه يتعين عليها تجنب اثاره اي احساس بالشك.³

يقف نجاح الرسالة في تغيير الاتجاهات حول ثلاث عناصر:

¹ - محمد مزيان: القيم والاتجاهات في علم الاعلام والاتصال, ط1, الجزائر, دون دار نشر, 2005, ص 82.

² - نفس المرجع, ص 89.

³ - محمد مزيان, مرجع سابق, ص, 89.

الفصل الثاني.....الاتجاه

1- بناء الرسالة :

فاعمل بناء الرسالة او نسق تقديم المعلومات يعد من بين العوامل الاساسية المؤثرة في الرسالة ,حيث انه اذا توفرت الرسالة على خصائص مرضية ومستحبة ,فان تغييرها قد يزيد في شدة الاتجاه التحضيري.¹

2- انطباع الرسالة العام:

بحيث ان الانطباع العام الذي تحدثه الرسالة العامة له اثر بالغ في تكوين الاتجاهات في هذا السياق ,يعد الفيلسوف الاغريقي "ارسطو" من اهم الذين وضعوا حجر الزاوية في هذا الشأن ,اذ لاحظ ثلاث مستويات في البناء الانطباعي للرسالة ,المستوى الاول ادبي يقوم على الشخص المرسل ,والمستوى الثاني انفعالي يقوم على العواطف والمشاعر ,واما المستوى الثالث فهو منطقي يقوم على الاستقراءات والاستدلالات والحجج ,ويقوم بتقييم لكل مستوى من هذه المستويات الثلاثة ,وبخاصة مقارنة المستوى الانفعالي بالمستوى المنطقي على اساس المضامين والخطابات ,وتقدر النتيجة النهائية ,في حالة وجود فارق.²

3- مستقبل الرسالة:

يؤكد غالبية الباحثين على المهم لخصائص المتلقي او مستقبل الرسالة الذي يحاول ادراك فحوى المضمون المعبر عنه في الرسالة الاتصالية ومقارنتها بما يملك من خبرات اتصالية سابقة للتوصل للمعنى الحقيقي . وللقيام بدور تبادلي مع المرسل من خلال عمليات الادراك والتعبير,لابد للمتلقي من معرفة اولية بالنظام الرمزي حتى يمكنه الاشتراك وبتفاعلية في العملة الاتصالية.³

¹ - نفس المرجع ,ص ,91.

² - محمد مزيان,مرجع سابق ,ص,103.

³ - نفس المرجع ,ص ,111.

الفصل الثاني.....الاتجاه

ج- سمات تغيير الاتجاه :

من المعروف ان غالبية التوجهات النظرية السابقة افترضت ان اتجاهات الافراد قد تتميز نتيجة الحصول على معطيات وبيانات ومعلومات جديدة متعلقة بموضوع الاتجاه وهذه العوامل:¹

1- تبدأ السمة الاولى والتي تقوم على النشاط الاتصالي بفرضية اساسية مفادها ان التغيير في مميزات الاتجاهات السابقة يحدث نتيجة الارسال والحصول على بيانات ومعلومات جديدة.

2- تتناول السمة الثانية والتي تركز على الموقف الاتصالي الذي اكتسبت فيه المعلومات نوعا ومصدرا ,وهذا يعني التغيير الذي طرا على خصائص الموقف.

د - التأثير :

يطرح موضوع التأثير عدة صعوبات وعقبات في الواقع لدرجة تجعل الكثير منا يطرح اسئلة (من يراقب من ؟ومن يؤثر فيمن ؟)وهذا يجعلنا نستنتج ان مصدر القرار والتأثير عادة ما يكون في يد الفئة القوية والمهيمنة.

وتتفاوت مستويات التأثير وانعكاساته من موقف اتصالي لآخر واستنادا الى فكرة "Kibler" ومساعديه فان هناك ثلاث مستويات وهي على النحو التالي:²

1- **التأثير المعرفي** :ويقصد به اكتساب قيمة او معرفة او معلومة كنتيجة للتفاعل الاجتماعي او سبب التعرض لرسالة اعلامية .

2- **التأثير العاطفي** :وهو كل ما يرتبط بالمشاعر ,الوجدان والعواطف الناتجة عن فعل الاتصال.

3- **التأثير الادراكي الحركي** :ويقصد بذلك الاستجابة اللفظية والحركية اتجاه الرسالة الاعلامية والاتصالية ومضامينها.

في هذا السياق يرى "جاك فيليب لوينس " Jacques Philippe Leyens " انه ونتيجة لمثل هذا النشاط ,فان التأثير لاشك يترك آثاره غير المباشرة ,وذلك لا يعني ان المسألة مرتبطة اساسا بعامل الظهور ,الذي يعد بدوره نتاجا لتأثير مضاد ,بل على العكس من ذلك فان خاصية الانسان تستلزم وجود

¹ - محمد مزيان، مرجع سابق، ص 121.

² - نفس المرجع، ص 123-124.

الفصل الثاني.....الاتجاه

علاقة مع اقرانه وأمثاله ,ولو مؤقتا ,تقوم على التعاون والجماعية ,ووفق نظام يحقق شبكة التفاعلات يقصد بها التأثيرات المتبادلة.¹

يعتبر هذا التفاعل الضروري خير من يمثل موضوع علم النفس الاجتماعي وتبريراته ,ويحقق امكانية دراسة جميع المشكلات المتعلقة بمختلف التأثيرات وحالاتها المتباينة ,وآليات خاصة والتي تتناول مضامين يمكن مطابقتها. وكذلك بالتأكيد على ان قبول هذه التقديمات يساعد على تسهيل عملية الفهم ,وان مسالة مقاومة الرسالة الاقناعية قد لا يمكن ارجاعها الى عامل الهروب من قدر التأثير وإنما القيام بمواجهة حملة اقناع خاصة تستند الى عدة تأثيرات ,فماهي اذا الوسائل التي نعتمد عليها لمواجهة رسالة اقناعية خاصة ؟ وغالبا ما يدرج ابرز انماط المقاومة تحت ما يعرف بالحالات التحفيزية ,كالاستنثار بالذات والعدوانية.²

¹-محمد مزيان ،مرجع سابق ،صص 123-124.

²- نفس المرجع ،ص 125.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

مصادر الأخبار:

في العادة يحصل الصحفيون على الأخبار بأنفسهم مباشرة ,ويحصلون على تفاصيلها من آخرين عايشوها بصورة مباشرة او خبراء في الموضوع المتعلق بالخبر ,ثم تتعزز تلك المعلومات او الأخبار وتدعم بالأدلة من مصادر اضافية ,بعد ان يتم التدقيق فيها بمقارنتها مع أدلة موثقة بالسجلات العامة او التقارير او الارشيف .

لكن الجديد هو ان تجيب الأخبار او المعلومات التي يجمعها الصحفي على الأسئلة التقليدية المتعلقة بالأسئلة الاستفهامية وقد يسأل الصحفي هذه الأسئلة بعدة طرق مختلفة ,ويتوقف على مدى تعقيد القصة الإخبارية .وبلا شك يعثر الصحفيون على الأخبار في اماكن عديدة مختلفة ولكن غالبيتها تنشأ عن واحدة من ثلاثة طرق أساسية وهي :

- أ- الاحداث التي تحصل بصورة طبيعية مثل الكوارث والحوادث .
- ب- الانشطة المخططة مثل الاجتماعات والمؤتمرات الصحفية .
- ج- مبادرات وجهود الصحفيين.¹

يبدو ان المساحة التي تحتضن مصادر الخبر الصحفي في هذا العالم متسعة باتساع هذا العالم الهادر حيناً آخر ,فالأخبار اذن متوافرة في أمكنة كثيرة تحتاج أولاً الى اكتشاف من الفريق الصحفي ,الذي يتألف من رئيس تحرير الصحيفة ,ورؤساء الاقسام ,والمراسلين والمندوبين ,والمسؤولين عن جمع مادة الخبر.وعلى صعيد العمل في هذا الاتجاه يدعو رئيس تحرير اي صحيفة الى مجموعة من الاجتماعات التي تعقد في الفترة الصباحية لكل الاقسام المتخصصة في الخبر الصحفي ,فيطرح كل صحفي ما لديه من خطة او برنامج لعمله في ذلك اليوم على ضوء الاحداث الجارية والمتوقعة ,ويسبق هذا الطرح في فترة ما قبل الاجتماع الحركة النشطة لكل صحفي في اتصالاته بالصحف المنافسة ,وفي اتصالاته الاولى ايضاً بمصادره الاخرى التي يتواصل معها في كل اعماله الصحفية ,واستماعه لنتشرات الاخبار العربية

¹ - فاضل البدراني: اسس التحرير الصحفي والتلفزيون والالكتروني, دار الكتاب الجامعي للنشر ,الامارات العربية المتحدة

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

والعالمية, ليكون على تماس بما يحدث في هذا العالم وعلى مدار الساعة من أخبار متعددة في مصادرها, ومتنوعة في توجهاتها.¹

اما ما يحدث بعد المناقشات التي في الفترة الصباحية, التي قد تستغرق وقتا طويلا او قصيرا بحسب معرفة وقدرات المندوبين في تعاملهم مع المادة الاخبارية, ووفقا لتعليمات الاجتماعات الصباحية, فان المندوبين بعد تعايشهم الصحفي مع الاحداث او التوقعات, وبعد عودتهم من الميدان, وكتابة الأخبار التي جلبوها, فإنها بالتالي تعرض على كل رئيس قسم, فيقرأها ليراها ما اذا كانت مطابقة لما تم الاتفاق عليه في اجتماع الصباح ام لا, او اجرى عليها المندوب تغيير بسيط دون ان يراعي في هذا التغيير ما كانوا قد اتفقوا عليه في اجتماعهم المبكر, عندما يصوب ذلك التغيير وفقا لتعليمات الاجتماع الصباحي.²

اما بالنسبة لمصادر الأخبار التي تعتمد عليها المؤسسة الاعلامية في استقاء معلوماتها, وتزويد الجمهور بأبرز تفاصيل الاحداث التي تقع على مدار ساعات اليوم فان من أبرزها:

1- المندوب الصحفي :

يسمى ايضا بالمخبر وللمندوب الدور البارز في تنمية نشاط المؤسسة الصحفية ايا كانت تسميتها مرئية او مسموعة او مقروءة لكونه من اهم المصادر الاخبارية, وربما تتفرد بالمؤسسة بقوة تأثير اخباري او نفوذ اعلامي يأتي من خلال نشاط وكفاية عمل المندوب, وهذه المواصفات والانجازات لن تتحقق إلا من خلال تفوق عمل المندوب بعمله وتفاعله الاجتماعي والمهني في بناء صداقات متينة طيبة مع مصادره المتعددة, وغالبا ما نتابع التفوق المتكرر لمؤسسة اخبارية على نظيرتها ما يجعل بينها وبين الجمهور علاقة صداقة, تأتي من خلال المعلومات التي ينفرد بها مندوبها في تغذية افكار الناس بها وإشباع حاجاتهم وفضولهم, لذلك فإن المندوب هو البنية الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة الاخبارية في اي بلد بالعالم.

¹ - احمد خليل الصالحي : فن الخبر الصحفي, دار اسامة للنشر والتوزيع, عمان, الاردن, ط1, 2015, ص 54.

² - نفس المرجع السابق, صص 54-55.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

2- المراسل الصحفي:

وهناك نوعان من المراسلين الذين الذي هو ايضا واجهة أخرى للمندوب وكليهما يكمل الآخر في الجوانب العلمية والمهنية، فالنوع الاول هو المراسل المحلي الذي يعمل داخل حدود بلاده الذي تعمل به مؤسسته الاخبارية، اما المراسل الخارجي او الدولي فان مجال عمله يكون خارج حدود بلاده او خارج الحدود التي يقع فيه مقر المؤسسة، وان كان هنالك بعض التغييرات التي حصلت في العصر القديم الذي شهد تبدل الكثير من المفاهيم الاتصالية والإعلامية.¹

وتقوم بعض المؤسسات الصحفية بتعيين مراسلين لها في عدد من المدن الكبرى وعواصم الدول الكبيرة وهناك عدة انواع من المراسلين :

- **المراسل الداخلي** : يعمل داخل الدولة التي تصدر فيها الصحيفة في منطقة معينة ,حيث يقوم بمتابعة الأخبار فيها.
- **المراسل الخارجي**: يعمل في عاصمة دولة أخرى مهمة ,بشكل دائم او مؤقت.
- **المراسل الجوال**: ينتقل من مكان إلى آخر حسب اهمية الأحداث.
- **مراسل دائم**: مقيم بشكل دائم في واحدة من عواصم الدول الكبرى لتغطية احداثها وأخبارها وإرسالها للصحيفة التي يعمل بها.
- **مراسل مؤقت**: يذهب لتغطية حدث بعينه ثم يعود الى مقر الصحيفة.²

¹ - فاضل البدراني ,مرجع سبق ذكره ,ص 53.

² - مجدي عبد العزيز ,رامي عطا صديق :**التحرير الصحفي علم ومهارة وفن**, المعهد الدولي العالي للإعلام ,القاهرة

,مصر ,دط , 2016, صص 7-8.

3- وكالات الانباء :

وهي الاكثر من غيرها كانت ولازالت تتميز بانتشار مندوبيها ومراسليها في الداخل والخارج وتحدث خاصة عن وكالات الانباء العربية ,حتى ان البعض يصفها طبيعة عمل المندوبين بخلية النحل التي تعمل في سبيل الوصول الى المعلومة واقتناصها بسرعة فائقة والقيام بصياغتها بما يسهل عملية الهضم الفكري عند الافراد والجمهور بغية اشباعهم من جوع المعلومات التي يحتاجونها بشكل متواصل .وربما كانت وكالات الانباء استخدمت قبل غيرها من الوسائل الاعلامية لصفة المراسل .¹

فلا توجد صحيفة في اي مكان من العالم لا تعتمد على ما تزوده بها وكالات الانباء من مواد صحفية ,بل ان هناك بعض الصحف التي تصدر معتمدة على وكالات الانباء .حيث تتمتع هذه الوكالات بشبكة واسعة من المراسلين في معظم انحاء العالم يقومون بإمدادها بجميع المواد الصحفية من اخبار وتحقيقات وتحليلات في مختلف التخصصات ,بل ان هناك بعض الوكالات التي تخصص في تقديم خدمات خاصة وتميزة كوكالات الصور .² ومن ابرز هذه الوكالات:

- ✓ المحلية : مثل وكالة انباء الشرق الاوسط (و.ا.ش.ا) (MENA).
- ✓ الاقليمية :مثل وكالة الانباء الاسلامية (و.ا.ا) ووكالة انباء الخليج (و.ا.خ)
- ✓ العالمية :مثل وكالة رويترز (و.ر) ووكالة الانباء الفرنسية (و.ا.ف) و Associated Press و (A.P) و (U.P)United Press.³

4- الفضائيات:

اصبحت الفضائيات بالوقت الحاضر من أكثر وسائل الاعلام التي تقدم خدمات اخبارية ,وتفيد الوسائل الاخرى بالأنباء والمعلومات وتعطيها فرصة الاطلاع على مزيد من التفاصيل والبيانات وأصبحت تتشارك بهذه الاهمية مع الانترنت كمصدر للمعلومات ,وما يتعلق بجوانب اخرى عند وقوع الاحداث ,مثلا عندما تعقد مؤتمرات القمة العربية او اجتماعات مجلس الامن الجدولي او الامم المتحدة فانه ليس من السهولة على وسائل الاعلام ان تبعث مراسليها الى مكان الحدث ,وبالتالي يترتب عليها متابعة

¹ - فاضل البدراني :مرجع سابق ,ص 53.

² - اسماعيل ابراهيم :فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق ,دار الفجر للنشر والتوزيع ,الهرم ,مصر ,ط1 ,1998 ,صص 38-39.

³ - مجدي عبد العزيز ورامي عطا صديق ,مرجع سابق ,ص 8.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

الفضائيات التي تقوم بنقل حي كعادتها للواقع والتركيز على كلمات الرؤساء والملوك او تمثيلهم او وزراء الخارجية وتوفير فرصة الاطلاع من خلال التحري عن الكثير من المعلومات المتعلقة بالحدث ,ومن هنا يمكن ان نرصد كثرة الشاشات التي تحتويها كل مؤسسة اعلامية في ذلك التحرير عندها لكونها اما ان تكون مصادر اساسية لأخبارها التي بالإمكان ان تستعين بمراسليها ومندوبيها من الاحداث .لكن من المؤكد ان هذه الوسائل التي تكون تابعة وأسيرة مع الفضائيات تعاني من الاستفاداة من اللقاءات الجانبية مع المسؤولين وأيضاً كل ما يدور من امور ربما لا ترصدها كاميرات الفضائيات المتواجدة.¹

5- الأذاعات المسموعة والمرئية :

تعد الاذاعة المسموعة والمرئية من المصادر المهمة التي تمد المراسل او المندوب بكم هائل من الاخبار المحلية والإقليمية ,والدولية ,فدور هذه الاذاعات يعد دوراً مهماً في ملاحقة الاحداث الآتية والمهمة ,والمستجدات المثيرة عبر مندوبيها ومراسليها ,ومن خلال التواصل الفاعل بينها وبين القنوات الدولية والإقليمية ,كما ان قيام الاذاعات والقنوات التلفزيونية بإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها على شبكة المعلومات الدولية سهل من عمليات متابعة ما تبثه من أخبار وتقارير. كما ان الاعتماد على ما تبثه هذه الاذاعات والقنوات من معلومات أصبح أمراً مألوفاً في تداول الأخبار والتقارير بمختلف أشكالها.

وتكون الاذاعات ذات اهمية كبرى خاصة في الدول التي تكون فيها الاذاعات خاضعة للحكومة ,وتحت سيطرتها ,وإشرافها المباشر ,فهنا تكون الاذاعة معبرة عن الاتجاهات الرسمية للدولة ,وتزداد اهمية الاعتماد على الاذاعات حينما تقع بعض الظروف الطارئة في الدولة كالانقلاب ,او الحرب الاهلية ,او كارثة طبيعية تضطر هذه الدولة لان تغلق أبوابها امام استقبال الصحفيين والإعلاميين ,فتصبح إذاعتها ربما المصدر الوحيد لأخبارها في تلك الظروف الطارئة والصعبة ,ومهنة الاستماع مثلاً تتمثل في النقاط الأخبار والمواد الإعلامية ,التي تذيعها محطات الإذاعات المختلفة اولا بأول ,وترجمتها الى لغة البلد التي تصدر به الصحيفة ,وذلك من خلال مجموعة من المحررين ,يقيم كل منهم داخل حجرة ,او كابينة عازلة للصوت لدى كل منهم جهاز لاستقبال الإرسال الإذاعي ,الذي يتمتع بدرجة من الحساسية لالتقاط الإرسال

¹ - فاضل البدراني ,مرجع سابق الذكر ,ص 54.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

الخاص بهذه الإذاعات ,وجهاز دقيق للتسجيل ,ويرسل محررو الاستماع بعض الأخبار التي يتم التقاطها الى قسم الأخبار لنشرها كما هي.¹

6- الصحف الأجنبية والمحلية :

تعد الصحف الاجنبية والمحلية سواء كانت يومية او اسبوعية او شهرية مصدرا للكثير من الأخبار التي تزدحم في صفحاتها ,ويمكن لرجال الصحافة القائمين في وقوفهم على تحرير الأخبار الصحفية الاطلاع على تلك الأخبار المزدحمة في تفاصيلها ,والتعرف الى الكثير من الأخبار الصحفية ,التي يمكن تناولها وبناء أخبار جديدة منها ؛لكي يتم نشرها لاسيما إذا تزامن هذا النشر مع احداث ساخنة.²

ولذلك نجد الصحف المختلفة تلجأ الى الاشتراك في كبريات الصحف العالمية ,محاولة منها تحقيق نوع من السبق او الانفراد وتقديم خدمات معينة مميزة عن طريق الترجمة والنقل من هذه الصحف.³

يلجأ بعض المحررين للأخبار الصحفية عندما تنفرد بعض الصحف الاجنبية او العربية بنشر خبر مهم الى نقله والسعي للتوسع فيه ,وقد يضيفوا اليه من مصادره الخاصة ,ومثل هذا عندما نشرت صحيفة واشنطن بوست الامريكية عام 1972 أسرار فضيحة "ووترجيت " ,التي قام فيها الرئيس الامريكي "نيكسون " في التجسس على مقر الحزب الديمقراطي ,وكانت هزة كبيرة داخل المجتمع الامريكي ,وقامت على اثرها كل الصحف الامريكية والأجنبية خارج امريكا بنقل هذا الخبر عن صحيفة الواشنطن بوست ,وأخذت تستكمل هذا الخبر عن طريق مصادرها الخاصة ,وعلى هذا الاساس فان الصحف والمجلات تعد مصدرا مهما من مصادر الأخبار ,وكذلك فضيحة الرئيس الامريكي "كلينتون ".⁴

¹ - احمد خليل الصالحي ,مرجع سابق ,صص 62-63.

² - نفس المرجع ,ص 64.

³ - اسماعيل ابراهيم ,مرجع سابق ,ص 40.

⁴ - احمد خليل الصالحي ,مرجع سابق ,ص 64.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

7- البيانات والتقارير الرسمية :

تسعى الكثير من دوائر العلاقات العامة والإعلام التابعة للمؤسسات الحكومية او المدنية بإصدارها لتقارير او بيانات خاصة بنشاطاتها في نهاية كل فترة زمنية تحددها ,ولا يقتصر هذا الجهد على المؤسسات المحلية فقط ,بل يتعداه الى المؤسسات الإقليمية والدولية ,وتصل الى الصحيفة الكثير من هذه البيانات فيقال في الخبر (في بيان تلقت الصحيفة نسخة منه)وقد تحصل عليه الصحافة من مصدر آخر فيقال (في بيان حصلت الصحيفة على نسخة منه).

وتعد البيانات والتقارير الصحفية من مصادر الأخبار المهمة ,لاسيما عند متابعة الحوادث الساخنة. فالمحررون كثيرا ما ينتظرون بيان صادر من جهة ما ,يوضح موقفها وردود أفعالها ؛ليضاف الى تفاصيل التقرير الإخباري دفعه للنشر. كما تقدم الصحف مقتطفات عن أبرز ما ورد في تقارير المنظمات والمؤسسات المحلية والإقليمية والدولية ,مثل تقارير منظمات وهيئات الامم المتحدة ,وتقارير منظمات حقوق الإنسان ,والهيئات الدينية الاجتماعية والثقافية وغير ذلك.¹

8- المؤتمرات الصحفية :

المؤتمرات الصحفية تشكل مصادر فعالة للأخبار التي تصرح بها الشخصيات الحكومية والشعبية والنقابية في حضور أكبر عدد من الصحفيين لشرح سياسة جديدة او سن قوانين او مناقشة قضية تهم الرأي العام ,وهي من مصادر الأخبار التي تلجأ اليها المؤسسات الدولية كافة والفعاليات الاهلية والمتطوعة ولا يمكن إغفالها.²

تشمل الاعمال الصحفية كل ما يكتب وينشر في المؤتمر ؛لذلك تصبح المؤتمرات الصحفية إحدى القنوات ,التي تستقي الصحف منها الأخبار ,فحين يعقد مؤتمر يتناول يتناول قضايا معينة سرعان ما تجد المندوبين الذين يمثلون صحفهم اليومية والأسبوعية ,والشهرية في حنايا المؤتمر يسمعون ويسجلون ,ويتواصلون مع وسائل بث الحوار من وكالات الانباء ,والإذاعة والتلفزيون والسينما ,وغيرها. كل ذلك يعد من الأعمال الصحفية ,مضافا اليها الأعمال المتممة للأعمال الصحفية ,وهي أعمال الترجمة بأنواعها والاختزال.

¹ - احمد خليل الصالحي ,مرجع سابق الذكر ,صص 64-65.

² - فاضل البدراني ,مرجع سابق الذكر ,ص55.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

ويكتسب المؤتمر قوته عندما يعقد بعد اجتماعات مهمة, ومحطات ساخنة بخصوص قضية على درجة عالية من الأهمية.ولان مثل هذه المؤتمرات غالبا ما تدعى لحضورها وسائل اعلامية مختلفة ,ويقوم بتغطيتها صحفيون تختلف مهاراتهم وقابلياتهم نسبيا ,فان التقارير المكتوبة عن المؤتمر تختلف تبعا لذلك بين صحيفة وأخرى.إذ غالبا ما تركز الصحف على ما يتوافق مع سياستها التحريرية في إبراز هذه النقطة او تلك من وقائع المؤتمر الصحفي.¹

وغالبا ما يأخذ المؤتمر الصحفي شكل حوار بين الصحفيين والشخصية المسؤولة التي تدعو للمؤتمر ,وعادة ما يبدأ المؤتمر بكلمة او بيان يلقيه هذا المسؤول وتعقبه مناقشة بينه وبين الصحفيين حيث يرد على كل الاسئلة التي يوجهونها اليه ,ومن حق المخبر الصحفي ان ينشر تفاصيل ما دار في المؤتمر الصحفي وله ان ينشر الاسئلة التي وجهها غيره من الصحفيين وله ان يذكر أسماء هؤلاء الزملاء واسم الصحف التي ينتمون اليها وله إلا يفعل ذلك ولكن ليس من حقه ان ينسب الحوار والأسئلة كلها نفسها وذلك لان هناك بعض الصحفيين الذين يحضرون بعض المؤتمرات الصحفية ويكتبون ما جرى فيها وكأنه حديث خاص جرى بين المخبر الصحفي والشخص المسؤول بل ان هناك من يعلن إنفراده بهذا الحديث دون غيره من الصحفيين ..²

9- النشرات والوثائق المختلفة:

تصدر عن الوزارات والمؤسسات والدوائر الرسمية والفعاليات الشعبية ومنظمات المجتمع المدني ,نشرات ودوريات تمثل أنشطتها المتعددة ,وتعد من الامور المعلوماتية الهامة بالنسبة للوسائل الإخبارية لكي تقوم بإعادة صياغتها وفق ما يتلائم مع رغبات الجمهور "ن" بالتالي تكون مادة إخبارية ترجع الى مصادرها الحقيقية وهي النشرات في كل مؤسسة إخبارية هنالك قسم او شعبة للتوثيق وهي من الأمور المهمة بالنسبة لكل كاتب خبر ,حيث يرجع الصحفيون الى الوثائق لكتابة أخبارهم وتعزيزها بالمعلومات المفيدة ,ليكتمل البناء الفني للخبر ,وبالوقت الذي تكون فيه الوثائق عامل مهم يعزز قيمة الخبر عند القراء والمستمعين ,خاصة في الرجوع الى لغة الأرقام والإحصائيات وتفاصيل المعلومات الأخرى فإن للوثائق أهمية قصوى تفيد في تنشيط وتعزيز قيمة الخاتمة.ولا يمكن لخبر يتم الكتابة عنه خاصة التقارير

¹ - احمد خليل الصالحي ,مرجع سابق الذكر ,صص ,65-66.

² - فاروق ابو زيد :فن الخبر الصحفي ,عالم الكتب للنشر ,القاهرة ,مصر , ط2, 1992, صص ,224-225.

الفصل الثالث..... مصادر الأخبار التقليدية والجديدة

الإخبارية عن أحداث سنوية ثابتة ان يكتب دون الرجوع الى الوثائق التي تعد مصدرا مفيدا لا يمكن تجاوزه.¹

وحيث تتوفر هذه الوثائق بما تحتوي من مادة تستغلها الكثير من الصحف ,كونها جاهزة ويمكن للكثير من هذه النشرات ما تصل الى الصحف في وقت واحد ,مما لا يتيح لأي صحيفة ان تنفرد بخبر ويكون لها سبق الصحفي ,مثلما انها في الحالة هذه لا تتيح أي فرصة لأي صحفي بان ينفرد بخبر ما ,والغالب على هذه النشرات ما تكون مادتها أقرب الى الاعلانات منها الى الخبر الصحفي الجيد ,وهي حينما تكون مصدرا للخبر لابد ان تكشف من وقائع جديدة , او قد تكون الوقائع قديمة بشرط ان تكون مجهولة.²

10- الحفلات والمهرجانات:

هناك الكثير من المهرجانات والاحتفالات التي تقيمها مؤسسات ومننديات ثقافية واجتماعية واقتصادية وفنية ورياضية وطلابية وشبابية ونسائية ورجالية ,وبدورها تكون هذه الأنشطة المختلفة مصادر مفيدة للمؤسسات الإعلامية في نقل الكثير من الأخبار التي من شأنها تشكل مادة مقروءة لدى الجمهور ,وكما تعددت هذه الحفلات والمهرجانات كلما شكلت رقما اخباريا تتناولها الوسائل الاخبارية.

11- كبار الشخصيات :

تمثل الرموز من الشخصيات ان كانت سياسية او اجتماعية او عسكرية او امنية او رياضية او فنية خاصة رموز المشاهير والمبدعين أيضا واحدة من المصادر التي تندفع نحوها وسائل الاعلام ومنذوبيها ومراسليها للحصول على المعلومات والتفاصيل حول انجازاتها والظروف التي تحيط بها وخططها وأسرار نجاحاتها وتفاعلها مع الآخرين ,كل هذه مواد إخبارية لا يمكن التغاضي عنها .فرئيس الدولة او الملك او القائد او زعيم الحزب او رجل الأعمال البارز على نطاق دولي تجسد العنوان الذي نكتب عنه ,وهي مصادر إخبارية.

¹ - فاضل البدرواني ,مرجع سبق ذكره ,ص55.

² - احمد خليل الصالحي ,مرجع سبق ذكره ,ص 66.

12- الإعلانات :

تمثل مصادر للأخبار من خلال ردها بالمواد الإعلانية الأولية ذات الطابع الإخباري ,وكثيرا من مضامين الاعلانات تستخلص منها معلومات مفيدة للناس من قبل الصحفيين لتبدأ عملية صياغتها وتقدم اخبارا ,حيث ان الاعلان الذي يصدر عن مؤسسة خاصة بصناعة الاطراف البشرية ضمن مكان وزمان محددين تقوم الجريدة او المحطة الإذاعية او الفضائية بصياغته بأسلوب اخباري وبالتالي يشكل مادة تهم شأن الناس.

13- رسائل القراء :

من الطرق المتبعة قديما ويتواصل العمل في عصرنا الحالي خاصة في الحقل الإعلامي هي استقبال رسائل القراء التي يبعث بها المتابعون حول احتياجات خاصة بمجتمعاتهم او مناطقهم تشكل مواد إخبارية مفيدة جدا تفرض أهميتها على المؤسسة الإخبارية بنشرها وفق الضوابط الإخبارية المهنية.وكما نرى في صفحات الجرائد وأيضا تخصص لها برامج خاصة بالإذاعة والتلفزيون ،وربما اليوم شكلت بنية جديدة فرضت نفسها على المؤسسات الإعلامية كما هو الحال في الانترنت عندما اصبح المواطن هو الصحفي الذي يقوم بنشر الأخبار والنقاط الصور وإرسالها عبر الانترنت او المدونات او نشرها في صفحته على احدى شبكات التواصل الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وغيرها ..¹

14- الانترنت:

سواء شبكات التواصل الاجتماعي او البريد الالكتروني ,او المواقع المتعددة ,ويعد الانترنت من اهم مصادر الأخبار لكونه يتمتع بخاصية السرعة في الحصول على المعلومة وطرحها لأكبر عدد من الناس متجاوزا الحدود الجغرافية ,لذلك فالانترنت اصبح اليوم أكثر من غيره من الوسائل الإعلامية انتشارا ,وربما فاق الإذاعة والفضائية خاصة وان خدماته اصبحت رخيصة جدا وبإمكان أي شخص الإطلاع عليها بسهولة.²

¹ - فاضل البدروني ,مرجع سابق الذكر ,ص 57.

² - نفس المرجع ,ص 58.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

1- ماهية الاعلام التقليدي:

1-1 تعريف الإعلام التقليدي:

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله ،وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة .

ولكن (أوتوجروت)الألماني يعرفه بأنه:" هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ،ولروحها وميولها و اتجاهاتها في الوقت نفسه." وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام ،ولكن واقع الإعلام قد يكون على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة ،أو الحقائق الواضحة ،فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنسب إلى عقول الناس ،وترفع من مستواهم ،وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة ،وحيثنذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون . وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز ،ويعتمد على الخداع والتزييف والإبهام وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة ،أو التي تثير الغرائز ،وتهيج شهوة الحقد ،وأسباب الصراع ،فتحط من مستوى الناس ،وتتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة وحيثنذ يتجه إلى غرائزهم لا ألى عقولهم ،وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية ،والمجلات الإسلامية ،لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب ،والإعلام بالخير ،والإعلام بالشر ،والإعلام بالهدى و الإعلام بالضلال .¹

¹ -ماهر عودت الشمالية ،محمود عزة اللحام ،مصطفى يوسف الكافي **الإعلام الرقمي الجديد** ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن ،ط1 ، 2015 ، ص 14 .

2-1 وظائف الإعلام التقليدي:

يعمل الإعلام التقليدي على تقديم عدد من الخدمات للمجتمع، هدفها التبصير والتتوير والإقناع، لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد مشتركا مع التعليم في معناه العام.

تتمثل الوظائف العامة التي تؤدي وسائل الإعلام التقليدية فيما يلي:

1- وظيفة نشر الأخبار؛

2- وظيفة التنشئة الاجتماعية؛

3- وظيفة الترفيه؛

4- وظيفة تبادل الرأي والنقاش؛

5- وظيفة التعليم والتثقيف.¹

¹- ماهر عودت الشمايلة، مرجع سابق، ص 16-17.

1-3 نشأة وتطور الإعلام التقليدي:

إن الشكل البدائي للإعلام هو " الشائعات " وبناتقالها بين أفواه الناس تتعرض دائما للتغيير والتزايد، والتحول والتبدل. وبهذه الطريقة تتحول الشائعات أحيانا إلى أسطورة وتختلط هذه الأسطورة بالتاريخ كما حدث ذلك عند المؤرخين القدماء من أمثال "هوميروس". أما الفراعنة في مصر فقد سلكوا طريقا آخر في الإعلام عدا الشائعات فكانوا يحفرون أوامرهم في المعابد والأحجار المنصوبة في الميادين، وتجاوز هذا الدور مرحلة الأوامر الملكية إلى مرحلة الأخبار العسكرية والرياضية ونحو ذلك.

وفي روما حاول قيصر أن يصرف أنظار المواطنين من المشكلات الحكومية إلى الأخبار الخاصة بالرياضة البدنية، فكان الجمهور الإغريقي يحتشد في الميدان العام، وإذا بالسابق الأول يظهر بينهم وهو يلهث من الأحياء بعد إذ قطع مسافة السباق التي بلغت ستة وثلاثين كيلومترا، وكثيرا ما كان يلفظ النفس الأخير وهو يعلن هذه النتيجة.¹

ثم في القرن الخامس عشر للميلاد ظهرت دوافع جديدة غيرت من أشكال الإعلام، ومن أهم هذه الدوافع تقدم التجارة وفي البندقية بنوع خاص. يتحدثنا التاريخ أن التجار فيها كانوا بمثابة المحررين الأكفاء للأخبار بعد أن يجمعوها من أكثر بلاد البحر المتوسط. ومضت البندقية على هذا النظام حتى شهدت " جنون الأخبار " على طريقة " الجازنات " وقد سميت تلك النشرات الإخبارية بهذا الاسم لأنها كانت تباع في البندقية بقطعة نقود معدنية تسمى " الجازيت ".

وفزع البابا لويس الخامس من هذه النشرات، وأصدر في عام 1569 قرار هاجم فيه صناع الأخبار لأنهم يشيعون القلق والاضطراب في وقت قويت فيه حركة الإصلاح الديني، أو المعارضة الدينية التي حمل لواءها " مارتن لوثر " و" كلفن " وغيرها. وفي 1572 أدان البابا " جريجوار " السابع حب الاستطلاع واعتبره خطيئة كبيرة ووضع العقوبات على قراء الأخبار أو الجازينات، حتى أن ناشرا إخباريا قطع لسانه وفصم معصم يده اليمنى في أحد الميادين العامة جزاء له على ارتكاب هذه الجريمة.

¹ - عبد اللطيف حمزة: الإعلام اه تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط، 2002، ص 11-12.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

واستمر الحال على ذلك حتى الإعلام نفسه لثورات ثلاث هي¹:

الثورة الإعلامية الأولى أو ظهور الطباعة:

ظهرت الطباعة بطبع الكلمات والصور والتصميمات فوق الورق أو النسيج أو المعادن أو أي طرق أخرى ملائمة للطبع فوقها ،وتتم بنسخ صور بطريقة ميكانيكية من خلال الطبع عن سطح بارز ،فكان يتم قديما الختم بالحجر وهذا يعتبر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين والسومريين والأوغارتيين والأكاديين والحضارات في سوريا القديمة وبلاد ما بين النهرين ،وكان يستعمل للاستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني ،وكانت الوسيلة الأولى أختام يبصم بها فوق الطين أو حجر يخدش أو ينقش سطحه كذلك كان حجرة دائرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين ليطبّع بها فوق سطح ناعم ومستوي لطبع ما كتب عليها كصورة متطابقة عكسيا ومتقابلة كما في حضارات الجزيرة السورية ،وتم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصميم بسيط ،منذ سنة 5000 ق م ،وكانت تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ السلع ،واختلفت أشكالها كتلك التي وجدت مغطاة بنقوش الحيوانات أو بأشكال أو أسماء ملكية.²

وبين سنتي 2000 و 1800 ق م ،ازدهرت التجارة بين بلاد الرافدين والهند عبر الخليج ، وكان من بين أهم التجارات اختام العلامات الدائرية التي عرفت بالأختام الفارسية المهرة.

وهناك خلاف تاريخي حول من استعمل الطباعة لأول مرة بشكل واسع هل هم العرب أم الصينيين وترجع بعض الوثائق المطبوعة المكتشفة في "جيزة القاهرة" إلى القرن الثامن ميلادي نفس القرن الذي ظهرت به الطباعة في الصين ،ووصلت صناعته إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد ،ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح العرب للأندلس ،واستمرت الطباعة في الدولة الفاطمية خصوصا لطباعة الاحراز والأذكار.³

وبعد قرون قليلة اكتشف الالماني جوتبرج ، طريقه لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل السبائك ،طورها لطباعة الاحرف مستخدما آلة ضخمة لعصر النبيذ كمطبعة ،نجح في تشغيلها عام 1436

1 - عبد اللطيف حمزة مرجع سابق ص 13.

2- محمود عزت اللحام ، مروى عصام صلاح :الاتجاهات الاعلامية الحديثة في الصحافة الدولية ،ط1، دار الاعصار

العلمي للنشر والتوزيع ،عمان،الاردن 2015 . ص 49 .

3-نفس المرجع ،ص 50.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

م ومع بداية القرن 16 ،بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنتشر في أمريكا وانجلترا ومستعمراتها معلنة ميلاد الصحافة الجماهيرية.¹

ففي بداية القرن السابع عشر ولدت فكرة جمع الاخبار ومنذ الوقت قام اصحاب المطابع بطبع النشرات الاخبارية وظهرت أول صحيفة مطبوعة في بلجيكا قام بها " ابراهام فيرهوتن".²

منعت السلطات العثمانية الطباعة بالحروف العربية لاعتبارها حروفا مقدسة ،ولكنها سمحت بها مرة أخرى ، هذا ويذكر المؤرخون بأن أول مطبعة عربية أنشأت في التاريخ الحديث قد انشأت على يد الموازنة في لبنان سنة 1610 م وهي مطبعة " ديرقزحيا"جنوب مدينة طرابلس وكانت تستعمل الحروف السريانية والعربية بينما استعملت مطبعة " ديرماريوحنا" الصائغ التي انشأت التنوير في لبنان عام 1733 م الحروف العربية وكان مؤسسها هو عبد الله زاخر أصله من حماه بسوريا .³

وشهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين ،وكان من اسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة كانت بحاجة إلى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود مابين المنتجين والموزعين والمستهلكين.

الثورة الثانية : ظهور المخترعات :

أ/- أول آلة طباعة بمحرك (طباعة غير يدوية) :

أحدثت العديد من الاختراعات الجديدة ثورة في الاتصالات. وحدث تقدم مهم في الطباعة عام 1811 م ،عندما استخدم طابع الماني يدعى " فريدريك كوينج"محركا بخاريا لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة ،وكان على المطبعيين أن يستمروا في وضع الحروف المطبعية باليد ،ومع ذلك فإن عملية الطباعة اصبحت اسرع مئات المرات ،واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة "كوينج"لأول مرة في عام 1814 م ،ومكن هذا الاختراع "التايمز "،وجرائد أخرى من طباعة أعداد كبيرة بتكلفة قليلة ،مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع.⁴

¹- محمود اللحام، مرجع سبق ذكره، ص 50.

²- عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 13.

³- محمود عزت اللحام، مرجع سابق، ص 51.

⁴- نفس المرجع ،ص 52.

ب/- التلغراف (البرق):

كانت النقلة النوعية للاتصالات السريعة مع اختراع البرق الكهربائي الذي يرسل الرسائل عبر الاسلاك في ثوان ،وقد صمم مخترعون في الدانمرك وألمانيا وبريطانيا وبلاد أخرى أجهزة برق متعددة خلال أوائل القرن التاسع عشر ميلادي .لكن كل هذه الاجهزة كان يعتر بها نقطتا ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء ،وصعوبة استخدامها.¹

وخلال الثلاثينات من القرن التاسع عشر ميلادي ،بدأ الرسام والمخترع الامريكي "صامويل مورس" العمل على جهاز كهربائي للبرق .وطور مورس وشريكه "الفرد فييل"بعد سنتين من التجارب ،جهازا بسيطا للبرق له مصدر ثابت من التيار ينتج بواسطة بطريات ومغناطيس كهربائي .وكان الجهاز يرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تسمى شفرات "مورس" .وقام بتسجيل اختراعه في عام 1840 م ،ولأول مرة انتقلت الاخبار بسرعة الكهرباء ،وبدأت الجرائد تقريبا في الحال في استخدام (تلغراف مورس) ،وفي الستينات من القرن التاسع عشر ميلادي كانت خطوط البرق قد قامت بوصل أغلب المدن بعضها ببعض ،وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.

الثورة الثالثة أو ظهور الوسائل الاعلامية الحديثة:

ان الصحافة هي التي منحت الاعلام كل هذا الانتشار ،وبقى الحال على ذلك حتى حدثت الثورة الاعلامية الكبرى التي نعيشها الآن في هذا القرن ،فقد ظهرت وسائل اعلامية جديدة منها: السينما والراديو والتلفزيون.وهذه الثورة الأخيرة لم تتم فصولها بعد.

ففي 28 ديسمبر سنة 1895 ،افتتحت أول دار للسينما في باريس. وبعد عامي 1920-1921 سمعت الاذاعات الاولى في كل من انجلترا والولايات المتحدة وفي فرنسا .وفي الثالث من نوفمبر 1925 صدرت أول صحيفة ناطقة في فرنسا أنشأتها محطة برج ايفل هناك.²

¹ - محمود عزت اللحام ،مرجع سابق ،ص 52.

²- نفس المرجع ،ص 52.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

وفي سنة 1949 ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار أو بعبارة أخرى أول صحيفة تلفزيونية بالمعنى الصحيح وبهذه الطرق المتقدمة كلها ألغيت المسافات بين أجزاء العالم الذي نعيش فيه الآن، واستطاع التلفزيون -بوجه خاص- أن يضيف الصوت الى الصورة وأن يصل الجماهير بالأخبار فور وقوعها، بحيث تشعر الجماهير أنها كانت مشتركة في هذه الاخبار أو الاحداث.

وهذه الثورة الاخيرة التي حدثت في ميدان الاعلام كانت ثورة اجتماعية الى جانب أنها ثورة فنية. ذلك أن الاستماع أو المشاهدة أصبحتا ظاهرتين من الظواهر الاجتماعية في العالم الذي نعيش فيه الآن. ففي سوق الصحف والمجلات نستطيع أن نختار الصحيفة التي تلائم أذواقنا وآرائنا ، ولكن أمام الراديو والتلفزيون سلبين لا مختارين . ولا مفر من الاستماع أو المشاهدة الا بأن نضغط على زر كهربائي يقف به الجهاز الذي أمامنا عن العمل فوراً¹.

¹ - عبد اللطيف حمزة ، نفس المرجع ، ص 14-15.

4-1 وسائل وأدوات الاعلام التقليدي :

1-الصحف (الصحافة المكتوبة) :

1-1 تعريفها:

تباينت تعريفات حول مفهوم الصحافة المكتوبة تبعا للمتغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية والإيديولوجية القائمة في المجتمع الذي ينتمي اليه الباحث من جهة ومن جهة أخرى تبعا للتطورات التي مرت بها الصحافة عبر مراحل تاريخية.

أ- لغة:

في القاموس المحيط: الصحيفة: الكتاب ,وجمعها صحائف وصحف .

وهي في المعاجم الحديثة كالمنجد والوسيط :مهنة من يجمع الاخبار والآراء ,وينشرها في صحيفة او مجلة ,والصحيفة :إضمامة من الصفحات تصدر يوميا او في مواعيد منتظمة بأخبار السياسة والاجتماع والاقتصاد والثقافة ,وما يتصل بذلك.¹

كلمة صحافة تقابلها في اللغة الانجليزية حسب قاموس أكسفورد :Press وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات² وهي تعني أيضا : (Journal) ويقصد بها الصحيفة و (journalism) بمعنى الصحافة و (journalist) بمعنى الصحفي وهو الذي يمتنهن الصحافة³, فكلمة الصحافة تشمل إذا الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه . اما المتعارف عليه اليوم في الصحافة العربية ,فيرجع فيه الفضل الى نجيب الحداد منشئ صحيفة "لسان العرب" في الاسكندرية ,وهو أول من استعمل لفظ الصحافة بمعنى صناعة الصحف والكتابة فيها ,ومنها اخذت كلمة صحافي⁴ .

¹ - فؤاد الساري :وسائل الاعلام النشأة والتطور ,دار اسامة للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,دط ,2015, ص ,46.

² - فاروق ابو زيد ,مدخل الى علم الصحافة ,عالم الكتب ,القاهرة ,مصر ,ط2 ,1998, ص ,37.

³ - كرم شلبي :معجم المصطلحات الاعلامية (عربي-انجليزي) دار الشروق للنشر ,القاهرة ,مصر ,ط1 ,1989, ص ,458.

⁴ - أديب مروة: الصحافة العربية نشأتها وتطورها ,منشورات دار مكتبة الحياة ,بيروت ,لبنان ,ط1 ,1961, ص ,15.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

ب-اصطلاحا:

وهي عبارة عن مطبوعة دورية الصدور يوميا او اسبوعيا في الاقل ,ومتاحة لجميع القراء ومتنوعة الموضوعات والأبواب والأشكال بما يحقق الاستجابة لجمهور متنوع الاهتمامات والرغبات ,كما انها تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها.¹

الصحيفة هي نشرة مخصصة لتقديم الاخبار والتعليق عليها ,وتعد الصحف وسيلة ممتازة ,لمتابعة الاحداث الجارية ,كما تؤدي دورا مهما في تشكيل الرأي العام ,وتتمتاز الصحف على الوسائل الاخبارية الرئيسية مثل الاذاعة والتلفزيون بأنها تغطي مزيدا من الانباء وبتفاصيل أكبر ,والصحيفة عمل من أعمال الحضارة والتقدم ,فليست مهمتها فقط نقل الاخبار والاحداث بل فيها أبواب عن الفن والرياضة والتسلية والأبواب التجارية بكافة أشكالها ,وهي تحرص على ان تلبى حاجة كل انسان ,لذلك يزداد الاهتمام بها يوما بعد يوم ,ويقبل الناس عليها في اي وقت من نهار او ليل.²

كما تعرف انها نشرة تطبع أليا من عدة نسخ ,وتصدر عن مؤسسة اقتصادية وتظهر بانتظام على فترات متقاربة ,ويشترط في هذه النشرة ان تأخذ الطابع الدولي او العالمي ,وذات فائدة عامة تتعلق بشكل خاص بالاحداث الجارية ,وبالأحرى يشترط فيها ايضا ان تنشر الاخبار ,وتذيع الافكار وتحكم على الاشياء وتعطي معلومات بقصد ان يكون لها جمهور يتابع ما تقوم على نشره وإثارته من أحداث وقضايا.³

¹ - عبد الرزاق الدليمي: **التحرير الصحفي**, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان, الاردن, دط, 2012, ص 29.

² - فؤاد الساري, مرجع سبق ذكره, صص, 46, 47.

³ - مرفت محمد كامل الطرابيشي: **مدخل الى صحافة الاطفال**, دار الفكر العربي, القاهرة, مصر, ط1, 2003, ص 15.

2-1 نشأة وتطور الصحافة المكتوبة:

أ- اختراع الطباعة وانتشارها

يمكن القول بأن الجذور الأولى للصحافة، بدأت في الرسوخ في الوجود البشري منذ أحس الإنسان بضرورة التواصل مع القبيلة، أو الجماعة التي ينتمي إليها، وكان أول من سجلت أسماؤهم في التاريخ هم الشعراء البدائيون، ابتداء من هوميروس، لأنهم لم يكتبوا الشعر فقط للتعبير عن الأحاسيس، وإنما كانت أشعارهم مصدرًا مهمًا للتأريخ للمرحلة التي عايشوها. وكان اختراع الطباعة حدثًا هامًا ومنعرجًا حاسمًا في تاريخ البشرية، إذ تعد بمثابة الانطلاقة الأولى لتاريخ ومسيرة حافلة للصحافة. والطباعة هي فن قديم عرفه الإنسان قبل استخدامه في إنتاج الحروف الأبجدية بزمان طويل، ولكن في القرن الثامن قبل الميلاد، كان الفنانون اليابانيون يقومون بحفر الكتل الخشبية وتحبيرها ثم طبعها على الورق وفي الصين طبع رجل يدعى "وانج" شبه كتاب لتخليد ذكرى أبويه وأزخه بالصينية خلال الحادي عشر من ماي عام 868، ويقال أن الصينيين كانوا أول من اخترع أول نموذج متحرك للطباعة، وذلك باستخدام كتل خشبية صغيرة منفصلة بعضها عن بعض وتحمل كل منها حرفًا أو مجموعة حروف يمكن تبادلها، وتغيير مواقعها، ولكن الأشكال المعقدة للأبجدية الصينية، وتعدد صورها ورموزها، جعل العملية بطيئة ومملة إلى حد كبير. وظل الحال على ما هي عليه حتى منتصف القرن الخامس عشر، عندما عرفت أوروبا لأول مرة النموذج المتحرك للطباعة على يد "يوحنا فوتمبرغ" الذي ابتكر مطبعته الخاصة بين عامي 1454 و 1455 في مدينة "ماينز" بألمانيا، وشرع في طبع صكوك الغفران للخطاة والعصا. وفي عام 1456 قام فوتمبرغ¹، ومساعدوه بطباعة 300 نسخة من الإنجيل، وذلك بالحروف القوطية السوداء التي تميل إلى الزخرفة كي توحي بأن النسخ قد كتبها الناسخون بأيديهم كالمعتاد وذلك لأن فوتمبرغ لم يشأ أن يفشي سره، لكن سرعان ما انكشف السر عندما أرسل عددا من النسخ المطبوعة إلى باريس ليبيعه هناك، فلاحظ الفرنسيون أن النسخ متطابقة تطابقا مذهلا وكان تفسيرهم لذلك أن فوتمبرغ استخدم قوى سحرية شريرة، ولم يستطع فوتمبرغ إبعاد التهمة عليه حتى لا يفشي سره. وقام في عام 1457 بطبع كتاب "المزامير"، ولكن سرعان ما انكشف سر المطبعة الخفية، ولم تمض سوى سنوات قليلة حتى بلغ الاختراع الجديد إيطاليا، خاصة البندقية وفيها استطاع "نيكولاس جينسوف" أن يبتكر الحروف الصغيرة بالإضافة إلى الحروف

¹-نبيل راغب: العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، مصر، دط، 1999، ص 16.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

الكبيرة، "Italic" وبعد ذلك بسنوات ابتكر "الدوس رومانسون" الحروف المائلة التي عرفت باسم نسبة إلى إيطاليا.

وقبل نهاية القرن الخامس عشر بدأت الطباعة في فرنسا وكذلك سويسرا حيث عمل فيلسوف الإنسانيات إيرازموس على جمع الحروف لفترة من الزمن، ثم جلب" وليام كاكستون" الطباعة إلى إنجلترا، بعد أن تعلم فنها في ألمانيا، وجعل منها مشروعاً مريحاً، ففي 15 عاماً فقط نشر حوالي 100 كتاب، وتتلذذ على يده ناشرون عديون، وانتشرت الطباعة في شتى أنحاء العالم، ففي القرن السادس عشر أقام إيطالي يدعى "خيوفاني" مشروعاً للطباعة في "مكسيكو سيتي" بأمريكا، وبذلك انتقلت الطباعة إلى العالم الجديد، أمريكا. وهكذا أصبحت الطباعة وسيلة لنشر وتعميق الاتصال بين الناس الذين وجدوا في الكتاب المطبوع أداة فعالة لنقل المعارف والمعلومات، ولكن شعر أرباب السلطة بخطورة هذا الاختراع في تكوين الرأي العام، فظهر دور الرقابة التي واكبت الصحافة منذ نشأتها.

ب- ظهور وتطور الصحف والدوريات المنتظمة:

لقد أدى التعطش إلى المعلومات الجديدة والسريعة كالتى أثارته الحروب والثورات الاجتماعية، واكتشاف البلدان البعيدة، إلى ظهور وسيلة جديدة لتسجيل ونقل المعلومات، وهي الإصدارات الدورية في أوروبا.

ويمكن القول أن القرن الثالث عشر هو الانطلاق الأول لمثل هذه والإصدارات التي تطورت شكلاً ومضموناً مع اختراع الطباعة، ولا بد من القول أنه كانت في العصور الوسطى "جرائد" أو صحف مخطوطة، ومنسوخة تقدم أخبار الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كالزلازل... الخ ففي إنجلترا مثلاً صدرت فيها 450 كتيباً من هذا النوع بين عامي 1590 و 1610 ولكن هذه الإصدارات كانت تنقصها السمات الأساسية اللتان تميزان الإصدارات الدورية، وهما الوقت المحدد للصدور، وتنوع المضمون. لذلك قام "صامويل ديلباوم" من لوكسمبورغ بإصدار مجلة شهرية منذ عام 1597 تنشر أخباراً من هولندا وفرنسا وإنجلترا وغيرها، وفي نفس السنة أصدر السويسري "ليونارد سترو" مجلة شهرية في بلده، إلا أن هاتين المحاولتين لم تدوما طويلاً، لكنهما افتتحتا عصر الصحافة الدورية المنتظمة، فبعد فترة قصيرة صدرت في عام 1609 جريدتان يوميتان، الأولى أصدرها يوليوس من "براغ" وكانت تطبع في ألمانيا، والثانية في "ستراسبورغ" الطابع "جوهان كارلوس"، وهكذا صدرت منذ بداية القرن السابع عشر الكثير من الصحف في البلاد الأوروبية المختلفة بشكل أسبوعي. أما الصحف اليومية فكان أول من أصدرها رجل الطباعة وناشر الكتب "تيموثيوس"، إلا أن هذه الجريدة لم تدم طويلاً ريتش "عام 1660 وفي

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

بداية القرن الثامن عشر ،صدرت في أوروبا عدة صحف يومية ،استطاعت أن تتجنب أخطاء الصحف السابقة¹.

أما في فرنسا فنظرًا لصرامة الرقابة فقد تأخر صدور أول صحيفة يومية فيها ،وقد شهد القرن الثامن عشر ازديادًا "Journal du Paris". حتى عام 1777 حين صدرت كبيرًا في عدد الصحف والمجلات علمية خاصة لدرجة أنه بين عامي 1631 و1789 كانت تصدر في فرنسا 350 دورية بدون انقطاع. وقد واكب فن الطباعة هذه التطورات بهدف الإسراع بالعملية المطبعية اختصارًا للوقت فقد نجح الطابع الهولندي" وليم جانوس بلاو "في تطوير آلة الطباعة الخشبية القديمة في أوائل القرن السابع عشر. وفي عام 1800 مع فجر الثورة الصناعية ،استطاع "الاييرل ستانهوب" ابتكار المطبعة الجديدة في إنجلترا ،وفي سنة 1790 قام الانجليزي" وليم نيكلسون "بتسجيل براءة اختراع المطبعة الأسطوانية ،لكنه لم يواصل مشروعه، وفي عام 1811 اختراع" فريدريك كونيغ "في إقليم" ساكسونيا "بألمانيا أول مطبعة تدار بالبخار،وبعد ذلك بثلاث سنوات استخدمت صحيفة" التايمز "اللندنية المطبعة البخارية ،لترتفع بإنتاجها إلى أربعة أضعاف ما كانت المطبعة اليدوية تنتجه ،وهكذا ازداد سحب الصحف .وساعد على توزيعها انتشار خطوط السكك الحديدية ابتداء من 1830 وهكذا أصبحت الصحافة تستحوذ على جماهير واسعة ،خاصة الطبقة العاملة في المصانع والمناجم.

ومع اكتشاف الأمريكي روبرت للمطبعة الدوارة السريعة في أواخر القرن الثامن عشر ،واختراع الإخوة "فورد رينيه" سنة 1803 للفائف الورق الطويلة ،وتمكن الأمريكي "بالوك" من ابتكار سنة 1865 نظاما من شأنه أن يجعل بكرات الورق جزء لا يتجزأ من المطبعة ،هذا ما أدى إلى إنتاج الصحف بسرعة وبكميات كبيرة. ويقول دايفيد وينرايت في كتابه "تبسيط الصحافة"²: "إن الفترة الممتدة ما بين 1860 و 1880 شهدت انتشارا لتأسيس الصحف في شتى أنحاء العالم ،ومعظمها لا يزال مستمرا حتى اليوم ،وذلك لحرصها على اتباع التطورات التكنولوجية المستحدثة باستمرار وترسيخ التقاليد الصحفية في مجال صياغة الأخبار والتحرير "

ورصد وينرايت أهم الصحف الرائدة في هذا المجال ومنها :

- عام 1860 صحيفة "Often Posten" (اوسلو - النرويج)

- عام 1861 صحيفة "Dayens Nyheter" (استكهولم - السويد).

¹ www.wikipedia.org

²-نبيل راغب ،مرجع سبق ذكره ،ص ،32.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

- عام 1967 صحيفة "La stampa" (تورينو - إيطاليا).
- عام 1974 صحيفة "Manitoba" الكندية.
- عام 1976 صحيفة الأهرام المصرية.
- عام 1979 صحيفة Asahi shimbun اليابانية.
- عام 1981 صحيفة Los angeles times الامريكية.

وقد شهد الربع الأول من القرن العشرين انتشار واسع ونجاح باهر للصحافة ،حتى لقيت بصاحبة الجلالة ،ولكن مع نهاية هذا الربع ظهر منافس جديد لها وهو "الراديو" ، وفي بداية الأمر وجدت الصحافة صعوبات للتأقلم والمنافسة وكان لزاما عليها في الأخير أن تعمل على تطوير نفسها من أجل تقديم الأفضل. ومع ظهور الراديو،لم تشعر الصحافة بزعزعة في مكانتها لأن التلفزيون كان نخبويا عند ظهوره بسبب ارتفاع تكلفة الأجهزة ،ومع انطلاق الحرب العالمية الثانية استعادت الصحافة عصرها الذهبي ،ولكن بتقسيم المكانة بالإنصاف مع الراديو،وأصبحت الصحافة المسموعة شريكة متضامنة مع الصحافة المطبوعة لخدمة مختلف الجماهير،ومع انتشار التلفزيون أصبح لكل وسيلة وظيفتها الخاصة والتمتيزية ،بحيث تتكامل فيما بينها في أداء إعلام نزيه بعيدا عن المنافسة.

وهكذا حاولت الصحافة المكتوبة منذ ظهورها إلى يومنا هذا أن تحافظ على خصائصها ،وأسسها مهما كانت الأوضاع ،ومهما طرأ على العالم من تغيرات تكنولوجية ،وظهور وسائل إعلامية تتسم بالسرعة في نقل المعلومة وذلك في محاولة كل مرة إيجاد بدائل جديدة من أجل التأقلم¹.

¹-محمود علم الدين :الصحافة في عصر المعلومات ،العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة ،مصر ،دط ،2000، ص 19.

1-3 وظائف الصحافة المكتوبة :

1- الوظيفة الاخبارية :

وهي الوظيفة التي تؤديها الوسائل الاعلامية على اختلاف انواعها, الا ان الصحافة المكتوبة تتفنى في طريقة عرض الاخبار وفي تنوعها, ويمكن للقارئ الرجوع اليها عند الضرورة, كما انها تتيح لهم فرص التعبير عن الرأي وحق الرد على غرار الوسائل الاخرى وترتبط هذه الخاصية بالمعطيات السياسية وحرية التعبير بصفة خاصة, حيث ان نشر الاخبار مجردا يكون في كثير من الاحيان بغير معنى, لكن في مضمون الصحافة المكتوبة يحمل الخبر شرحا وتحليلا يضيف اليه المعاني والمدلولات, فهذه الوظيفة هي التطور الطبيعي لوظيفة تغير او شرح الخبر في وسائل الاعلام, إلا ان الصحافة المكتوبة تتفرد بهذه الخصائص, "ولقد اصبح البحث عن الاخبار, والتقاطها والسبق اليها ونشرها, جوهر صناعة الاعلام المعاصرة.¹

2- وظيفة الخدمات العامة:

ان الوظائف المعاصرة للإعلام يمكن النظر اليها وفقا للمعطيات الجديدة التي تعتمد على التوسع الذي طرأ على وظائف وسائل الإعلام وعلى تطور الخدمة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة.

ومن حيث طبيعة الخدمات العامة التي تقدمها وسائل الإعلام تتصدر الصحافة المكتوبة صدارة هذه الوظيفة علما انه توجد مئات الأشياء الصغيرة التي لا يمكن حصرها وتدخل في نطاق الخدمات التي تقدم للجمهور, والتي يتعذر عن الوسائل الإعلامية الأخرى تقديمها ما عدى الصحافة المكتوبة التي تعرضها في أغلب الأحيان بصفة منتظمة وهذا يمكننا من القول بأن الصحف في الوقت المعاصر صارت جهاز علاقات عامة لكل قارئ, أكثر فاعلية ودقة وانتظام.

3- وظيفة ايدولوجية:

بالرجوع الى تاريخ المجتمعات وأنماط الحكم السائدة تدرج الصحافة المكتوبة ضمن الأدوات الفعالة للترابط الاجتماعي والشرعية السياسية, فهي تلعب اذا في مصلحة الايديولوجيا السائدة للمجتمع, وتلعب

¹ - محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية, دار الفكر العربي, القاهرة, مصر, دط, 1988, ص 335.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

دور الوساطة بين الأنظمة السياسية والقاعدة وهي ميزة سائدة بصفة أكثر فعالية في دول العالم الثالث نظرا للنسب الضعيفة في ميدان التعليم فهذه الوظائف ترجع بصفة خاصة على الصحافة الناطقة.

وتؤدي وسائل الاعلام عامة والصحافة المكتوبة خاصة عدة وظائف أخرى مرتبطة ارتباطا وثيقا بمتطلبات الحياة اليومية للأفراد والجماعات ,كوظيفة التنمية ,التربية ,الترفيه ,التعبير عن الآراء ,التنظيم الاجتماعي الى غير ذلك من الوظائف الأخرى التي تفرضها ضروريات الحياة اليومية والمستجدات التي تفرزها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية.¹

¹ - صفوان عيصام حسيني :الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999, اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال ,جامعة الجزائر , اكتوبر 2005 ,صص 151-152.

3-1 مميزات الصحافة المكتوبة :

أ- تكلفتها الاقتصادية أقل نسبيا:

تعتبر تكلفة الصحافة المكتوبة رخيصة نسبيا اذا قورنت بالإذاعة و التلفزيون ,فهي لا تحتاج الى عملية تسجيل او تصوير ,يستطيع المحرر كتابة التقرير المنشور من على طاولته دون تكبد الذهاب الى موقع الحدث.

ومن ناحية أخرى فان تكلفة الطباعة والورق والأخبار , لا توازي تكلفة استقبال وإرسال الصورة التلفزيونية او الموجة الاذاعية .اما عن سعرها فهي ارخص بالنسبة للمستهلك من حيث الثمن.

ب-سهولة الاسترجاع والتخزين:

ان قدرة مقتني الصحيفة على تخزين معلوماتها او تخزين المعلومات منها أكبر من القدرة على تخزينها من الإذاعة والتلفزيون ,فأرشفة القدرة على استرجاع جهاز تسجيل ,اما عن الاسترجاع فالصحيفة تمنح مقتنيها القدرة على استرجاع المعلومة متى شاء ذلك الشيء الذي لا يمنحه التلفزيون والإذاعة.

ج- استخدام الصورة والرسوم والكرتون والكاريكاتير:

لقد تفوقت الصحيفة على الإذاعة من حيث استخدام الصورة والرسوم فهي تعطي صورة واضحة للحدث من خلال الصور ,وتعطي الخبر نوعا من الاستقرار من خلال الكاريكاتير وتصنع التوضيح له من خلال الرسوم.

د- حرية التلقي واختيار وقته:

بعكس الإذاعة والتلفزيون يستطيع المتلقي في الصحيفة ان يعرض نفسه للرسالة متى شاء وأين شاء ,دون ان يحكمه وقت ,ويستطيع اعادة خبر وتلقيه ومراجعتة كيفما شاء.¹

¹ -فيصل ابو عيشة :مرجع سابق صص 175-176.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

ه-سهولة نقل الصحيفة وحرية الحركة والتنقل:

يستطيع المتلقي ان ينقل الصحيفة معه اينما اراد وان يقرأها في اي مكان شاء ،فالصحيفة خفيفة النقل وصغيرة الحجم.¹

2-الإذاعة (الراديو):

1-2 تعريفها:

أ- لغة:

الإذاعة اسم مشتق من الفعل " أذاع " يذيع " ، " إذاعا " وتعني : "الإشاعة " ،بمعنى النشر العام ،وذيوع ما يقال ،حتى أن العرب قديما يصفون الرجل الذي لا يكتف السر انه رجل " مذيع " ،فيقال : " فلان للأسرار مذيع ولأسباب مضياح ".²

ب- اصطلاحا:

عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف و أدوار ،تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والتنقيفي و الإعلامي ،وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة " ،وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية ،والتعليمية ،والترفيهية ،عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد.³

الإذاعة هي الانتشار المنظم والمقصود لمواد اخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج ،ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في المناطق التي يغطيها البث الاذاعي ،باستخدام اجهزة الاستقبال المناسبة ،اي اجهزة الراديو وقد يغطي بث بعض الاذاعات ارجاء العالم المختلفة.⁴

¹ -فيصل ابو عيشة ،مرجع سبق ذكره ،ص 176.

² -حارث عبود ،مزهري العاني :الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي ،دار الحامد للنشر والتوزيع ،ط1 ،2015 ،صص 34.

³ - عبد العزيز شرف: مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري ،القاهرة ،مصر ،دط ،1989 ،ص403.

⁴ -حارث عبود مرجع سابق الذكر ،ص 34.

2-2 نشأة وتطور الاذاعة:

لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء المستمرة في الكهرباء والمغناطيسية كبداية لثورة الالكترونيات إلى غيرت بل قضت على أنماط الاتصال التقليدية وأحدثت منعرجا كبيرا في حياة الإنسان. ولقد كانت البدايات الأولى لهذا الاختراع عندما جاء " ماركوني " باكتشافه في القرن التاسع عشر (1894) واستطاع إرسال أو إشارة إلى مسافة أربعة أمتار ثم توالت تجاربه لنظام الإرسال والاستقبال إلى ان تمكن في يوم 14 سبتمبر 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط. كما اعتمد ماركوني في إنشاء أعماله على ما توصل إليه من سبقه من العلماء من ذلك انه استخدم نظام (سمويل موريس) لإرسال واستقبال الإشارة التي توصل إليه قبل 45 عاما ، كذلك اعتمد "ماركوني " على نظرية "جيمس ماكسويل " التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية¹.

وفي عام 1886 ، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني " ه. هرتز " صحة نظرية " ماكسويل " ، كما انه استطاع الوصول لقياس الموجات وسرعتها " وفي الوقت الذي كانت تجري فيه التجارب لإرسال الإشارات باللاسلكي كان علماء آخرون ، يقومون بأجراء التجارب على استخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري بدلا من الإشارات اللاسلكية ، ومنهم " فليمغ " والذي ابتكر الصمام الثلاثي².

في عام 1906 اخترع " ذي فورست " مصباح " الديود " فاسحا المجال لتطور التلغراف بسرعة و انتقالها إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع الهاتفي) ، ثم استمرت الأبحاث في مجال اللاسلكي والبت الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات. وفي سنة 1920 ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو ، وأول برامج يومية مذاعة من محطة " ديترويت نيوز " في الوم. أ ، وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة KDKA ، تبعتها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية WBZ في " ماساشوستس "³.

¹ - مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم ، مطابع جامعة الملك سعود ، الرياض ، السعودية ، دط ، 1997 ، ص 17.

² - ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي ، نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، دط ، 2002 ، ص 14.

³ - مصطفى محمد عيسى فلاتة ، مرجع سابق ، ص 19.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني:الإعلام التقليدي

بعد الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية دول أوروبا ،وفي أرجاء العالم بعدها ،ويظهر التلفزيون الملون وانتشاره في الخمسينيات ،كان على الإذاعة أن تخرج من طبيعة الزيادة في البرامج إلى تحسينها وانتقائها ،وحتى الستينيات ،كانت الإذاعة تعتبر المصدر الأساسي للإعلام ،والسلاح الأول في الحروب النفسية والباردة.

" ومع ذلك فقد لا تزال الإذاعة تلعب دورا معتبرا ،معتبرا رغم المنافسة الشديدة من وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ،والتلفزيونية بوجه خاص... ولأجل ذلك استعانت في السبعينيات بالتطور الذي طرأ على الاتصالات اللاسلكية العاملة للصوت ،والتي أصبحت متناهية في القصر وبعيدة المدى ،تنقل الإرسال عبر الأقمار الصناعية ،وأدى هذا التطور الأخير إلى تطوير ما يسمى بالإذاعات الدولية وتقويمها ،ومن أول هذه الإذاعات إذاعة سويسرا التي بدأت بثها عام 1935 ،وتحولت إلى إذاعة مشهورة بحيادها أثناء الحرب العالمية الثانية ،وخلال الحرب الباردة بين الو.م.أ والاتحاد السوفيتي سابقا " .

وتلعب الإذاعة الآن دورا هاما لا يمكن تجاوزه ،في البرامج الترفيهية ولو كان ذلك على حساب البرامج والمواد الإخبارية ،والتي لم تعرف نفس التطور ومع ذلك فهي تؤثر تأثيرا بالغا على توجيه الرأي العام ،كالوسائل الجماهيرية الأخرى.¹

¹ - ب.م: توقف بعد 70 عاما من البث، سوق الكلام، (يومية الخبر)، العدد 4235، ص7، 4/11/2004.

2-3 وظائف الاذاعة :

أ- الوظيفة السياسية:

توظف الاذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية تروج لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الاعلامية الهادفة الى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم ،والشخصية الوطنية والكيان السياسي ،الى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل كل دولة.

وهي تلعب دور الوسيط بين الحكومة والشعب ،وتبلغ صوت الدولة، وتنتشر أفكارها ومشاريعها وإيديولوجيتها الى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم الى السلطة لتصدر القرارات المناسبة، وانه لأدل مثال على فعالية الإذاعة في الساحة السياسية هو الدور والمكانة التي تقلدتها الإذاعة إبان الحربين العالميتين الأولى والثانية والحرب الباردة.

ب- الوظيفة الاقتصادية:

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وقرارات اشهارية من اجل الترويج لسلعة او خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال الى رفع مدخولاتها.

كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق الى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من اجل تحسين وضعيتهم، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة.

ج- الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست اقل شأنا عن سابقتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم، واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر علياً في اطار سياسة إعلامية محددة.

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية والنشاط فهي على رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها الى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا".¹

د - الوظيفة الاجتماعية:

تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية، فهي تسعى الى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده، كما تسعى الى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل ان تهدف البرامج جميعا إلا ما كان منها للتسلية والمتعة والوصول الى الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة.

إن المتتبع للوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي أسندت للإذاعة يجد أنها مرتبطة بعملية التنمية كونها تعد من ابعادها، وبما ان الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات الى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف الى التنمية الشاملة وبالتالي فآداء مختلف هذه الأدوار يعد صلب الخدمة العمومية.²

¹ - عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دون سنة النشر، ص 146.

² - ليندة ضيف: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 47.

2-4 مميزات الإذاعة:

أ- الفورية او الآنية في نقل الأحداث والأخبار من مواقعها:

تستطيع الإذاعة مثل التلفزيون على عكس الصحافة ان تتقلان الأحداث في آن وقوعها مباشرة ,بيد ان الإذاعة اسرع من التلفزيون في نقل الأحداث فالتلفزيون يحتاج الى نصب الكاميرا من موقع مناسب للتصوير وإعداد الأجهزة المناسبة للتصوير والنقل ,بينما لا تحتاج الإذاعة الى مثل ذلك.

ب- تخطي حاجز الأمية:

تشارك الإذاعة والتلفزيون في مسألة تخطي حاجز الأمية, فهما يحتاجان من المتلقي ان يعرف القراءة والكتابة ,بل يكفي منه ان يعرف كيفية تشغيل أحدهما ,وهذا ما لا يحتاج الى معلم او علم.

ج- التلقي غير المركز:

ان الراديو لا يحتاج الى تركيز كبير في لحظة التلقي فهو يعتمد على حاسة السمع فقط ولا يحتاج الى تفرغ تام للتلقي منه ,فيستطيع المتلقي ان يستمع للراديو في آن كونه يقوم بأعمال أخرى ,بينما تحتاج بقية وسائل الإعلام كلها قدرا من الانتباه والتركيز فهي في المعظم تعتمد على أكثر من حاسة.

د - حرية الحركة والتنقل:

قديمًا لم تكن هذه الميزة متوفرة في الراديو حيث كان حجمه الكبير يستعصي على النقل ,بيد أنه ومع التطور التكنولوجي اصبح بإمكان المتلقي ان يحمل في يده جهاز لا يتجاوز راحة الكف او أصغر من ذلك أينما ذهب ليتلقى منه الرسالة الإذاعية بكل سهولة ويسر.¹

هـ-انخفاض تكلفة الخدمة الإذاعية بالنسبة للمستهلك:

ان شراء جهاز الراديو اليوم أصبح امرا سهلا يسيرا ,فبإمكان اي شخص من اي طبقة اجتماعية كان ان يفتتي جهازا إذاعيا دون ان يتكبد مبلغا ضخما كالذي يتكبد في محاولته الحصول على التلفزيون.

¹ - فيصل ابو عيشة ,مرجع سبق ذكره ,صص 176-177.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

و- اطلاق طاقة التخيل عند المتلقي:

ان الصحافة تعتمد على الخبر المكتوب والصور المتعلقة بالخبر ,والتلفزيون يعتمد على الصورة او اللقطة المتحركة ,اما الإذاعة فلا تعتمد إلا على الصوت مما يتيح للمتلقي العنان في تخيل الأحداث او الأشخاص او المواقف.

ز- استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى:

وهذه الأمور التي تشترك فيها الإذاعة مع التلفزيون ,بيد ان الأولى تعتمد على المؤثرات أكثر من التلفزيون فالعصب الرئيس للإذاعة هو الصوت ولا شيء سواه.¹

¹- فيصل ابو عيشة ,مرجع سبق ذكره ,ص 178.

3- التلفزيون:

3-1 تعريفه:

معنى التلفزيون:الرؤية عن بعد¹,ويمكن تعريف النظام التلفزيوني بأنه أسلوب إرسال واستقبال الصورة الحية المرئية والمسموعة بأمانة من مكان الى آخر، بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة.²

3-2 نشأة وتطور التلفزيون:

قبل نهاية القرن التاسع عشر، زحفت الصورة لتحل محل الصدارة في المخيلات العامة، وفي البداية ظهرت الكاميرا التي أظهرت القدرة الهائلة على إنتاج صور مطابقة للطبيعة، وللحظة العابرة بطريقة آلية، بدا ذلك وكأنه تتويج لجهد إنساني هائل وإعلاء لشأن العين بين سائر الحواس، ما يمكن رؤيته يصبح قابلاً للتصديق بطريقة مذهلة، على رغم شيوع المعرفة بإمكان خداع الحواس.

والحقيقة ان فكرة نقل الصورة المتحركة الى المنازل عبر جهاز استقبال منزلي بشكل شبيه بإرسال الصوت والموسيقى عبر جهاز الراديو، كانت محمل اهتمام عدد من العلماء في كل من بريطانيا وألمانيا والولايات المتحدة منذ انتهاء الحرب العالمية الأولى، وكانت المحاولات الأولى تنصب على إجراء الأبحاث لنقل الصورة المتحركة من خلال تمديدات الأسلاك الناقلة بين محطة الإرسال ومحطات الإستقبال، وكان العنصر الرئيسي لتحريك التفكير في هذا الاتجاه هو نجاح العالم الألماني "بول نيكو" في عام 1884 م في تجزئة الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجياً بشكل لولبي مستمر ميكانيكياً، بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي الى وسط الأسطوانة وعندما تدور فوق الصورة دورة كاملة تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة وعند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة، على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء ومطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها.

¹ - نزهة الخوري: أثر التلفزيون في تربية المراهقين، دار الفكر اللبناني، بيروت، لبنان، ط1، 1997، ص 35.

² - فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1998، ص 143.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

وفي عام 1923 م تمكن العالم الأمريكي الروسي المولد "فلاديمير وزريكن" من تسجيل اختراع لأنبوب كاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونيا ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها، وفي عام 1927 م نجح احد الباحثين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن الى نيويورك عبر خط سلكي (كابل)، في هذه الأثناء تمكن العال الأمريكي "فيلو فارنزورث" من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصور المنقولة لتلفزيونيا، لكن أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا عام 1935 م وكانت احد الانجازات العلمية الكبيرة التي افتخر بها الألمان واستخدموها في استعراض تفوقهم على الآخرين خلال دورة الألعاب الاولمبية العالمية التي اقيمت في برلين في عام 1936 م.

وخلال الفترة من عام 1930 وحتى عام 1939 حققت الشركات الأمريكية عدة نجاحات في مجال تطوير التلفزيون واستخدامه تجاريا في نقل المسرحيات وعرضها على الجمهور في عروض عامة في ساحات نيويورك وشوارعها، خاصة عندما اعلن عن مولد هذا الإختراع خلال المعرض الدولي الذي أقيم في مدينة نيويورك عام 1939 م لكن اندلاع الحرب العالمية الثانية في هذا العام ادى الى شلل تطوير التلفزيون في ألمانيا وبريطانيا وبعد دخول الولايات المتحدة الحرب في عام 1941 م توقفت برامج تطويره في الولايات المتحدة ايضا. اما في الاتحاد السوفييتي فقد بدأ البث التلفزيوني باستراد معدات امريكية الصنع.

فمنذ الأيام الأولى لظهور التلفزيون في الأسواق تميز هذا الجهاز بقدرته على جذب انتباه المارة في شوارع نيويورك وميادينها وكان انبهارهم بقدراته يفوق كل التوقعات، فقد كانوا يرون فيه الجهاز الترفيهي الكامل الذي يجمع بين مزايا الراديو وممتعة الأفلام السينمائية بل كانوا يرون فيه المسرح والسينما المنزلية التي يستطيع كل انسان ان يستمتع بمبهجتها في احدى غرف منزله بلا عناء. ففي الخمسينيات بدأ التلفزيون ينتشر في دول مثل ألمانيا والدانمارك وهولندا، وبلغ عدد أجهزة التلفزيون في اوربا عام 1954 مليون جهاز منتشرة في ثماني دول اوروبية، وقدر عدد المشاهدين الاوروبيين آنذاك بحوالي 65 مليون مشاهد وبلغ عدد المحطات 44 محطة تلفزيونية اوروبية، ولن التلفزيون ما لبث ان أثبت في عقد الستينات انه ليس فقط وسيلة ترفيه لكنه يمكن ان يكون اداة تعليمية او منبرا ثقافيا لو سلاحا إعلاميا

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

دعائيا سياسيا فتاكا ،الى جانب ذلك له سلبيات عديدة على الترابط الأسري والمستوى الثقافي والمعرفي ،بعد ان سرق وبدد الوقت الذي كانت الأسر تقضيه في لقاء بعضها البعض.¹

3-3 وظائف التلفزيون:

أ- الوظيفة الإخبارية:

لا يستغني عنها التلفزيون بأي حال من الأحوال، فهو الذي يمد الأفراد بالمعلومات والمستجدات من خلال نقل الأخبار والأحداث مباشرة من مكان وقوع الحدث سواء كانت أحداث سياسية، عسكرية، او رياضية، او كوارث طبيعية مما تمكن الفرد من التعايش مع الحدث او كأن يصبح جزءا من العرض نفسه أما من الجانب الثقافي فقد تجاوزت فاعلية التلفزيون كل الحدود بمساهمته الفاعلة في نشر الثقافة وتعميم المعرفة وتبادل المعلومات والخبرات بين كل البشر فعن طريقه يتزود الكثير بالزاد الثقافي والمعرفي ويرفع من المستوى التعليمي ويؤثر في الوعي الاجتماعي والسياسي للأفراد يقول ابراهيم الدسوقي: "يجب على التلفزيون أن يكون وسيلة لتحقيق التنمية والقضاء على التخلف والنهوض بالدول".²

ب-وظيفة التثقيف والتربية:

هي ركيزة أساسية للنهوض بالمجتمع في ضوء التغيرات والتطورات الحديثة والصراعات المتواجدة بين المجتمعات او في المجتمع الواحد، وتركيزه على القضايا المتماشية مع اهتمامات الأفراد وخدمة مصالحهم بتزويدهم بمختلف الإرشادات والمعلومات التي تجعلهم يعيشون وضعهم وبيئتهم.

ج- وظيفة التسلية والترفيه:

تعد هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي أوكلت الى التلفزيون من خلال ما يقدمه هذا الأخير من برامج متنوعة من ألعاب ومنوعات وأفلام وموسيقى فلهذه الوظيفة أثر نفسي على المشاهد فهي تجعلهم غارقا في الأوهام خاصة إذا كانت بعيدة عن الواقع، او غير مشابهة للواقع الذي يعيشه الفرد في مجتمعه، لكن الترفيه يمكن استغلاله في بث الفضائل وتقويم الأخلاق، وزرع القيم والمثل العليا بين

¹-غسان عبد الوهاب الحسن: الصحافة التلفزيونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط1، 2013، صص 28-29-30-31-32.

²-الدسوقي عبده إبراهيم: التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية مصر، ط1، 2004، ص 7.

الفصل الثالث.....المبحث الثاني: الاعلام التقليدي

الشباب فالترويح والترفيه جانب من جوانب السلوك الإنساني يتغير باستمرار. فالترويح أحد الأجزاء المكملة للنشاط اليومي حيث لا تتم المتعة في أي وقت مادامت الظروف ملائمة الجو مناسب. لذلك لا يقتصر الترويح على وقت الفراغ فقط، كون يمكن للفرد ان يشاهد برنامجا يتسلى به في الوقت نفسه هو يستفيد معرفيا او ثقافيا كالحصص الترفيهية التي تعتمد على الأسئلة والأجوبة الثقافية التي تنشئ بين التلفزيون والمشاهد ألفة وصدقة دون ان يراعي. فالبرامج الترفيهية عند ناش NASH: "كما هي الوقت الذي يتحرر فيه الفرد من الواجبات والأنشطة الضرورية فهو الوقت الذي يتبقى له بعد ذلك. كما هي التعبير عن رغبات الإنسان واهتماماته في وقت الفراغ.¹

¹ -درويش كمال، الخولي امين: اصول الترويح واوراق الفراغ، مدخل العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، مصر، دط، 1990، ص 105.

3-4 مميزات التلفزيون:

أ- الفورية او الآنية او الحداثة الفورية في نقل الأحداث والأخبار من موقعها:

يتمتع التلفزيون بالقدرة على نقل الأحداث في آن وقوعها مباشرة, لكنه يحتاج الى نصب الكاميرا من موقع مناسب للتصوير وإعداد الأجهزة المناسبة للتصوير والنقل, وبالرغم من ذلك يستطيع هو وحده ان ينقل صورة شبه كاملة عن الحدث.

ب- تخطي حاجز الأمية.

ج- الصورة المتحركة والصوت:

ينفرد التلفزيون بالعمل على أساس الصورة المتحركة, فالخبر المقدم دائما هو الذي ترافقه صورة او فيلم, بل انه في بعض الأحيان يحذف خبرا ما مع أهميته لأنه لا ترافقه مادة مصورة, ولا نبالغ ان قلنا ان عصب العمل التلفزيوني هي المادة المرئية.

د- من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا في الجمهور:

فهو يعتمد على حواس الإنسان ومشاعره, ويلعب دورا رئيسا في صناعة الرأي العام للمجتمعات, وهو علاوة على ذلك المرفه الأول عنهم لذلك يمتلك القدرة السحرية على التأثير فيهم.¹

هـ- من أهم الوسائل التعليمية:

لقد حظي التلفزيون بكونه أحد أهم وسائل التعليم, بل أنه تخطى تلك المرحلة ليكون وسيلة تعليم بما يسمى بالتلفزيونات التعليمية.

و- أقرب للواقعية:

ان التلفزيون أقرب للواقعية عن بقية الوسائل الإعلامية فهو يعطي صورة شبه حقيقية للحدث الواقع او القصة محل العرض.²

¹ - فيصل ابو عيشة, مرجع سبق ذكره, ص 178.

² - نفس المرجع, ص 179.

الفصل الثالث:

المبحث الثالث: الاعلام الجديد

1- ماهية الاعلام الجديد:

1-1 مفهوم الاعلام الجديد.

2-1 نشأة وتطور الاعلام الجديد.

3-1 خصائص الاعلام الجديد.

4-1 أدوات الاعلام الجديد.

1-4-1 الانترنت.

1-1-4-1 ماهية الإنترنت.

2-1-4-1 نشأة وتطور الانترنت.

3-1-4-1 عناصر الانترنت.

4-1-4-1 خدمات الانترنت.

2-4-1 مواقع التواصل الاجتماعي او الشبكات الاجتماعي.

1-2-4-1 مفهومها.

2-2-4-1 نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.

3-2-4-1 الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

4-2-4-1 مميزات شبكات التواصل الاجتماعي.

5-2-4-1 ابرز مواقع التواصل الاجتماعي.

1- الفيس بوك:

1-1 تعريفه.

2-1 فكرة نشأة الفيس بوك.

- 3-1 سمات الفيس بوك.
- 2- التويتر:
 - 1-2 تعريفه.
 - 2-2 فكرة نشأة التويتر.
 - 3- اليوتيوب:
 - 1-3 تعريفه.
 - 2-3 فكرة إنشائه.
 - 3-3 منظومة اليوتيوب.
 - 4- الراديو الرقمي.
 - 5- التلفزيون التفاعلي.

1) - ماهية الاعلام الجديد :

1-1 مفهوم الاعلام الجديد :

هو مصطلح حديث يتضاد مع الاعلام التقليدي القديم ,ولم يتم الاتفاق على تعريف محدد للإعلام الجديد ,وذلك لان صورة الاعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد ,يضاف الى ذلك انه لا يمكن الجزم على بقاء الاعلام الجديد على صورته الحالية ,لان التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات ,قد تأتي بما هو اكثر جدة وحادثة عما هو عليه الاعلام الان ,لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمه في الاعلام عموما .

ويمكن تعريفه بأنه مجموعة من الاساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الاعلامي وتلقيه ,بمختلف اشكاله من خلال الاجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة او الغير متصلة بالانترنت ,في عملة تفاعلية بين المرسل والمستقبل .

كما عرفته ايضا مجلة بيس ي للإعلام : الاعلام الجديد هو اشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الاقراص المدمجة وأقراص DVD وبشكل اكثر اهمية على شبكة الانترنت.

موسوعة "Web Opidia" من ناحية اخرى تعرف الاعلام الجديد بأنه : "مصطلح يضم اشكال التواصل الالكتروني المختلفة والتي اصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر والمجالات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها ,فان وسائل الاعلام الجديد تشتمل على:

المواقع على الشبكة العنكبوتية ,النقل المتدفق للصوت والفيديو ,غرف الدردشة ,البريد الالكتروني ,مجتمعات الانترنت اعلانات الانترنت ,اقراص CD و DVD ,الواقع الافتراضي ,دمج البيانات الرقمية مع الهاتف ,والكاميرات الرقمية والهواتف الجواله.

والإعلام الجديد (New Média) او الاعلام الرقمي فيشير الى مجموعة من الاساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الاعلامي بمختلف اشكاله من خلال الاجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة او الغير متصلة بالانترنت .

وظهرت وسائل الاعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الاخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الاعلام التقليدية مثل :الافلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ,وتطبيقات الثورة التكنولوجية العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام ,حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي احدثت (New Média) تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الاعلام ,والمقصود بوسائل الاعلام الجديدة ذلك لتفريقها عن (Internèt) والتفاعلية (Intractive) والشبكية (Digital) ببساطة هي وسائل الاعلام الرقمية ووسائل الاعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)¹.

ويرى "ليستر" ان الاعلام الجديد اذا واكب التفاعل مع وسائل الاعلام التقليدية ,فان ذلك سيمنحه "منطقا اقوى لانشغال المستخدم في نصوص الاعلام وعلاقة اكثر استقلالا مع مصادر المعرفة ,واستخدام وسائل الاعلام بشكل فردي ,وخيار اكبر للمستخدم ,وعندما تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الاخبارية على الانترنت مباشرة ,ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلا لمعرفة تأثير الانترنت على البيئة الاساسية للمجتمع."²

كما يعرف الاعلام الجديد (Multimédia) بأنه :اعلام متعدد الوسائط ,حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو ,مما يجعل المعلومة اكثر قوة وتأثيرا ,وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم اعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل الكتروني ,كما يتميز ايضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها ,وهذه الخصائص غيرت من انماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.³

ومع ان الاعلام الجديد يتشابه مع الاعلام القديم في بعض جوانبه ,الا انه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن ايجازها بما يأتي : التحول من النظام التماثلي الى النظام الرقمي ,التفاعلية ,تفتيت الاتصال ,اللاتزامنية ,قابلية التحرك او الحركية ,قابلية التحويل ,وقابلية التوصيل والشبكية او الانتشار والكونية.⁴

¹– Terry Flew :**New Média** ,an introduction ,Oxford University Press ,2008 ,pp , 9,28.

²– ماهر عودة الشمالية :مرجع سابق الذكر,ص 20.

³– محمد تيمور عبد الحسيب ,ومحمود علاء الدين :**الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال** ,دار الشروق ,القاهرة ,مصر ,دط ,صص 195-207.

⁴– محمود علاء الدين :**تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي** ,مجلة عالم الفكر ,عدد خاص من الاعلام المعاصر ,الكويت ,دط ,1994 ,صص 118-151.

والإعلام الجديد هو ناتج العملية الاتصالية المتشكلة من اندماج عدة عناصر : الحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة وتكنولوجيا الهاتف النقال , وكذلك تقنية الاقمار الصناعية .

وهو اعلام استند الى بنية تحتية معرفية وصناعية ومهارية تفوقت على ما كان سائدا منها قبل ظهور هذه التكنولوجيات , وتأسست على تفاعل هذه التكنولوجيات فيما بينها من جهة , وتفاعل الجمهور معها من جهة اخرى على نحو صار معه الجمهور عنصرا متلقيا.¹

1-2 نشأة وتطور الاعلام الجديد:

نشا الاعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الانترنت التي نشأت فكرتها في الستينات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الامريكي وقوع هجوم او كارثة نووية تؤدي الى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية .

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولا الى ما يعرف اليوم بشبكة الانترنت Internet وهي مشتقة من : International Network وهي الشبكة العالمية , وتقوم على وصل الملايين من اجهزة الحاسوب بعضها ببعض في عشرات الدول في العالم , وتملك هذه الاجهزة المؤسسات ودوائر حكومية وشركات وجامعات وأفراد ممن يمتلكون اجهزة شخصية موصولة بشبكة الانترنت .

وتعتبر شبكة الانترنت اليوم اكبر جزء من تقنية المعلومات Information Technology في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الافراد في جميع انحاء العالم يتم عن طريقها اجراء المعاملات المختلفة تجارية كالأبحاث عن الاسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.²

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت في مختلف نواحي الحياة , اثارا كبيرة على جميع مجالات الحياة , خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في

¹ - حارث عبود ومزهر العاني: الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان, الاردن, ط1, 2015, صص 68-69.

² - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي), دار اسامة للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2014, ص 48.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

مجال الاعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى بالإعلام الالكتروني بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة.

وقد اصبح الاعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي ,فهو ثورة في عالم الاعلام والاتصال حيث انه شمل وسائل الاعلام التقليدية وطور من آدائها ,فالقنوات التلفزيونية امكنا بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل ,وكذلك المحطات الاذاعية اصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي¹.

وهذا التطور فرض على كافة وسائل الاعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة ,فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت ,وتزايدت هذه الصحف الالكترونية ,اضافة الى صدور كثير من المجلات التي استفادة من هذه التقنية وكذلك انتشار المواقع الالكترونية المختلفة.²

3-1 خصائص الاعلام الجديد :

1- التفاعلية Interactivity:

وهي خاصية اتاحت لمتلقي المادة الاعلامية خبرا او اعلانا او معلومات ,ان يشارك في مناقشة هذه المادة ويدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا او مضيفا او موضحا ...

وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع ان يتحاور مباشرة مع صانع المادة الاعلامية عن طريق الدردشة او المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء.³

حيث يتبادل المرسل والمتلقي الادوار ,ويطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلا من المصادر ,وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي⁴ ,ثنائية الاتجاه وتبادلية.⁵

¹ - نفس المرجع ,ص 49.

² - علي خليل شقرة ,مرجع سابق,ص 49.

³ - علي خليل شقرة ,مرجع سابق الذكر ,ص 55.

⁴ - مصطفى يوسف كافي :الإعلام التفاعلي, دار الحامد للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,ط1, 2016, ص 21.

⁵ - حسن عماد مكاوي ,ليلي حسين السيد :الاتصال ونظرياته المعاصرة ,الدار المصرية اللبنانية للنشر ,القاهرة مصر

ط3, 2002, ص 106.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

والتفاعلية هي من اهم خصائص الاعلام الجديد فبعد ان كان دور المتلقي للرسالة الاعلامية يقتصر على تلقي هذه الرسالة دون قدرة على التفاعل معها ,اصبح بإمكانه ان يصبح مشاركا في هذا الاعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.¹

1- التنقيب Demystification :

(النظر الى الجمهور ليس بوصفه كتلة) وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الافراد او الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.

2- اللاتزامنية Asynchronization :

وتعني امكانية ارسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال ,ففي حالة البريد الالكتروني يمكن توجيه الرسائل في اي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين .

3- الحركة والمرونة Mobility :

حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة الى اي مكان مثل :الحاسبات الشخصية وآلات التصوير المحمولة والهاتف النقال .²

حيث يمكن لمستخدم وسائل الاعلام الجديدة الوصول الى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة. وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها والاختيار المناسب لها.³

4- قابلية التحويل Convertibility :

حيث اتاح الاتصال الرقمي امكانية تحويل الاشارات المسموعة الى رسائل مطبوعة او مصورة والعكس.

¹ - علي خليل شقرة ,مرجع سابق ,ص 55.

² - مصطفى يوسف كافي ,مرجع سابق الذكر ,صص 21-22.

³ - علي خليل شقرة ,مرجع سابق الذكر ,ص 57.

5- قابلية التوصيل Connectivity :

وتعني امكانية دمج الاجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.

6- الانتشار (الحضور الكلي) Ubiquity :

ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات الى وسائل ضرورية ووظيفية ,ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار الهاتف المحمول وعلى نطاق واسع .

7- الكونية Globalisation :

حيث اصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

8- السرعة في انجاز الاتصال :

يتم الانتقال من مرحلة المتعددة الى اسلوب المرحلة الواحدة.¹

9- التنظيم :

حيث اصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية وأكثر سهولة في تنظيمها .

10- التكتيف :

حيث اصبح بمقدور القائمين بالاتصال امداد المتلقين بجرعات متعددة الالوجه ومفتوحة الاحتمالات .

11- الشمول والاشترك :

استطاع الاعلام والاتصال ان يقدم اشياء كثيرة من وجهات نظر متباينة يشترك فيها من يربع بذلك.

12- الفردية في مقابل الجماعية :

حيث اخذنا نتعاطى مع وسائل الاعلام والاتصال بصورة فردية (الحاسوب ,الهاتف ,المذياع...) مع انها كانت في الاساس وسائل استخدام اجتماعية .

¹- مصطفى يوسف كافي ,مرجع سابق الذكر ,ص 22.

13- عمومية المعرفة :

اختزل الاعلام والاتصال الانعزال العقلي المعرفي للناس الى الحد الادنى ,وأدت الوسائل الحديثة للاتصال الى الاسراع بنشر المعلومات الى الحد الذي استطيع معه في المستقبل البعيد ان تتوقع انه لن يوجد فرد او جماعة سوف يكون في مقدورها الهرب من تلك التأثيرات.¹

14- هيمنة طابع الاشارة :

لجذب اكبر قاعدة عريضة من الجماهير ,فالإشارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الاعلامي.²

15- سيادة المادة الاعلامية :

الاعلان هو البوابة الذهبية لمراكمة المزيد من راس المال ومضاعفة الارياح وتمجيد القدرة الشرائية للمستهلك.

16- صناعة الرأي العام :

تجري صناعة الرأي العام وفق مقاسات الهدف الاساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المهنية كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة متماسكة.³

17- انتصار الصورة :

تحول الوسائل العارضة للصور من وضع المنافس للوسائل المطبوعة الى وضع المنتصر ,فأصبحت تحجز الجزء الاكبر من اوقات الناس منشدين باستلاب المشاهدة ,هذا الوضع اعد صياغة اقتصاديات الزمن اليومي الذي يمنح مؤشرا على سيادة الصورة على ماهو مكتوب ,فهي تشبع الخيال بأقل جهد فكري ممكن بذله على حساب الفهم والتحليل والفقء.

¹- مصطفى يوسف كافي ,مرجع سابق الذكر ,ص 23.

²- محمد شكري سلام :ثورة الاتصال والإعلام من الإيديولوجيا الى الميديولوجيا نحو رؤية نقدية ,مجلة عالم الفكر ,العدد 1 ,المجلد 32 يوليو/سبتمبر 2003 ,ص 89-90.

³- مصطفى يوسف كافي:مرجع سابق الذكر ,ص 23.

18- الاستهلاك:

تتامي القيمة النقدية للمنتجات والسلع المتداولة وتبضيع كل منتج انطلاقاً من قاعدة ضرورة تراكم رأس المال، اديا الى تحول ضروري في الرأسمالية فكرياً وممارسة من طور التبادل التجاري الى طور ترسيخ السلوك الاستهلاكي.¹

1-1 ادوات الاعلام الجديد:

1-4-1 الانترنت:

1-1-4-1 ماهية الانترنت:

اسم انترنت في الانجليزية "Internèt"، يتكون من البادئة Inter التي تعني "بين" وكلمة Net التي تعني "شبكة"، اي "الشبكة البينية" والاسم دلالة على بنية انترنت باعتبارها "شبكة بين الشبكات" او "شبكة من الشبكات" بالانجليزية « A Network of Networks » او "Networks Interconnected"، ومع هذا فقد شاع خطأ في وسائل الاعلام العربية تسمية "الشبكة الدولية للمعلومات" التي يطلق عليها في اللغة الانجليزية « International Network »، ظناً ان المقطع Inter في الاسم هو اختصار كلمة International، والتي تعني "دولي".

كما يطلق على الانترنت عدة تسميات منها: The Net، او الشبكة العالمية World Net، او الشبكة العنكبوتية The Web، او الطريق الالكتروني السريع للمعلومات Electronic Superhigt Way.²

تعد الانترنت احدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة، ان تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الاعلامية في العالم، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم.

¹ - نفس المرجع، ص 24.

² - فيصل ابو عيشة، مرجع سابق الذكر، صص 38-39.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الانترنت باعتبارها الاداة الحدث والأكثر تناميا في مجال الاتصال ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرد ,فقد اهتم الباحثين والمختصين في مجال الاتصال الجماهيري الاهتمام بدراسة الانترنت ,يرى البعض : "حقق الانترنت ثورة معلوماتية واتصالية وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من اشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)¹. كما يرى الشهري ان الانترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال.²

وجاء في تعريف آخر للانترنت ,انها ترتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات ,ويذكر الدناني : "ان تشعب الانترنت واتساع دائرة استخدامها اسهم في تعدد تعريفاتها"³ .

ويقول "تيم بيرنيرز" وهو مؤسس الانترنت في مقال نشره عام 1993 م : "إن وضع تعريف للانترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل ,فباكتشاف الانترنت تجد اسلاكها وكمبيوترات ,اما باستعراض الشبكة نفسها فسنجد شتى المعلومات "⁴ .

1-4-1-2 نشأة وتطور الانترنت :

ظهرت بشكل جماهيري في العقد الاخير من القرن العشرين ,ونظرا لحدائتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة والمتلاحقة.⁵ حيث اتت الفكرة وكانت غاية في الجرأة والبساطة ,وهو ان يتم تكوين شبكة اتصالات ليس لها مركز تحكم رئيسي ,فإذا ما دمرت احدها او حتى دمرت مائة من اطرافها فان على هذا النظام ان يستمر في العمل وفي الاساس فان هذه الشبكة المراد تصميمها كانت للاستعمالات الحربية فقط ,في ذلك الوقت لم يكن اي نوع من الشبكات قد بينت على الاطلاق ولهذا فان الباحثين تركوا

¹ - صابر فلحوط ومحمد البخاري : العولمة والتبادل الاعلامي الدولي ,دار علاء الدين للنشر والتوزيع ,دمشق ,سوريا ,دط , 1999 , ص 8.

² - فايز عبد الله الشهري : التحديات الامنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة ,دار الحكمة للنشر والتوزيع ,بدي ,السعودية ,دط , 2003 , ص 21.

³ - عبد الملك ريدمان الدناني : الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ,دار الفجر للنشر ,القاهرة ,مصر ,ط 1 , 2003 , ص 111.

⁴ - سعود صالح كاتب : الاعلام القديم والإعلام الجديد ,مكتبة الشروق للنشر ,جدة ,السعودية ,دط , 2003 , ص 53.

⁵ - ماهر عودة الشمالية ومحمود عزت اللحام,مرجع سابق الذكر , ص 38.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

لخيالهم وأسسوا شبكة اطلق عليها اسم شبكة وكالة مشروع الابحاث المتقدمة « Network Advenced Research Projects Agency »، وذلك كمشروع خاص لوزارة الدفاع الامريكية، وكانت هذه الشبكة بدائية وتتكون من اربعة كمبيوترات مرتبطة ببعضها بواسطة توصيلات الهاتف في مراكز ابحاث تابعة لجامعات امريكية، وكان اول استعمال لها عام 1972 م، فقد جعلت الوزارة هذه الشبكة ميسرة للجامعات ومراكز الابحاث والمنظمات العلمية الاخرى لإجراء الابحاث من اجل استغلال امثل¹.

ثم ما بين سنة 1982 و 1985 كانت ولادة الانترنت فقد انقسمت Arpanet الى قسمين Arpanet و Milnet واستخدمت الاولى في جهود الابحاث المدنية والثانية فاحتفظ بها للاستخدامات العسكرية.

وفي عام 1983 م، تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة الامريكية مثل: النرويج، بريطانيا وغيرها .. للاستفادة من خدمات الشبكة ثم اصبحت الشبكة الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين الى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية².

بدأت تقديم خدمة الانترنت للناس عمليا في سنة 1985 وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير وأصبحت الانترنت الآن وكما هو جلي اكبر شبكة في تاريخ البشرية. فلم يجري استخدام الانترنت بشكل واسع حتى اوائل التسعينات من القرن العشرين وبالرغم من توفر التطبيقات الاساسية والمبادئ التوجيهية التي تجعل من استخدام الانترنت ممكنا وموجودا منذ ما يقارب من عقد، وفي عام 1991 في المختبر الاوروبي للفيزياء والجزيئات، والذي يقع على الحدود بين فرنسا وسويسرا، نشر مشروع الشبكة العالمية الويب والتي تم اختراعها من قبل العالم الانجليزي "تيم بيرنرز" في عام 1989 م.

وهناك طور المتصفح للويب Vidawww، استنادا الى hypercard، ولحقه متصفح "ويب موزايك" « Mosaic »³.

وفي غضون ذلك، وعلى مدار العقد ازاء استخدام شبكة الانترنت بشكل مضطرب، وخلال التسعينات كانت التقديرات تشير الى ان الانترنت قد زادت بنسبة 100% سنويا ومع فترة وجيزة من النمو الانفجاري

¹- فيصل ابو عيشة، مرجع سابق، صص 45-46.

²- فيصل ابو عيشة، مرجع سابق الذكر، ص 46.

³- نفس المرجع، صص 48-49.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

في عامي 1996 و 1997 وهذا النمو هو في كثير من الاحيان يرجع الى عدم وجود الادارة المركزية, مما يتيح النمو العضوي للشبكة, وكذلك بسبب الملكية المفتوحة لبروتوكولات الانترنت, التي تشجع الاشخاص والشركات على تطوير انظمة وبيعها وهي ايضا تمنع شركة واحدة من ممارسة الكثير من السيطرة على الشبكة .

فكل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات فمهد السبل امام اعداد كبيرة من الناس ليتحولوا الى البيئة الالكترونية (الانترنت) , للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في اوعية اخرى تقليدية ورقمية كانت ام تقليدية وهو ما جعل الانترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة اشكالها في القرن الحادي والعشرين تتنافس وسائل الاعلام التقليدية في اهدافها سواء تعلق الامر بالكم الهائل من المعلومات ام التثقيف او التسلية والإمتاع مكنها ذلك ايضا قدرتها على الجمع بين امكانات الصحيفة والراديو والتلفزيون والهاتف في وقت واحد.¹

1-4-3 عناصر شبكة الانترنت:

أ- مستخدمو الشبكة :

باختلاف مشاربهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة.

ب- الخدمات المقدمة من الشبكة :

وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الانسانية, مثل البريد الالكتروني, المجموعات الاخبارية, المنتديات, الدردشة.

ج- التقنيات المستخدمة في الشبكة :

وهي تنقسم الى قسمين هما :

❖ **القسم الاول**: الاجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه

الاجهزة الحاسوبية مثل: الفاكس, المودم, والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت, والشاشة وغيرها.

¹- فيصل ابو عيشة, مرجع سابق الذكر, صص 48-49.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

❖ **القسم الثاني:** فيتكون من البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة Multimedia مثل Real Player وبرامج التصفح مثل Internet Explorer وغيرها.¹

1-4-4 خدمات الانترنت:

تستخدم الشبكة في مجالات عديدة, لما تقدمه من خدمات معلوماتية وخدمة البريد الالكتروني, كلما انها توفر النفقات المالية بالمقارنة مع انظمة البريد العادية, فهي تستخدم في المجالات التالية:²

1- خدمة البريد الالكتروني Electronic Mail :

وهو ابرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت, ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي: " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال اجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعية الفردي الجماعي سواء للمعلومات النصية Text والصوتية Voice او الصور المرئية Photos ". وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الانترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر او مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الالكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به, ويعطي المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الالكترونية والتواصل مع الآخرين.³

ويعد البريد الالكتروني الخدمة الاكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الاخرى التي تقدمها شبكة الانترنت, ووفقا لدراسة توصلت اليها مجلة (انترنت العالم العربي), فان وظيفة البريد الالكتروني تعد اهم اهداف مستخدمي الانترنت.⁴

¹ - اسماعيل محمود حسن: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**, مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع, القاهرة, مصر, ط1, 1998, ص 62.

² - فيصل ابو عيشة, مرجع سابق الذكر, ص 58.

³ - ابو العطا مجدي محمد: **المرجع الاساسي لمستخدمي الانترنت**, المكتبة العربية لعلوم الحاسب, القاهرة, مصر, ط1, 2000, ص 11.

⁴ - العربي عثمان محمد: **الانترنت الانتشار والاستخدام**, دار المجد للنشر والتوزيع, تونس, دط, ص 82.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

ومن اشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الالكتروني على مواقعها الخاصة مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد Hotmail وشركة Yahoo و Gmail التابع لشركة Google .

2- خدمة مجموعات الاخبار News Groups :

وهي عبارة عن مجموعة من الاشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها ,ويمكن وصف مجموعة الاخبار "بالمائدة المستديرة " التي تضم عددا من الافراد بحيث يمكن لأي شخص ان يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر. ¹ ويمكن من خلال المجموعة الاخبارية تبادل النصوص في شكلها الاولي ,والصورة الثابتة والمتحركة ,ويمكن للمشارك الدخول الى مجموعات الاخبار عن طريق البريد الالكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات وأخبار وبيانات ونحوها في اطار اهتماماته عبر البريد الالكتروني.

وتتميز بعض المجموعات بأنها :تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر ,وبعض المجموعات الاخبارية تكون على شكل نشرة وتوزع على المشاركين عبر البريد الالكتروني ,ولعل التفاعلية من اهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الاخبارية التي جعلت التواصل الالكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير. ²

3- خدمة تبادل الرسائل العاجلة (الفورية) Instant Messaging :

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الانترنت بين شخص وآخر ,وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الانترنت ,ويمكن تقسيم هذه البرامج الى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام ,فالخدمات التي تقدمها البرامج الخاصة في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بأشكال متعددة ,مثل الصوت والصورة الى جانب النصوص .اما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة ,فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على اشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط او النصوص فقط او بهما معا دون استخدام الصورة.

¹ فيصل ابو عيشة ,مرجع سابق ,ص 72.

² نجوى عبد السلام فهمي: التفاعلية في المواقع الاخبارية العربية على شبكة الانترنت ,المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ,المجلد الثاني ,العدد الرابع ,اكتوبر -ديسمبر , 2001, ص 221.

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري ,برنامج بال توك MSN ,Messenger Pal Talk ,وهي تتميز جميعا بسهولة الاستخدام.¹

4- خدمة محركات البحث Search Engines :

هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الانترنت المختلفة ,وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها ,ومن هذه البرامج برنامج العنكبوت Spider Program ,الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الاولى من الموقع المستهدف بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في اي موقع للوصول الى صفحات اخرى ,ومن البرامج الاخرى المستخدمة في محركات البحث برنامج المفهرس Index Program الذي يعد قاعدة بيانات Data base ضخمة نصف صفحات الويب.²

5- خدمة الهاتف الشبكي او الخدمة الهاتفية عبر الانترنت:

تقنية معدة للاتصال السريع باستخدام الانترنت ,وغالبا ما تستخدم بنفس الطريقة التي يستخدم بها الهاتف العادي ,وفي استثمارها من خلال حاسب واتصال بالشبكة ومودم (ان لم تكن الشبكة رقمية)وبرنامج خاص ,وهذه الخدمة اكثر فاعلية في الحالات التالية :

أ- عند الحاجة الى رد مباشر .

ب- عند وجود معدات ملائمة (سماعات ,بطاقات صوت ,لاقط صوتي).

ت- عندما تكون المعلومات التي نريد ايصالها ذات طبيعة صوتية ,او على الاقل تفقد بعض قيمتها في حالة ارسالها نصا ,كتطبيق التعليم في اللسانيات والشعر ,وفي الاعلام الرسائل الصوتية.³

6- خدمة الارشيف :

ويطلق عليها ايضا خدمة الاوكي ,وهي عبارة عن تنظيم يوصلنا الى الملفات التي نريدها بسهولة ويسر ,ويأتي اهميتها من وجود عدد غير محدود من المواضيع والملفات تحتاج الى ارشيفه لتسهيل

¹- ماهر عودة الشمالية ,مرجع سابق ,ص 52.

²-محمد جلال سيد غندور :استخدام التدريس للانترنت ,دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات , دار نشر ,القاهرة ,مصر ,بط ,1999 ,ص 121.

³- ماهر عودة الشمالية ,مرجع سابق ,ص 60.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

الوصول اليها وتعمل هذه الخدمة بدخول برنامج خدمة اوكي الى مجال الارشيف الذي يحدد موقع الملف المطلوبة بالضبط ,وفي حال تعيينه يمكن بعدها استخدام خدمة FTP والتعامل مع الملفات بالطريقة التي يحددها المستخدم .¹

7- خدمة النشر الالكتروني :

تمثل مستودعا للملفات والرسائل وغالبا ما ترتبط بموضوع محدد ,ويمكن استخدام هذه الخدمة عن طريق الاتصال بلوحة النشر الالكتروني الخاصة بالموضوع الذي نبحث عنه وتم تحديده ضمن القوائم التي تظهر على الشاشة تباعا.

التعليم والتسلية :من خلالها يتم القاء المحاضرات والدروس عبر الشبكة ,فيناقش الباحثون مع اساتذتهم الموضوعات التي هي محل اهتماماتهم ,² حيث يمكن من خلالها نقل وتبادل المعلومات بينهم ونشر الابحاث العلمية .كما يستطيع الباحث الحصول على المعلومات المطلوبة من المكتبات العامة او من مراكز المعلومات بسرعة كبيرة جدا بالمقارنة مع الطرق التقليدية ,كما يمكن الاستفادة من الشبكة في عملية التعليم عن بعد .³

وتتيح الانترنت مجالا واسعا للتسلية والترفيه فيستطيع المستخدم مشاهدة فيلم او لعب الشطرنج مع الآخرين او مع احد برامج الترفيه ,وتمتاز الالعاب الالكترونية بالتنوع الكبير ,ويمكن الاستفادة من خدمة ANOMY MOVES FTP التي تحمل على الحاسب الشخصي لتحميل ملف اية لعبة نريد لعبها.⁴

8- خدمة التسويق :

اصبحت الانترنت سوقا واسعة للشركات ,فبعض الشركات الكبيرة ضخمت من اعمالها بان اخذت مميزات قلة تكلفة الاعلان والتجارة عبر الانترنت ,او ما يعرف بالتجارة الالكترونية ,وهي تعتبر اسرع طريقة لنشر المعلومات الى عدد كبير من الافراد ,ونتيجة لذلك قامت الانترنت بعمل ثورة في عالم التسوق ,كمثال شخص ما يمكنه ان يطلب شراء اسطوانة مدمجة عبر البريد العادي خلال يومين ,او

¹- ماهر عودة الشمالية ,مرجع سابق الذكر ,ص 63.

²- المرجع نفسه ,ص 64.

³- فيصل ابو عيشة ,مرجع سابق الذكر ,ص 59.

⁴- ماهر عودة الشمالية ,مرجع سابق الذكر ,ص 64.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الانترنت اذا تيسر ذلك ,ايضا قامت بتسهيل عملية التسوق الشخصي ,والذي يتيح لشركة ما ان تسوق منتج لشخص معين او مجموعة معينة من الاشخاص بطريقة افضل من اي وسط اعلاني.

كأمثلة على التسوق الشخصي ,مجتمعات الانترنت والتي يدخلها الآلاف من مستخدمي شبكة الانترنت ليعلنوا عن انفسهم ويعقدوا صداقات عبر الانترنت ,وبما ان مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح اعمارهم 13 و25 عام فإنهم حين يعلنوا عن انفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هوياتهم واهتماماتهم ,ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الانترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم.¹

1-4-2 مواقع التواصل الاجتماعي او الشبكات الاجتماعية Social Network Sites:

1-4-2-1 مفهومها :

هي مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين اعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل :التعارف والصداقة ,المراسلة والمحادثة الفورية ,انشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات ,المشاركة في الاحداث والمناسبات ,مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو ,البرمجيات .²

ويعرف " ريتشر Ritcher " و "كوشي Cochi " شبكات التواصل الاجتماعي بأنها :"التطبيقات ومنابر وسائل الاعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف الى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات . وكذلك تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها : "مشاركة اتصالية عبر الانترنت ,حيث يتم تداوله عن

¹ - فيصل ابو عيشة ,مرجع سابق الذكر ,ص 63.

² - شريف درويش اللبان :مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت ,دار العالم العربي للنشر ,القاهرة ,مصر ,ط1 ,2011 ,ص 86.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

طريق الصور ,والفيديوهات ,والأخبار ,والمقالات ,والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.¹

وقد وضع عدد من الباحثين تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي سنذكر بعضها فيما يلي ,الا انه يجب التوقف امام ملاحظة مهمة للغاية ,حيث انه بالتعمق في الانتاج الفكري الاجنبي وجدنا ان المصطلح المستخدم للتعبير عن الشبكات الاجتماعية باللغة الانجليزية هو : Social Network On- line², والسبب في اضافة المصطلح On-line هو التفرقة بين الشبكات الاجتماعية كأحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع والشبكات الاجتماعية في بيئة الانترنت .

شبكات التواصل الاجتماعي هي مجتمعات على الخط المباشر تقوم بدعم الاتصال بين الافراد عن طريق شبكات من الاصدقاء الموثوق فيهم ,وتقدم مكان لتجمع الافراد على الخط المباشر ,واقامة علاقات جديدة او للتعرف على افراد آخرين في نفس مجال عملهم.³

وشبكات التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع التي تمكن الافراد من انشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين ,وعلى الرغم من انها شبكات اجتماعية إلا ان الافراد يمكن ان يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية او مهنية سواء كانوا على معرفة بهم ام لا.⁴

وجاء في تعريف آخر ان شبكات التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات او جمعه مع اصدقاء الجامعة او الثانوية.⁵

¹ - محمد فرج عبد السميع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق ,دراسة منشورة ,وزارة السياحة ,القاهرة ,مصر ,2012, ص 20.

² - ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة, دار البداية ناشرون وموزعون ,عمان ,الاردن ,ط1 ,2014, صص 376-377.

³ - بشار عباس: العرب والانترنت والجوانب الاجتماعية, دار نشر ,عكاظ ,السعودية ,دط ,2009, صص 36-40.

⁴ - ياس خضير البياتي ,مرجع سابق الذكر ,ص 377.

⁵ - زاهر راضي :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي, مجلة التربية ,العدد 15 ,جامعة عمان الاهلية ,الاردن ,2003, ص 23.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

وهي مواقع على الانترنت يلتقي عبرها اشخاص او جماعات او منظمات تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معينة او اكثر سواء تعلق الامر بالقيم او الرؤى او الافكار او التبادلات المالية او الصداقات او العلاقات الحميمة او الهواية او البغض او العداوة او التجارة او غيرها ,فهي اذن مواقع الكترونية توفر لمستخدميها فرصة التلاقي وتبادل المعلومات والآراء والهموم فنجد بها الملفات الشخصية والبيومات الصور وغرف الدردشة.¹

في حين يرى البعض ان افضل تعريف للشبكات الاجتماعي انها : "هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ,ظهرت مع الجيل الثاني للويب او ما يعرف باسم Web2.0 تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد ,جامعة ,مدرسة ,شركة...الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.²

1-4-2-2 نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في اواخر التسعينات مثل: Classmates.com عام 1995 م ,للربط بين زملاء الدراسة وموقع Six Degrees.com عام 1997 م ,وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء ,وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا ان تلك المواقع لم تستطع ان تدر ربحا لمالكها وتم اغلقها وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع ان تحقق النجاح الكبير بين اعوام 1999 و 2001 وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الاخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم ,كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحا دفع " جوجل " الى محاولة شرائها سنة 2003 وفي نفس العام ظهر واحدا من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو My Space.com الامريكي كما ظهرت في فرنسا شبكة Sky rock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 ومع بداية عام

¹ - سعود صالح كاتب :الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ,المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ,جامعة الملك عبد العزيز ,السعودية ,2011, ص 15.

² - ماهر عودة الشمالية ,مرجع سابق الذكر ,ص 199.

2005 كان موقع "ماي سبييس " يبلغ في عدد مشاهدات صفحات أكثر من جوجل ,ولا زال الموقع رغم المنافسة الشديدة مع " الفيس بوك " يحتل مكانة كبيرة وفي عام 2007 قام موقع "فيس بوك " بإتاحة تكوين التطبيقات للمتطوعين وهذا ما أدى الى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد ان عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

1-4-2-3 الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية :

• الملفات الشخصية Profile Page :

من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل :نوع الجنس ,تاريخ الميلاد ,البلد ,الاهتمامات ,والصورة الشخصية .. بالإضافة الى غيرها من المعلومات ,ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص ,فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ,من هم اصدقائه وماهي الصور الجديدة التي رفعها الى غير ذلك من النشاطات.

• الاصدقاء /العلاقات Friends/Connections :

وهو بمثابة الاشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين ,الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص الضاف لقائمة اصدقائك ,بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال او علاقة على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

• ارسال الرسائل Message :

وتتيح هذه الخاصية امكانية ارسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الاصدقاء لديك او لم يكن .

¹ - محمد سيد ريان :الإعلام الجديد, دار الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع ,القاهرة ,مصر , ط1, 2012, صص 7-8.

• اليوم الصور Photos Album :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها انشاء عدد لانتهائي من الالبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الاصدقاء للإطلاع والتعليق حولها.¹

• المجموعات Groups :

تتيح كثير من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام ,حيث يمكنك إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين اليها مساحة اشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر واليوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب Events او الاحداث ودعوة اعضاء تلك المجموعات له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

• الصفحات Pages :

ابتدعت هذه الفكرة من فيس بوك ,واستخدمتها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل حاليا على انشاء حملات اعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية او الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها الفئة يحددونها من المستخدمين ,وتقوم فكرة الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها الى ملفهم الشخصي.²

1-4-2-4 مميزات شبكات التواصل الاجتماعي :

تتميز بعدة مميزات جعلت منها مقصدا لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم تبعا ,ومن بين هذه المميزات هي كالاتي :

1-سهولة الاستخدام :

طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج الى القليل من المعرفة في اسس تكنولوجية من اجل نشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت .

¹ - مصطفى يوسف كافي ,مرجع سابق الذكر ,ص ,ص 113, 114.

² - مصطفى يوسف كافي ,مرجع سابق الذكر ,ص 114-115.

2- التواصل والتعبير عن الذات :

اتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت محل اهتمام العديد من مستخدمي الانترنت.

3- تشكيل مجتمع بطرق جديدة :

على الرغم من ان المفاهيم المجتمعة وجدت منذ بداية التطبيقية الالكترونية إلا ان مواقع التواصل الاجتماعي وفرت سبلا جديدة للاتصالات، فقد ينظم المستخدمين للتواصل من خلال تبادل في الآراء والأفكار.

4- تخريج البيانات :

تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات خاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء، وتوفر بعض الشبكات تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين.¹

5- نشاطات من القاعدة الى القمة:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصات مثالية يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بنفس القيم والاهتمامات ان يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف اقل، فمثلا يستطيع الأطباء ان يتشاركوا ويتأكدوا من الحالات الطبية النادرة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الصحيحة مثل "Within" كما يمكن تنظيم احتجاجات من خلال استخدام مواقع مثل Care.

6- اعادة تنظيم جغرافيا الانترنت :

أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي نقاط دخول جديدة على الانترنت "الشخصية العالمية للناس" وحتى وقت قريب كان الناس يتحدثون مع بعضهم من خلال الانترنت باستعارة المكان (المدن

¹ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور الشبكات الاجتماعية في التغيير السياسي في تونس ومصر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2011/2012، ص 36.

العناوين ,الصفحات الرئيسية)وحولت هذه المواقع الاستعارات القائمة على المكان الى شخصية منها (المدونات ,الملف الشخصي ,صوري...).

7- العاطفة من خلال المحتوى :

المشاركة العاطفية احدى الدوافع الرئيسية لاستخدام التدوين المصغر ,وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع يعرف بالمشاركة او التبادل العاطفي .ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي Social Awareness Streams التي تسمح خصائصها للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية والناس مجبرون على مشاركة العواطف في فترة زمنية قصيرة وبشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي.¹

1-4-2-5 ابرز مواقع التواصل الاجتماعي :

1- الفيس بوك Facebook.com :

1-1 تعريفه :

يشير الى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة او مجموعة ,ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الاجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها.

وهو ايضا عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه مجاناً وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ,فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم ,وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ,كذلك يمكن للمستخدمين إضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم وإرسال الرسائل اليهم ,وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ,ويشير اسم الموقع الى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الامريكية الى اعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد ,والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف اليهم.²

¹ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود ,مرجع سابق الذكر ,صص 37-38.

² - ياس خضير البياتي ,مرجع سبق ذكره ,ص 390.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

يعد أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبيئات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي "التطبيقات" التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف الانحاء ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي.¹

وهو الموقع الذي استأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس خصوصاً الشباب، وفي جميع انحاء العالم، فهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والملفات والمحادثات (الدرشة) مع اصدقائه وله العديد من الاستخدامات والمميزات التي جعلته يحتل المراتب الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا من خلال سهولة الاستخدام وتنوع اغراض استخدامه.²

موقع الفيس بوك هو أشهر موقع الكتروني على شبكة الانترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، حيث ينشئ المستخدمون ملفاً (Profile) يتضمن صوراً واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة ويقومون بتكوين مجموعات من الاصدقاء لتبادل الآراء والأفكار.³

1-2 فكرة نشأة الفيس بوك :

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك الى صاحبه "مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg" حيث اخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) وبمكثهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه الى ان يكون موقع تجاري يجتذب الاعلانات او موقع ينشر أخبار الجامعة ولكن هدفه الأساسي الى موقع يجمع شمل اصدقائه ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض.

¹ - ماهر عودة الشمالية، رجع سبق ذكره، ص 203.

² - محمد المنصور :تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال، الاكاديمية العربية في الدانمرك، منشورة، كلية الآداب والتربية، 2012، ص 83.

³ - طاهر ابو زيد : دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الازهر، غزة، فلسطين، منشورة، سبتمبر 2012، ص 36.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

اطلق "مارك" موقعه فيس بوك عام 2004، وكان له ما اراد فسرعانما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الامر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول الى الموقع لتشمل طلبة جامعات اخرى او طلبة مدارس ثانوية يسعون الى التعرف على الحياة الجامعية.¹ واستمر موقع فيس بوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر "مارك" ان يخطو خطوة اخرى للأمام، وهي ان يفتح ابواب موقعه امام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، اذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر عام 2006 الى اكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007.

وكان من الطبيعي ان يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع انظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً ان سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية اخرى نجح موقع فيس بوك في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة ان تلقى "مارك" عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي، إلا انه فاجأ الكثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون ان يندم على هذا الرفض خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "نيوز كوربوريشن" التي يملكها المليونيير الاسترالي "روبرت ميردوخ" بشراء "ماي سبيس" وهو من اشهر مواقع العلاقات الاجتماعية بمبلغ 580 مليون دولار.²

3-1 سمات الفيس بوك :

يعتبر الفيس بوك واحد من اهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو ل يمثل منتدى اجتماعي فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان اي شخص ان يفعل بواسطتها ما يشاء وتقوم آلية التواصل وإرسال الأخبار في الفيس بوك على عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض يمكن تفصيلها فيما يلي :

• **حائط فيس بوك Wall:** هي عبارة عن لوحة حائط افتراضي او مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم

¹ - ماهر عودة الشمائلة، مرجع سابق الذكر، ص 204.

² - نفس المرجع، ص 205.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

- **التغذية الاخبارية News Feed** : وهي تمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي ,وكذلك الاحداث المرتقة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
 - **التعليقات Comments** : وهي آلية متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
 - **الهيايا Gifts**: وهي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية الى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
 - **الاشعار Pokes** : وهي تتيح للمستخدمين إرسال اشعار افتراضي لإثارة الانتباه الى بعضهم البعض وان احد الاصدقاء يقوم بالترحيب به.
 - **آلية ارسال الصور Photos** :وهي الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات والصور من أجهزتهم الى الموقع.
 - **الحالة Status** :وهي تتيح للمستخدمين امكانية ابلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
 - **الاعجاب Like** :هي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الاصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها ,وذلك ايضا يعتمد على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم التي تمكنه من ان يقوم بعمل اعجاب لأي نص او صورة او فيديو.
 - **الإشارة Tags** :متاحة في الصورة والفيديو بحيث يمكن ان تُلقت انتباه الاصدقاء عبر الإشارة اليهم في صورة او في مقطع فيديو ويتم ارسال تنبيه لهم لأي تحديد جديد.¹
- **الخدمة الاخبارية لموقع "فيس بوك"** :

وتقوم آلية نقل الاخبار في فيس بوك عبر الرسائل القصيرة ,وبرامج التراسل الفوري والبريد الالكتروني ,ويوفر الفيس بوك صندوق بريد موحد بين صاحب الحساب وأصدقائه ,وبهذا حين يقوم الاصدقاء بمراسلة بعضهم البعض فان رسائلهم المختلفة ستصل الى صندوق البريد الموحد هذا ,وحين يتم الرد على الرسالة فان الرد سيضاف الى الرسالة السابقة.

¹ - عباس مصطفى صادق :**مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية** ,ورقة عمل :صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد ,جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ,كلية الاعلام والاتصال ,ابو ظبي ,الامارات ,ص 17.

فتقوم آلية فيس بوك بعملية فلترة بما يسمح بوصول الرسائل الى الاصدقاء وأصدقاء الاصدقاء الى صندوق البريد مباشرة, ولكن أي رسالة أخرى مجهولة المصدر او غير معروفة فإن فيس بوك سيضعها في مجلد خاص فضلا عن امكانية حظر عناوين معينة نهائيا, وفي حالة حلول احد هذه العناوين مراسلة صاحب الحساب فهي بكل بساطة لن تصل الى صندوق البريد.¹

2 تويتر Twitter.com :

1-2 تعريفه:

هذا الموقع اخذ اسمه من مصطلح "Twitte" الذي يعني "التغريد", واتخذ من العصفورة رمزا له, وهو خدمة مصغرة, ويجوز ان يطلق عليه نسا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة.

وهو احد شبكات التواصل الاجتماعي الذي انتشر في السنوات الاخيرة, ولعب دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الاوسط, وتصدر هذه الشبكات في الآونة الاخيرة ثلاثة مواقع رئيسية, لعبت دورا مهما جدا في احداث ما يسمى بثورات الربيع العربي وهي: (فيس بوك, تويتر, يوتيوب) وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصي قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة, ويجوز للمرء ان يسميها نسا موجزا مكتفا لتفاصيل كثيرة.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر ان يتبادل مع اصدقائه تلك التغريدات (التويتات), من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية, او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة, وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه امكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني, كذلك اهم الاحداث من خلال خدمة RSS عبر الرسائل النصية SMS.²

تويتر او تغريد باللغة العربية هو شبكة اجتماعية الكترونية مجانية وخدمة تدوين مصغر قائم على النص مجانا اذا كان التراسل على الانترنت وغير ذلك بالنسبة للتراسل النقطاعي بواسطة نظام الرسائل القصيرة الى الهواتف المحمولة, وتسمح الخدمة بإرسال تحديثات Tweets او عبر برامج المحادثة الفورية او التطبيقات Twitter Fox, Twitterific, Twhirl .

¹ - نفس المرجع, ص 18.

² - محمد منصور, مرجع سابق الذكر, صص 91-92.

الفصل الثالث.....الإعلام الجديد

تدور الاخبار والمدونات والتحديثات في تويتر حول سؤال اساسي وهو :ماذا تفعل الآن ؟ What are you doing? وهي نموذج فقط لملايين الاسئلة المشابهة التي ما ان يكتبها المدون ثم يرسلها الى واحد او حشد تصل الى الملايين في وقت واحد بعد عادة ارسالها في ثوان ,اذ يعتمد تويتر وغيره من الخدمات المماثلة على اشخاص يتابعون تحديثات المدون Followers لتصلهم احدث رسائله.¹

2-2 نشأته :

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتر اوائل عام 2006 ,عندما أقدمت شركة (Obvious) الامريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة ,ثم أتاحت الشركة المعينة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في اكتوبر من نفس العام ,ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار ,باعتبارها خدمة حديثة ,في مجال التدوينات المصغرة ,بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الام ,واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه تويتر وذلك في ابريل 2007.

ومن الامور اللافتة للنظر ان اللغة الانجليزية ,التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت ,حيث انه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية ,وتزايدت بشكل ملفت اعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين ,بحيث تفوق تويتر الياباني على الانجليزي ,واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم ,وذلك من خلال إضافة الاعلانات إليها ,وهذا ما لم يكن متوفرا باللغة الانجليزية ,ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت في نهاية عام 2010 الى سبع لغات هي :الانجليزية ,الفرنسية ,الالمانية ,الايطالية ,اليابانية ,الاسبانية ,والكورية.

وحتى نهاية عام 2010 وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر الى اكثر من 200 مليون مغرد ,وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة ,حيث لا يتطلب الامر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر ,ويصبح المستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي ,وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة.²

3 يوتيوب Youtube.com :

¹ - عباس مصطفى صادق ,مرجع سابق الذكر ,ص 16.

² - محمد منصور ,مرجع سبق ذكره ,صص 91-92.

3-1 تعريفه :

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الاعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الاوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة.¹

تأسس موقع YouTube كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 على يد موظفين هم : الامريكي تشاد هيرلي T.Hirley " والتايواني " تشين Chinne " والبنغالي " جاود كريم Jaed Karim " الذين يعملون في شركة PayPal المتخصصة في التجارة الالكترونية، حيث درس هيرلي التصميم في جامعة انديانا بولاية بنسلفينيا، بينما درس تشين وكريم علوم الحاسوب في جامعة ايلينوي بيد ان كريم ترك رفاقه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور YouTube الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكوين احد اكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضع اشهر، وافتتح كتجربة في ماي 2005، وافتتح رسميا بعد ستة أشهر.²

3-2 فكرة انشاء موقع YouTube :

بدأت فكرة انشاء موقع يوتيوب عندما كان ثلاثة من اصدقاء في حفلة وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات عبر البريد الالكتروني، لان البريد غير ملائم للملفات الكبيرة ومن هنا جاءت فكرة هذا الموقع، ويعتبر الموقع المسيطر على مجال تبادل ملفات الفيديو على الانترنت منذ انطلاقه عام 2005، وكانت اهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة Google بالاستحواذ عليه بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار، والآن يقدم الموقع خدماته

¹ - محمد منصور: مرجع سبق ذكره، ص 94.

² - نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2016، ص 174.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

كأحد الخدمات الفرعية لشركة Google يقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا، ويوفر أكثر من مليار مشاهدة للفيديو يوميا في جميع أنحاء العالم.

ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي (بث لنفسك او ذع لنفسك Broadcast Yourself) ، يوضع هذا الشعار في الصفحة الاولى وهو يعتبر اهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي ، اذ تحمل عليه يوميا افلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف النقال لنقل حدث غريب او مضحك او مثير ، وكثيرا منها تم انتاجه لدوافع فنية او سياسية او اجتماعية او جمالية او حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم ، ويتضمن الموقع انواعا لا حصر لها من الفيديو كليات التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية او ما يطلق عليها الفيديو بلوغينغ Video Blogging¹.

3-3 منظومة اليوتيوب :

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو ، وتسميتها في جميع أنحاء العالم ، وتصفح ملايين المقاطع الاصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الاعضاء.
- العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها ، وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات والاشترك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الاعضاء ، وحفظ المقاطع المفضلة ، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل اي بي اي ، ايضا جعل مقاطع الفيديو عامة او خاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم بشكل عام ، او بمشاركة اصدقائهم وعائلاتهم فيها بصور خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على المقاطع : الاحداث ، والحاصلة على اعلى تقييم ، والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش ، والأكثر تفضيلا ، و الأكثر اتصالا بمواقع اخرى.
- تصنف مقاطع الفيديو ايضا الى ابواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة الى العلوم والتكنولوجيا.

¹ - نوال بركات ، مرجع سابق الذكر ، ص 175.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

- لا يقدم يوتيوب عادة رابط تنزيل لملفات الفيديو الخاصة به ويهدف الى ان يتم مشاهدتها من خلال واجهة الاستخدام الخاصة بالموقع نفسه ولكنه يسمح يوتيوب للمستخدمين على مشاهدة ملفات الفيديو على صفحات ويب خارج الموقع نفسه، فكل ملف فيديو على موقع يوتيوب يكون مصحوبا بكود HTML يمكن استخدامه في تضمين ملف الفيديو في اية صفحة خارج موقع ويب يوتيوب وغالبا ما يتم استخدام هذه الامكانيات في تضمين ملفات فيديو يوتيوب في الصفحات الخاصة بواقع التواصل الاجتماعي وكذلك المدونات.
- فضلا عن ذلك يمكن تنزيل ملفات الفيديو من اليوتيوب بواسطة برمجيات خاصة او عبر مواقع متخصصة، كما ان اجهزة الهاتف المحمولة الذكية لها القدرة على الوصول الى ملفات الفيديو يوتيوب وذلك اعتمادا على مزود خدمة الانترنت وإمكانية تنزيل البيانات الى جهاز الموبايل، ويتيح اليوتيوب لزواره التعليق على خياراتهم ومشاهداتهم المختلفة والتصويت عليها.¹

4 الراديو الرقمي:

تعود فكرة الراديو الرقمي الى الأمريكي اللبناني الأصل "نوح سمارة" الذي اطلقها عام 1999 في مجموعته العالمية World Space واضعا حدا لتاريخ الأطباق في النقاط الإشارات، مستعيضا عنها بهوائيات دقيقة مثبتة في كل جهاز اذاعي تلتقط الاشارات المباشرة ولا ينأى المذياع الوسيلة الاعلامية الأوسع انتشارا في القارات عن الانقلابات الجذرية التي تطور وسائل الاتصال، وقد سمح البث الاذاعي الرقمي بتوسيع امكانيات الحصول على البرامج بواسطة منظومة أكثر تطورا الأمر الذي ضاعفت الاذاعات المتخصصة وحقق اللامركزية في البث، فأخذت الاذاعات المحلية والاقليمية في الانتشار محققة فكرة المذياع الفضائي بواسطة الاقمار الصناعية.²

5 التلفزيون التفاعلي:

¹ - عباس مصطفى صادق: مرجع سبق ذكره، صص 18-19.

² - ياس خضير البياتي: الاتصال الرقمي امم صاعدة وامم مندهشة، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط1، 2015، صص 141-142.

الفصل الثالث..... الإعلام الجديد

هو جهاز يعطي المشاهد فرصة للاختيار مما يعرض، وحرية في المشاركة المباشرة في بعض البرامج، مع إمكانية طلب معلومات أو حتى تحديد أسلوب الرؤية أثناء المشاهدة كما يمنح المشاهد القدرة على متابعة البث الحي وإيقافه مؤقتاً. ويمكن ان نحدد أهم خصائص التلفزيون التفاعلي على النحو الآتي:

- التنوع الكبير في القنوات التلفزيونية وإمكانية التنقل بينها.
- وجود قوائم تفصيلية بالبرامج ونوعياتها ومواعيدها.
- إمكانية التسجيل المباشر لمادة معينة وعرض أخرى .
- إمكانية التسجيل الأوتوماتيكي لمادة معينة.
- القدرة على التحكم بتوقيت عرض برامج معينة.
- إمكانية التقاط بث قنوات /برامج معينة في اوقات محددة.
- القدرة على العرض الجزئي لمادة ما (صورة مصغرة) اثناء عرض مادة اخرى.
- تقديم خدمات معلوماتية متنوعة كالطقس والسياحة والأخبار والرياضة والشخصيات والأحداث المهمة والألعاب التفاعلية.
- إمكانية تسديد أجور البث للأفلام حسب الطلب.
- إمكانية التسوق عبر التلفزيون. إمكانية تسلم البريد الإلكتروني.
- القدرة على تصفح المشاهد للأنترنيت .
- مشاهدة اعلانات تفاعلية حسب طبيعة المشاهد وميوله.
- إمكانية إعادة عرض المواد التي بثت على الهواء مباشرة.¹

¹-حارث عبود ومزهر العاني، مرجع سبق ذكره، صص 170-171.

الإطار الميداني: عرض البيانات

وتحليلها:

- 1- تفرغ البيانات وتحليلها.
- 2- النتائج العامة للدراسة.
- 3- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

تمهيد:

يهدف مقياس الاتجاه في دراستنا الى التعرف على اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو وسائل الاعلام التقليدية والجديدة كمصادر للأخبار، وما إذا كانت اتجاهاتهم نحو الوسائل التقليدية ايجابية ام سلبية ونفس الشيء نحو الوسائل الجديدة، في هذا الفصل نقوم بعرض البيانات التي استخرجناها من الاستمارة عند توزيعها على الطلبة ،على شكل ارقام ونسب مئوية مع حساب متوسط شدة الاتجاه ،وسنحاول التعليق عليها وتحليلها وتفسيرها ،ففي دراستنا هذه أخذنا بالقياس الثلاثي للاتجاه :موافق-محايد-معارض وقمنا بإعطاء درجات لكل عبارة حيث اعطينا:

- للموافق 3

- للمحايد 2

- للمعارض 1

هذا في حالة العبارات الإيجابية .

- للموافق 1

- للمحايد 2

- للمعارض 3

هذا في حالة العبارات السلبية. ولقياس الاتجاه الجماعي استخدمنا العلاقات التالية:

- شدة الاتجاه=مجموع التكرارات المرجحة/عدد افراد عينة الدراسة.

ومن خلال نتائج دراستنا المتعلقة بالفرضيات او المحاور فقد قمنا بجمع متوسط شدة الاتجاه

الخاصة بالفرضية وقد صنفنا الاتجاه كما يلي:

▪ 1.9-1 ← اتجاه سلبي

▪ 2.5-1.91 ← اتجاه محايد (منطقة تردد في الاتجاه)

▪ 3-2.6 ← اتجاه ايجابي.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

1- تفرغ البيانات وتحليلها:

الجدول رقم (1):يبين تمثيل الأفراد حسب عامل الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
58%	58	ذكر
42%	42	اناث
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اغلبية الباحثين هم من فئة الذكور وذلك بنسبة تقدر ب 58% بينما نجد فئة الاناث قدرت ب 42%،يرجع ذلك الى انه بصفة العينة كانت عن طريق الصدفة وكثرة الذكور في الكلية تفوق نسبة الاناث هذا ما اثبتته نتائج الجدول.

الجدول رقم (2):يبين تمثيل الأفراد حسب عامل السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
32%	32	[22-18]
48%	48	[26-22]
20%	20	[26-فأكثر]
100%	100	المجموع

يتبين من خلال هذا الجدول ان الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 22 و 26 سنة قد بلغت 48%،وهذا راجع الى ان هؤلاء الطلبة يستخدمون وسائل الاعلام سواء التقليدية او الجديدة كمصدر لانتقاء الأخبار التي تهمهم ،بينما بلغت نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين سن 18 و 22 ب 32%،وهي الفئة الثانية من هؤلاء الطلبة الذين ينتقون اخبارهم من وسائل الاعلام التقليدية والجديدة ،اما الفئة الثالثة التي تبلغ أعمارهم 26 فأكثر تعد اقل نسبة من الفئتين السابقتين بلغت 20% وهم الطلبة الأقل اقبالا على التعرض لمضامين الوسائل الاعلامية التقليدية او الجديدة من الناحية الإخبارية.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

الجدول رقم (3): يبين تمثيل الأفراد حسب عامل المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
62%	62	ليسانس
38%	38	ماستر
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول اعلاه ان 62% من فئة الطلبة من مستوى ليسانس والتي تمثل الفئة الأكبر للطلبة الذين يتابعون الأخبار ويطلعون على ماهو جديد من مختلف الوسائل الاعلامية سواء التقليدية او الجديدة لكي يكونوا على دراية بكل الاحداث التي تحدث في المجتمع الذي يعيشون فيه ،اما نسبة 38% فكانت لفئة شباب الماستر وهذه الفئة واعية ومتقفة من الفئة التي قبلها اي علميا ومعرفيا من الناحية الاخبارية بمعنى ان هذه الفئة اشبعت رغباتها من ناحية استخدامها لمختلف الوسائل ومعرفة أحداث العالم.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (4) يبين الاتجاه نحو العبارة الأولى.

الصحيفة هي أكثر وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري اليوم كمصدر للأخبار.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
31%	93	31	موافق
28%	56	28	محايد
41%	41	41	معارض
100%	190	100	المجموع
	1.9		متوسط شدة الاتجاه

يوضح الجدول رقم (4) ان أكثر المبحوثين معارضين للعبارة "الصحيفة هي أكثر وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري اليوم كمصدر للأخبار" وذلك بنسبة قدرت ب 41% والرتبة الثانية للمبحوثين الموافقين على العبارة السالفة الذكر فبلغت 32% ،اما الذين كان لهم رأي محايد حول العبارة المذكورة بلغت 28% ،اما بالنسبة لمتوسط الاتجاه فبلغ 1.9 وهو بذلك يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة. بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو العبارة اعلى الجدول 1.9 وهي بذلك تعكس اتجاه سلبي نحو العبارة وهذا راجع لعدة أسباب منها: ان الطلبة لا يفضلون قراءة الصحف ،ولا يعتبرونها مصدرا مهما للأخبار ،وبما انهم طلبة يدرسون إعلام فهم يرون ان الصحف او الصحيفة لا تشبع رغباتهم من الناحية الإخبارية وربما يفضلون وسائل اخرى يعتمدون عليها في انتقائهم للأخبار التي تهمهم.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (5) يبين الاتجاه نحو العبارة الثانية.

الصحيفة تساعد على معرفة الأخبار وكل ما هو جديد عن الوطن والمواطنين.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
75.61%	186	62	موافق
17.89%	44	22	محايد
6.50%	16	16	معارض
100%	246	100	المجموع
	2.46		متوسط شدة الاتجاه

يوضح الجدول اعلاه ان اكثر من نصف عدد المبحوثين موافقون للعبارة "الصحيفة تساعد على معرفة الأخبار وكل م هو جديد عن الوطن والمواطنين" وذلك بنسبة قدرت ب 75.61%، وسجلت نسبة المحايد ب 17.89%، في حين نجد المعارضين لنفس العبارة قدرت نسبتهم ب 6.50%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه ب 2.46 وهو بذلك يعكس ترددا في الاتجاه.

من خلال نتائج الجدول الى انه قد يعود تردد في اتجاه الطلبة نحو العبارة السالفة الذكر الى ان ليس كلهم يعتبرون الصحيفة تساعدهم على معرفة الأخبار، وليس كلهم يعتبرونها لا تساعدهم في معرفة الجديد عن الوطن والمواطنين فهم مترددون بين الموافقة والمعارضة.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (6) يبين الاتجاه نحو العبارة الثالثة.

تعد الاذاعة وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري من الناحية الإخبارية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
32.00%	96	32	موافق
36.00%	72	36	محايد
32.00%	32	32	معارض
100%	200	100	المجموع
	2		متوسط شدة الاتجاه

يبين الجدول اعلاه ان نسبة 36% من المبحوثين كان لهم رأي محايد نحو العبارة القائلة "تعد الاذاعة وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري من الناحية الاخبارية"، بينما يأتي في المرتبة الثانية المبحوثين الموافقين والمعارضين على نفس العبارة بلغت ب 32%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2 وهو بذلك يعكس ترددا في الاتجاه.

ان هذا التردد في الاتجاه يمكننا تفسيره الى اعتبار ان الطلبة حسب توجهاته يرى بأن الاذاعة تهمة ويميل اليها من الناحية الاخبارية.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (7) يبين الاتجاه نحو العبارة الرابعة.

لا تحتاج الاذاعة الى تركيز كبير في عملية التلقي للأخبار.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
15.12%	31	31	موافق
32.20%	66	33	محايد
52.68%	108	36	معارض
100%	205	100	المجموع
	2.05		متوسط شدة الاتجاه

يوضح الجدول أعلاه ان أكثر المبحوثين معارضين للعبارة القائلة "لا تحتاج الاذاعة الى تركيز كبير في عملية التلقي للأخبار" بنسبة قدرت ب 52.68% اما النسبة التي تليها من المحايدين على نفس العبارة وقد بلغت ب 32.20% وفي المرتبة الأخيرة تأتي نسبة المبحوثين الموافقين ب 15.12%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.05 وهو بذلك يعكس ترددا في الاتجاه.

ويعود هذا التردد في اتجاه المبحوثين على ان الاذاعة تحتاج ولا تحتاج الى تركيز كبير في عملية التلقي، لأن الاذاعة حتى وان كان الشخص المستمع غير مركز فهو يستمع الى مضامينها وممارسة بعض الاعمال، باختصار فالإصغاء اليها لا يحتاج الى تركيز كبير يكفي انها تستهدف حاسة السمع.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (8) يبين الاتجاه نحو العبارة الخامسة.

تقدم الإذاعة مواضيع وأخبار تهم كل فئات المجتمع.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
76.17%	195	65	موافق
20.31%	52	26	محايد
3.52%	9	9	معارض
100%	256	100	المجموع
	2.56		متوسط شدة الاتجاه

تشير النتائج التي يحويها هذا الجدول ان أغلبية المبحوثين موافقين على العبارة القائلة "تقدم الإذاعة مواضيع وأخبار تهم كل فئات المجتمع" بنسبة 76.17%، بينما تأتي في المرتبة الثانية نسبة المبحوثين المحايدين قدرت ب 20.31%، أما النسبة التي تليها ممن يعترضون عليها وبلغت ،أما النسبة التي تليها من المعارضين وبلغت 3.52%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.56 وهو بذلك يعكس اتجاها ايجابيا نحو العبارة.

ان هذا التوجه الايجابي في اتجاهات المبحوثين نحو العبارة المذكورة أعلاه يعود الى ان كل المواضيع التي تقدمها الإذاعة تهم فئة الشباب والمجتمع عامة وطلبة الاعلام والاتصال بصفة خاصة بحكم انهم اعلاميو المستقبل اي ان الإذاعة تزودهم بما يحتاجون اليه من مستجدات للأخبار والأحداث او مواكبة التطورات في مجتمعهم.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (9) يبين الاتجاه نحو العبارة السادسة.

التلفزيون أهم وسيلة إعلامية في نقل الأخبار لدى الشباب الجزائري.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
80.00%	204	68	موافق
14.90%	38	19	محايد
5.10%	13	13	معارض
100%	255	100	المجموع
	2.55		متوسط شدة الاتجاه

تشير النسب الموجودة في هذا الجدول ان أكثر من نصف افراد عينة الدراسة يساندون ويوافقون العبارة القائلة "التلفزيون أهم وسيلة إعلامية في نقل الأخبار لدى الشباب الجزائري" بنسبة قدرت ب 80%، اما المحايدون فبلغت نسبتهم 14.90%، اما المعارضين فجاءت نسبتهم ب 5.10%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه ب 2.55 وهو بذلك يعكس اتجاه ايجابي نحو العبارة.

ويرجع هذا الاتجاه الايجابي الى ان أغلبية الطلبة يعتبرون ان التلفزيون مصدر مهم للإطلاع على الأخبار باعتبارهم أيدوا العبارة السالفة الذكر، لأن التلفزيون له تأثير على المشاهد لأنه ينقل الحدث بالصورة والصوت والتي تعد من أهم مميزاتة، وأيضا له جماهيره الخاصة بحكم انه من أهم الوسائل الاعلامية التقليدية الأكثر متابعة من قبل الشباب الجزائري.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (10) يبين الاتجاه نحو العبارة السابعة.

التلفزيون وسيلة قادرة على نقل الأخبار وقت وقوعها مباشرة.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
83.08%	216	72	موافق
12.31%	32	16	محايد
4.62%	12	12	معارض
100%	260	100	المجموع
	2.6		متوسط شدة الاتجاه

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه ان أغلبية المبحوثين موافقون للعبارة "التلفزيون وسيلة قادرة على نقل الأخبار وقت وقوعها مباشرة" بنسبة قدرت ب 83.08%، بينما يأتي في المرتبة الثانية المبحوثين الذين أبدوا رأياً محايداً وبلغت نسبتهم ب 12.31% وتلتها نسبة الذين عارضوا العبارة السابقة الذكر و قدرت نسبتهم ب 4.62%، أما فيما يخص متوسط شدة الاتجاه ف قدرت ب 2.6 وهو بذلك يعكس اتجاهها ايجابياً نحو العبارة.

ان الاتجاه الايجابي نحو الرأي القائل ان التلفزيون وسيلة قادرة على نقل الأخبار وقت وقوعها مباشرة راجع الى ان معظم الشباب الجزائري عامة وطلبة الاعلام والاتصال خاصة يرون بأن التلفزيون قادر على نقل صورة الحدث وقت وقوعه مباشرة بحكم أنهم شاهدو أحداثاً مباشرة نقلها التلفزيون وبذلك يعتبرونه وسيلة إخبارية تعيش الحدث فور وقوعه.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (11) يبين الاتجاه نحو العبارة الثامنة.

لا يستخدم الشباب الجزائري التلفزيون لمشاهدة الأخبار إلا نادرا.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
30.95%	52	52	موافق
33.33%	56	28	محايد
35.71%	60	20	معارض
100%	168	100	المجموع
1.68			متوسط شدة الاتجاه

يبين الجدول رقم (11) ان افراد عينة الدراسة معارضين للعبارة القائلة "لا يستخدم الشباب الجزائري التلفزيون لمشاهدة الأخبار إلا نادرا" وذلك بنسبة قدرت ب 35.71% :تليها نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأيا محايدا قدر ب 33.33% ،وبعدها تأتي نسبة المؤيدين للعبارة بنسبة 30.95% ،اما بالنسبة لمتوسط شدة الاتجاه فبلغ 1.68 وهو بذلك يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو العبارة أعلى الجدول 1.68 وهي بذلك تعكس اتجاه سلبي نحو العبارة لأن الطلبة يستخدمون التلفزيون ويتخذونه مصدرا مهما للأخبار ويرون ان التلفزيون وسيلة تشبع رغبتهم من الناحية الإخبارية والإلمام بالأحداث الجارية.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (12) يبين الاتجاه نحو العبارة التاسعة.

يركز الشباب الجزائري عند تصفحهم للانترنت على معرفة الأخبار بالدرجة الأولى.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
68.53%	159	53	موافق
22.41%	52	26	محايد
9.05%	21	21	معارض
100%	232	100	المجموع
	2.32		متوسط شدة الاتجاه

يوضح الجدول أعلاه ان أكثر المبحوثين موافقون على العبارة القائلة "يركز الشباب الجزائري عند تصفحهم للانترنت على معرفة الأخبار بالدرجة الأولى" وذلك بنسبة قدرت ب 68.53% والرتبة الثانية كانت للمبحوثين المحايد بنسبة 22.41% ،اما بالنسبة للمبحوثين المعارضين للعبارة قدرت ب 9.05% ،وقد بلغ متوسط الاتجاه ب 2.32 وهو بذلك يعكس اتجاه ايجابي نحو العبارة. راجع الى انه معظم الطلبة يتصفح الانترنت من أجل معرفة الأخبار والإطلاع على الأحداث بالدرجة الأولى اي ان الانترنت تشبع رغباتهم من الناحية الإخبارية .

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (13) يبين الاتجاه نحو العبارة العاشرة.

لا يستخدم الشباب الجزائري دائما الانترنت لمواكبة التطورات الوطنية والدولية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
34%	34	34	موافق
29.70%	60	30	محايد
53.47%	108	36	معارض
100%	202	100	المجموع
2.02			متوسط شدة الاتجاه

يتضح من خلال نتائج الجدول أن نسبة المعارضين على للعبارة القائلة "لا يستخدم الشباب الجزائري دائما الانترنت لمواكبة التطورات الوطنية والدولية" بلغت 53.47%، وسجلت نسبة الموافقين ب 34%، ونسبة المحايدين قدرت ب 29.70%، أما بالنسبة لمتوسط شدة الاتجاه فقد بلغت 2.02 وهي بذلك تعكس ترددا في الاتجاه.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن هناك ترددا في اتجاه الطلبة حول العبارة السالفة الذكر ان الطالب الجزائري يمكن ان يستخدم الانترنت لمواكبة التطورات المحلية والدولية وربما يستخدمها في أغراض أخرى كالتسلية والترفيه، للتعليم، للأبحاث العلمية ...

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (14) يبين الاتجاه نحو العبارة الحادي عشر.

مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الجزائري لمعرفة أخبار المجتمع والعالم.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
91.49%	258	86	موافق
7.09%	20	10	محايد
1.42%	4	4	معارض
100%	282	100	المجموع
	2.82		متوسط شدة الاتجاه

تشير النتائج التي يحويها هذا الجدول ان الأغلبية الساحقة للمبحوثين يؤكدون على ان العبارة القائلة "مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الجزائري لمعرفة أخبار المجتمع والعالم" بنسبة قدرت ب 91.47% بينما تأتي في المرتبة الثانية نسبة المحايدون لنفس العبارة وقدرت ب 7.09% ام النسبة التي تليها ممن يعترضون عليها وبلغت 1.42%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.82 وهو بذلك يعكس اتجاهها ايجابيا نحو العبارة.

ان هذا التوجه الايجابي في اتجاهات المبحوثين نحو العبارة المذكورة سابقا يعود الى ان مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الطلبة لمعرفة آخر المستجدات الإخبارية، لأن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل الأخبار والأحداث بالصور والنص الإخباري مرفوقة بالفيديو لذلك يعتبرها الطلبة مصدرا مهما للحصول على الأخبار التي تهتم.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (15) يبين الاتجاه نحو العبارة الثانية عشر.

يتصفح الشباب الجزائري الأخبار عن طريق الفيس بوك.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
86.96%	240	80	موافق
11.59%	32	16	محايد
1.45%	4	4	معارض
100%	276	100	المجموع
	2.76		متوسط شدة الاتجاه

تشير نتائج الجدول الى ان أغلبية المبحوثين للعبارة القائلة "يتصفح الشباب الجزائري الأخبار عن طريق الفيس بوك" بنسبة 86.96%، بينما تليها نسبة المحايد لنفس العبارة وقدرت ب 11.59% وفي المرتبة الثالثة جاءت نسبة المبحوثين المعترضين وبلغت 1.45% وقد بلغ متوسط الاتجاه 2.76 وهو بذلك يعكس اتجاهها ايجابيا نحو العبارة.

ان الاتجاه الايجابي لاتجاهات المبحوثين يرجع الى ان معظم الطلبة يطلع على الأخبار من خلال الفيس بوك لما يحتويه من مميزات والعديد العديد من الأخبار سواء المحلية او العامة، السياسية او الاقتصادية او الثقافية او الرياضية...الخ اضافة الى ابداء مدى اعجابه او التعليق على الخبر او حتى نشره على صفحته الشخصية ..

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (16) يبين الاتجاه نحو العبارة الثالثة عشر.

لا يستخدم الشباب الجزائري التويتر لمعرفة الأخبار إلا نادرا.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
19.05%	36	36	موافق
41.27%	78	39	محايد
39.68%	75	25	معارض
100%	189	100	المجموع
	1.89		متوسط شدة الاتجاه

يتبين من خلال الجدول أعلاه ان نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأيا محايدا تمثل النسبة الأعلى وقدرت ب 41.27% على العبارة "لا يستخدم الشباب الجزائري التويتر لمعرفة الأخبار إلا نادرا"، وسجلت نسبة المعارضين كمرتبة ثانية بلغت 39.68%، في حين نجد الموافقين لنفس العبارة قدرت ب 19.05%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه ب 1.89 وهو بذلك يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو العبارة القائلة "لا يستخدم الشباب الجزائري التويتر لمعرفة الأخبار إلا نادرا" 1.89 وهي بذلك تعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، لأن أغلب الطلبة لا يستخدم التويتر لمعرفة الأخبار، لأن حسب الاحصائيات يبدو ان جل الطلبة يستخدم الفيس بوك كوسيلة للحصول على الأخبار المحلية والإقليمية وحتى العالمية، وهذا راجع لسهولة الاستخدام والتعود على الوسيلة وسرعة انتشار المعلومات والأخبار بها، وإقبال مختلف الشرائح عليها بعكس التويتر.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (17) يبين الاتجاه نحو العبارة الرابعة عشرة.

يفضل الشباب الجزائري الاطلاع على الأخبار من خلال اليوتيوب.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
76.49%	192	64	موافق
18.33%	46	23	محايد
5.18%	13	13	معارض
100%	251	100	المجموع
	2.51		متوسط شدة الاتجاه

يوضح هذا الجدول الاتجاه السائد لدى المبحوثين نحو تفضيل الشباب الإطلاع على الأخبار من خلال اليوتيوب وقد بينت النتائج في هذا الجدول ان 76.49% من المبحوثين يوافقون على هذه العبارة بينما جاءت نسبة المحايدين 18.33%، بينما قدرت نسبة المعارضون لنفس العبارة السالفة الذكر 5.18%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.51 وهو بذلك يعكس ترددا في الاتجاه نحو العبارة. بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.51 نحو العبارة القائلة "يفضل الشباب الجزائري الإطلاع على الأخبار من خلال اليوتيوب" وهي بذلك تعكس ترددا في الاتجاه نحو العبارة، وذلك رغم ان أكبر نسبة كانت للموافقين وبذلك فمعظم الطلبة يعتبرون اليوتيوب أيضا من الوسائل التي تساعدهم في الحصول على مختلف الأخبار التي يحتاجونها وربما معظمهم لا يعتبره مصدرا لانتقاء الأخبار.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (18) يبين الاتجاه نحو العبارة الخامسة عشر.

تعد وسائل الاعلام التقليدية الوسائل الأولى في نشر الأخبار.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
27.91%	48	16	موافق
46.51%	80	40	محايد
25.58%	44	44	معارض
100%	172	100	المجموع
	1.72		متوسط شدة الاتجاه

يوضح الجدول أعلاه ان نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأياً محايداً للعبارة القائلة "تعد وسائل الاعلام التقليدية الوسائل الأولى في نشر الأخبار" وذلك بنسبة قدرت ب 46.51%، والرتبة الثانية للمبحوثين الموافقين بلغت 27.91% ونسبة المعارضون سجلت 25.58%، أما بالنسبة لمتوسط الاتجاه فبلغ 1.72 وهو يعكس تردداً في الاتجاه.

يرجع تردد اتجاه الطلبة نحو العبارة السالفة الذكر الى ان الطلبة الجزائريين مترددين في اتجاههم بالرغم من ان أغليبتهم يرفضون فكرة ان وسائل الاعلام التقليدية الوسائل الأولى في نشر الأخبار إلا ان نتائج الجدول تقرر بذلك نظراً لأن المبحوثين وهم الطلبة ينقسمون الى فئتين هذا نصف عارض العبارة وآخرون كان لهم رأياً محايداً حولها.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (19) يبين الاتجاه نحو العبارة السادسة عشر.

وسائل الاعلام التقليدية تنشر الخبر في صورته الحقيقية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
48.19%	93	31	موافق
32.12%	62	31	محايد
19.69%	38	38	معارض
100%	193	100	المجموع
	1.93		متوسط شدة الاتجاه

يبين الجدول رقم(19) ان نسبة المبحوثين الموافقين للعبارة القائلة "وسائل الاعلام التقليدية تنشر الخبر في صورته الحقيقية" بلغت 48.19%، أما نسبة المحايدين حول العبارة السالفة الذكر قد بلغت 32.12%، فيما سجلت نسبة المعارضون لنفس العبارة 19.69%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.93، الذي يعكس اتجاه سلبي حول العبارة.

إن هذا التوجه السلبي في اتجاهات المبحوثين نحو العبارة أعلى الجدول راجع إلى أن معظم الشباب الجزائري وخاصة الطلبة كان اتجاههم نحو هذه العبارة سلبي لأنهم يعتبرون أن وسائل الإعلام التقليدية لا تنشر الخبر في صورته الحقيقية.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (20) يبين الاتجاه نحو العبارة السابعة عشر.

لا تتوافق بعض الأخبار التي تنشرها وسائل الاعلام التقليدية مع اهتمامات الشباب الجزائري.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
43.75%	63	63	موافق
41.67%	60	30	محايد
14.58%	21	7	معارض
100%	144	100	المجموع
	1.44		متوسط شدة الاتجاه

يبين الجدول رقم(20) أن نسبة المبحوثين المؤيدين للعبارة القائلة "لا تتوافق بعض الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام التقليدية مع اهتمامات الشباب الجزائري" بلغت 43.75%، أما نسبة المبحوثين المحايدين لهذه العبارة فقد بلغت نسبتهم 41.67%، فيما سجلت نسبة 14.58% للمبحوثين المعارضين، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.44، الذي يعكس اتجاه سلبي حول العبارة.

ويرجع هذا الاتجاه السلبي لاتجاهات المبحوثين نحو العبارة أعلى الجدول ان الطلبة ليس لديهم اهتمام ببعض المضامين والمواضيع (السياسية،الاقتصادية،الثقافية،الرياضية...)التي تنشرها وسائل الاعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة،الاذاعة،التلفزيون)لأن الطلبة باعتبارهم صحفيين في المستقبل فهم يعرفون كيف تنشر المضامين اي انهم مطلعين مدى مصداقية هذه الأخبار ومدى صدق المصادر التي تنشر الخبر من مراسلين ومندوبين،ووكالات الأنباء،وصحف وإذاعات أجنبية ...

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (21) يبين الاتجاه نحو العبارة الثامنة عشر.

يستطيع اي شخص مهما كان مستواه العلمي استخدام وسائل الاعلام التقليدية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
68.53%	159	53	موافق
22.41%	52	26	محايد
9.05%	21	21	معارض
100%	232	100	المجموع
	2.32		متوسط شدة الاتجاه

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه ان نسبة الموافقين للعبارة القائلة "يستطيع اي شخص مهما كان مستواه العلمي استخدام وسائل الإعلام التقليدية" قد بلغت 68.53%، اما في المرتبة الثانية فكانت للمحايدين قدرت ب 22.41%، فيم جاءت في المرتبة الثالثة المبحوثين المعارضين بنسبة 9.05%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.32 والذي يعكس ترددا في الاتجاه نحو العبارة.

يتبين من خلال النتائج الى أن التردد في اتجاه الطلبة نحو العبارة السالفة الذكر قد يعود إلى ان الشباب والطلبة بصفة خاصة بحكم انهم مثقفين وواعيين فان باستطاعتهم استخدام اي وسيلة إعلامية تقليدية، فاستخدام هذه الوسائل أمر بسيط بالنسبة لديهم ولا يستحق الى مستوى عالي.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (22) يبين الاتجاه نحو العبارة التاسعة عشر.

يستطيع الشباب الجزائري الحصول على اي خبر عن طريق اي وسيلة تقليدية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
51.03%	99	33	موافق
28.87%	56	28	محايد
20.10%	39	39	معارض
100%	194	100	المجموع
	1.94		متوسط شدة الاتجاه

يتضح من خلال الجدول رقم (22) أن نسبة المؤيدين للعبارة القائلة "يستطيع الشباب الجزائري الحصول على أي خبر عن طريق أي وسيلة تقليدية" قد بلغت 51.03%، فيما سجلت نسبة المحايدة 28.87%، فيما بلغت نسبة المعارضين لنفس العبارة السالفة الذكر 20.10%، أما فيما يخص متوسط شدة الاتجاه فقد بلغ 1.94 والذي يعكس ترددا في الاتجاه نحو العبارة.

من خلال نتائج الجدول أعلاه يعود تردد اتجاه الطلبة نحو العبارة السالفة الذكر أن معظم الطلبة يحصلون على مختلف أخبارهم من أي وسيلة إعلامية تقليدية سواء التلفزيون او الاذاعة او الصحافة المكتوبة، هذا راجع الى ان الطلبة يطلعون على الأخبار من خلال مختلف الوسائل التقليدية لأنهم يعتبرونها مصادر موثوق بها.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (23) يبين الاتجاه نحو العبارة العشرون.

يستطيع الشباب الجزائري من خلال وسائل الاعلام التقليدية الحصول على الأخبار فور وقوعها مباشرة.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
52.11%	99	33	موافق
25.26%	48	24	محايد
22.63%	43	43	معارض
100%	190	100	المجموع
	1.9		متوسط شدة الاتجاه

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 52.11% من المبحوثين الموافقين للعبارة "يستطيع الشباب الجزائري من خلال وسائل الاعلام التقليدية الحصول على الأخبار فور وقوعها مباشرة"، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأيا محايدا 25.26%، وسجلت نسبة المعارضين للعبارة السالفة الذكر 22.63%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.9 والذي يعكس اتجاها سلبيا نحو العبارة. ان هذا التوجه السلبي في اتجاهات المبحوثين نحو العبارة المذكورة أعلاه يعود الى ان الطلبة يستطيعون الحصول على الأخبار من خلال وسائل الاعلام التقليدية لكن ليس فور وقوعها مباشرة، لأن معظمهم يرى بأن هناك وسائل اخرى تجعله يحصل على الخبر بطريقة مباشرة وحصريا عبر وسائل أخرى.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (24) يبين الاتجاه نحو العبارة الواحدة والعشرون.

سهلت وسائل الاعلام التقليدية نقل الأخبار والمعلومات للشباب الجزائري حيث أصبح بإمكانه الاطلاع عليها من بيته.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
58.88%	126	42	موافق
28.04%	60	30	محايد
13.08%	28	28	معارض
100%	214	100	المجموع
	2.14		متوسط شدة الاتجاه

تشير نتائج الجدول أعلاه نحو العبارة القائلة "سهلت وسائل الاعلام التقليدية نقل الأخبار والمعلومات للشباب الجزائري حيث أصبح بإمكانه الاطلاع عليها من بيته" ان نسبة المؤيدين 58.88%، تليها نسبة المحايدين ب 28.04%، فيما سجلت نسبة الذين عارضوا العبارة السالفة الذكر 13.08%، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.14 والذي يعكس ترددا في الاتجاه.

يرجع هذا التردد في الاتجاه نحو العبارة أعلى الجدول أن الطلبة وحسب اتجاهاتهم الموضحة من خلال نتائج الجدول ان فعلا وسائل الاعلام التقليدية سهلت نقل الأخبار اليهم وبإمكانهم الاطلاع عليها من بيوتهم بحكم ان وسائل الاعلام ساعدتهم وسهلت عليهم التنقل من أجل معرفة الحدث الذي يرغبون في التعرف على مجرياته.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (25) يبين الاتجاه نحو العبارة الثانية والعشرون.

المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية تحاكي ما يحدث في جميع انحاء العالم بصورة واقعية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
40.21%	78	26	موافق
43.30%	84	42	محايد
16.49%	32	32	معارض
100%	194	100	المجموع
	1.94		متوسط شدة الاتجاه

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه ان نسبة المبحوثين الذين لم يبدوا رأيهم قد بلغت 43.30 % على العبارة القائلة "المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية تحاكي ما يحدث في جميع انحاء العالم بصورة واقعية"، في حين كانت نسبة المؤكدين عليها والتي هي نسبة قريبة من نسبة المحايدين قدرت ب 40.21%، اما نسبة المعارضين لنفس العبارة السابقة بلغت 16.49%، في حين قدر متوسط شدة الاتجاه 1.94 والذي يعكس ترددا في الاتجاه نحو العبارة.

يرجع تردد اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارة أعلى الجدول الى ان الطلبة مترددين حول اجاباتهم هذا راجع الى ان المضامين والرسائل الإخبارية التي تبث عبر وسائل الاعلام التقليدية تحاكي الحدث وتنقله لكن في بعض الأحيان يكون بصورة غير واقعية، والطلبة هنا حسب توجّهاتهم بين الموافق والمعارض عكس هذا التردد نحو العبارة.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (26) يبين الاتجاه نحو العبارة الثالثة والعشرون.

لا يستطيع الشباب الجزائري ان يتفاعل مع مختلف الأخبار التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية عند وقوع حدث معين.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
36.08%	57	57	موافق
35.44%	56	28	محايد
28.48%	45	15	معارض
100%	158	100	المجموع
1.58			متوسط شدة الاتجاه

تشير الاحصائيات من خلال الجدول أعلاه ان النتائج متقاربة ،حيث بلغت نسبة المؤكدين للعبارة القائلة "لا يستطيع الشباب الجزائري ان يتفاعل مع مختلف الأخبار التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية عند وقوع حدث معين"بنسبة قدرت ب 36.08% ،تليها في المرتبة الثانية نسبة 35.44% من المبحوثين عينة الدراسة الذين كان لهم رأيا محايدا نحو العبارة السالفة الذكر ،في حين تصدرت في المرتبة الثالثة نسبة المبحوثين المعارضين لنفس العبارة ب 28.48% ،وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.58 مما يعكس اتجاها سلبيا نحو العبارة.

يرجع هذا الاتجاه السلبي الى ان جل الطلبة لا يستطيعون التفاعل مع الحدث عبر الوسائل التقليدية في وقت وقوعها بحكم انها لا تنقل وتنشر الحدث في آن وقوعه مباشرة ،لأنهم يرون ان وسائل الاعلام التقليدية لا تستطيع نقل الأحداث في صورتها المباشرة ،لكي يتفاعلوا معها ويعلقوا عليها ويفضلون وسائل أخرى تشبع لهم هذه الرغبة.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (27) يبين الاتجاه نحو العبارة الرابعة والعشرون.

للشباب الجزائري حرية انتقاء الأخبار التي يحتاجها وتهمه حسب ميولاته للوسيلة.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
76.47%	195	65	موافق
19.61%	50	25	محايد
3.92%	10	10	معارض
100%	255	100	المجموع
	2.55		متوسط شدة الاتجاه

نلاحظ من خلال الجدول رقم (27) ان النسبة الأكبر من المبحوثين هم الذين يؤكدون على العبارة "للشباب الجزائري حرية انتقاء الأخبار التي يحتاجها وتهمه حسب ميولاته للوسيلة" وكانت نسبتهم حوالي 76.47% ،بينما في المرتبة الثانية تأتي نسبة المحايدین وبلغت 19.61% ،اما النسبة التي تليها فهي للمعارضين لنفس العبارة 3.92% ،وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.55 وهو بذلك يعكس اتجاها ايجابيا نحو العبارة.

ويعود هذا التوجه الايجابي في اتجاهات المبحوثين نحو العبارة لأن التخصص يتطلب مواكبة التطورات في كل المجالات، وطلبية الإعلام كل لديه وسيلة ينتقي منها أخباره وآخر المستجدات منها اي له الحرية في معرفة الأخبار من أي وسيلة يرغب لاكتساب الخبرة قبل اكمال الدراسة واللجوء الى الميدان الصحفي او الاداري.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (28) يبين الاتجاه نحو العبارة الخامسة والعشرون.

تسمح وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري بإعطاء فرصة التعليق والمشاركة والمساهمة في التفاعل الفوري عبر المضامين المقدمة.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
88.81%	246	82	موافق
9.39%	26	13	محايد
1.81%	5	5	معارض
100%	277	100	المجموع
2.77			متوسط شدة الاتجاه

تشير النتائج التي يحويها هذا الجدول ان أغلبية المبحوثين يؤكدون على ان العبارة القائلة "تسمح وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري بإعطاء فرصة التعليق والمشاركة والمساهمة في التفاعل الفوري عبر المضامين المقدمة" بنسبة قدرت ب 88.81%، تليها نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأيا محايدا ب 9.39%، في حين سجلت نسبة المبحوثين المعارضين لنفس العبارة ب 1.81%، بينما بلغ متوسط الاتجاه 2.77 والذي يعكس اتجاها ايجابيا نحو العبارة.

يرجع هذا الاتجاه الايجابي الى ان الطلبة تقريبا كلهم موافقون على العبارة أعلى الجدول، لأن وسائل الاعلام الجديدة سمحت لهم بإبداء رأيهم حول المضامين والمواضيع والقضايا التي تهمهم، وأيضا لأن الوسائل الجديدة من مميزات التفاعلية والتواصل الفوري بطريقة مباشرة.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (29) يبين الاتجاه نحو العبارة السادسة والعشرون.

جعلت وسائل الاعلام الجديدة من الشباب الجزائري مشارك في صنع الحدث.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
80.38%	213	71	موافق
17.36%	46	23	محايد
2.26%	6	6	معارض
100%	265	100	المجموع
	2.65		متوسط شدة الاتجاه

تشير نتائج الجدول الى ان أغلبية المبحوثين موافقون للعبارة القائلة "جعلت وسائل الاعلام الجديدة من الشباب الجزائري مشارك في صنع الحدث" بنسبة قدرت ب 80.38%، فيما سجت نسبة المبحوثين الذين كان لهم رأياً محايداً ب 17.36%، أما نسبة المعارضين لنفس العبارة فبلغت ب 2.26%، أما متوسط شدة الاتجاه بلغ 2.65 مما يعكس اتجاهها ايجابياً نحو العبارة أعلى الجدول.

يعود الاتجاه الايجابي نحو العبارة السالفة الذكر الى ان وسائل الاعلام الجديدة (الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب...) جعلت الشباب الجزائري يشارك الحدث التي تبثها مضامينها من أخبار في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية... فالشباب أصبح بإمكانهم مشاركة الحدث من خلال تصوير الحدث سواء بالصور او بالفيديو ونشره في صفحاته الشخصية، والتعليق عليه بالإضافة الى مشاركة أصدقائه في وجهات نظر معينة حيال القضية المطروحة، ومن خلالها تقوم مختلف وسائل الاعلام الجديدة بإحصائيات للوصول الى نتائج وجهة نظر وتوجهات الشباب للموضوع المطروح.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (30) يبين الاتجاه نحو العبارة السابعة والعشرون.

لا يستطيع الشباب الجزائري التعليق او التفاعل مع الأخبار المقدمة عبر وسائل الاعلام الجديدة إلا بالاتصال بالانترنت.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
54.48%	73	73	موافق
29.85%	40	20	محايد
15.67%	21	7	معارض
100%	134	100	المجموع
1.34			متوسط شدة الاتجاه

نلاحظ من خلال الجدول ان أكبر نسبة للمبحوثين كانت للموافقين قدت ب 54.48% ،حول العبارة القائلة "لا يستطيع الشباب الجزائري التعليق او التفاعل مع الأخبار المقدمة عبر وسائل الاعلام الجديدة إلا بالاتصال بالانترنت"، تليها نسبة 29.85% من المبحوثين المحايدين ،فيما سجلت نسبة 15.67% للمبحوثين المعارضين لنفس العبارة السابقة ،اما بالنسبة لمتوسط شدة الاتجاه 1.34 والذي يعكس اتجاهها سلبيا نحو العبارة.

يعود الاتجاه السلبي نحو العبارة المذكورة أعلى الجدول الى ان الطلبة يعتبر الانترنت هي المزود الرئيسي للحصول على الأخبار باعتبار ان أغلبيتهم وافقوا على انهم لا يستطيعون التفاعل والتعليق إلا بالاتصال بالانترنت ،التي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الانسانية ،مثل البريد الالكتروني ،المجموعات الاخبارية ،المنتديات ،الدرشة.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (31) يبين الاتجاه نحو العبارة الثامنة والعشرون.

جل الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري تتجاوز كل الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
87.91%	240	80	موافق
9.52%	26	13	محايد
2.56%	7	7	معارض
100%	273	100	المجموع
2.73			متوسط شدة الاتجاه

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) ان نسبة المبحوثين المؤكدين للعبارة القائلة "جل الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري تتجاوز كل الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية" قد بلغت 87.91%، فيما قدرت نسبة المحايدين للعبارة السالفة الذكر 9.52%، اما نسبة الذين عارضوا العبارة فقد سجلت ب 2.56%، اما متوسط شدة الاتجاه فقد بلغ 2.73 والذي يعكس اتجاهها ايجابيا نحو العبارة.

ويرجع الاتجاه الايجابي لاتجاهات الطلبة عينة الدراسة الى أن بيئة الاتصال أصبحت بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان، حيث يمكن لمستخدم وسائل الاعلام الجديدة الوصول الى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها والاختيار المناسب لها.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (32) يبين الاتجاه نحو العبارة التاسعة والعشرون.

لا يستطيع الشباب الجزائري الاعتماد على وسائل الاعلام الجديدة لمعرفة الأخبار فقط.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
47.18%	67	67	موافق
33.80%	48	24	محايد
19.01%	27	9	معارض
100%	142	100	المجموع
	1.42		متوسط شدة الاتجاه

من خلال نتائج الجدول يظهر لنا بأن أكبر نسبة للمبحوثين المؤيدين للعبارة القائلة "لا يستطيع الشباب الجزائري الاعتماد وسائل الاعلام الجديدة لمعرفة الأخبار فقط" بلغت 47.18%، والرتبة الثانية كانت للمبحوثين الذين كان لهم رأياً محايداً- لنفس العبارة بنسبة 33.80%، وبلغت نسبة المعارضون للعبارة السالفة الذكر ب 19.01%، وبلغ متوسط الاتجاه 1.42 مما يعكس اتجاهها سلبياً نحو العبارة. يعود هذا الاتجاه السلبي الى ان الطلبة يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة ليس فقط لمواكبة الأحداث والأخبار، بل يستخدمها في مجالات أخرى كالدردشة، التعرف على الأصدقاء، البحوث العلمية، تبادل الآراء وغيرها من مختلف الاستخدامات لما لها من مزايا عديدة لتوفرها على أحدث التطبيقات التي تخدم الطالب الجزائري بحكم تخصصه.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

جدول رقم (33) يبين الاتجاه نحو العبارة الثلاثون.

سرعة وسائل الاعلام الجديدة في نشر الأخبار يجعل الشباب الجزائري على اطلاع دائم على الاحداث وأكثر اقبالا عليها.			العبارة
النسبة المئوية	التكرار المرجح	التكرار	نوع الشدة
87.54%	246	82	موافق
12.10%	34	17	محايد
0.36%	1	1	معارض
100%	281	100	المجموع
	2.81		متوسط شدة الاتجاه

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلبية المبحوثين عينة الدراسة موافقون على العبارة القائلة "سرعة وسائل الاعلام الجديدة في نشر الأخبار يجعل الشباب الجزائري على اطلاع دائم على الأحداث وأكثر اقبالا عليها" قد سجلت ب 87.54%، فيما تلتها نسبة الطلبة المحايدين للعبارة السالفة الذكر 12.10%، وتليها في المرتبة الثالثة نسبة الطلبة المعارضين لنفس العبارة بنسبة قدرت ب 0.36%، ام فيما يخص متوسط شدة الاتجاه فقد بلغ 2.81 الذي يعكس اتجاها ايجابيا نحو العبارة.

يعود ويرجع هذا الاتجاه الايجابي الى ان وسائل الاعلام سهلت على الطلبة سرعة الحصول على المعلومات فوسائل الاعلام الجديدة جعلت عملية الحصول على أي معلومة أسهل وأسرع، مما جعلها الوسيلة الأولى للصحافة والإعلام، فلقد أصبح الحصول على المعلومات من بلدانٍ أخرى أمراً سهلاً وسريعاً. لأن بفضل وسائل الاعلام الجديدة أصبح بمقدور الطلبة التواصل فيما بينهم بسهولة، حتى وإن كانوا في بلدانٍ مُختلفة، بفضل تكنولوجيا الاتصال الصوتي والمرئي أيضاً، فأصبح بإمكان المُعترضين الاطمئنان على أهلهم في بلدٍ آخر، مما جعل الحياة أسهل للجميع.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

1- حساب متوسط شدة الاتجاه للمؤشرات:

(متوسط شدة المؤشر = مجموع متوسط شدة الاتجاه الخاصة بعبارات المؤشر / عدد العبارات)

وعليه فمجموع متوسط شدة الاتجاه الخاصة ب :

الفرضية الاولى:

- المؤشر الأول (الصحافة المكتوبة) فقد بلغ 2.18 وهو ما يعكس اتجاهها مترددا.
- المؤشر الثاني (الاذاعة) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.20 وهو ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الثالث (التلفزيون) بلغ متوسط الشدة 2.27 وهو ما يعكس ترددا في الاتجاه ايضا.
- المؤشر الرابع (الانترنت) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.17 وهو ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الخامس (مواقع التواصل الاجتماعي) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.80 ما يعكس اتجاهها ايجابيا.

ما يلاحظ أن أغلب اتجاهات الطلبة الجزائريين حول عبارات المؤشرات كانت محايدة ما يعكس أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن الوسائل القديمة، وفي نفس الوقت يواكبون التكنولوجيات الجديدة التي يعتبرونها مصدرا مهما للحصول على مستجدات الأحداث وهذا ما اوضحه المؤشر الخامس الذي ظهر في اتجاه ايجابي.

الفرضية الثانية:

- المؤشر الاول (نشر الأخبار) بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.82 ما يعكس اتجاهها سلبيا.
- المؤشر الثاني (سهولة الاستخدام) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.32 ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الثالث (الفورية والآنية) بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.99 وهو ما يعكس اتجاهها سلبيا.
- المؤشر الرابع (الواقعية) بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.76 ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الخامس (حرية التلقي) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.55 ما يعكس اتجاهها ايجابيا.

تشير اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو مؤشرات الفرضية الثانية المذكورة اعلاه الى انه يوجد اتجاهات سلبية وايجابية وترددا في الاتجاه ما يعكس ان توجهاتهم مختلفة وغير متجانسة فيما يخص وسائل الاعلام التقليدي والتي لا يعتبرونها الاولى في نشر الأخبار ،ولا يرونها تبث الخبر في صورته الواقعية ،غير أنهم لهم الحرية في اختيار الوسيلة التي يميلون اليها لانتقاء اخبارهم.

الفرضية الثالثة:

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

- المؤشر الاول (التفاعلية) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.25 ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الثاني (اللامحدودية) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.73 ما يعكس اتجاها ايجابيا.
- المؤشر الثالث (الشيوع والكونية) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.07 ما يعكس ترددا في الاتجاه.
- المؤشر الرابع (السرعة) بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.81 ما يعكس اتجاها ايجابيا.

من خلال نتائج المؤشرات للفرضية الثالثة يتضح وجود تردد في الاتجاه وأيضا يوجد اتجاه ايجابي نحو عبارات المؤشرات المذكورة اعلاه، مما يعكس ان اتجاهات الطلبة بين التردد والايجابية نحو وسائل الاعلام الجديدة كمصادر الأخبار باعتبارها تتميز بعدة خصائص ومزايا تميزها عن وسائل الاعلام التقليدية كالتفاعلية والتعليق والمشاركة في صنع الحدث والسرعة.

2- حساب متوسط الاتجاه نحو الفرضيات:

(متوسط شدة الاتجاه للفرضية=مجموع متوسط شدة الاتجاه للمؤشرات / عدد المؤشرات)

وعليه :

- مجموع متوسط شدة الاتجاه للمؤشرات = 31.92
- عدد المؤشرات = 14 مؤشر $2.28 = 14/31.92$
- 2.28 والذي يعكس ترددا في الاتجاه.

3- حساب متوسط الاتجاه نحو الموضوع:

(متوسط شدة الاتجاه نحو الموضوع= مجموع متوسط شدة الاتجاه للفرضيات/ عدد الفرضيات)

وعليه:

- مجموع متوسط شدة الاتجاه للفرضيات = 6.46
- عدد الفرضيات = 3 $2.15 = 3/6.46$
- 2.15 والذي يعكس ترددا في الاتجاه.

2- النتائج العامة للدراسة:

- بعد إجراء الدراسة الميدانية حول "اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد" توصلنا الى النتائج التالية:
- 1- أكدت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين غير مهتمين بالصحيفة كمصدر للأخبار على غرار الوسائل التقليدية الأخرى.
 - 2- أثبتت نتائج الدراسة انه لدى الشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو التلفزيون كوسيلة مهمة لنقل الأخبار.
 - 3- أكدت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة مهتمين بالوسائل الجديدة كمصدر للأخبار لتميزها بالسرعة في نقل الأحداث والأخبار.
 - 4- لدى الشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مواقع التواصل الاجتماعي التي تعرض مختلف المواضيع التي تشبع حاجاتهم ورغباتهم من الناحية الاخبارية.
 - 5- بينت نتائج الدراسة أن اغلبية الشباب لا تتوافق بعض الأخبار التي تنشرها وسائل الاعلام التقليدية مع اهتماماتهم الشخصية.
 - 6- لدى الشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو حرية انتقائهم للأخبار من اي وسيلة حسب ميولاته لها.
 - 7- أكدت الدراسة أنه لدى الشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو الوسائل الجديدة كمصادر للأخبار لأنها تسمح لهم بالتعليق والمشاركة والمساهمة في التفاعل الفوري عبر المضامين المقدمة وأنها تجعلهم مشاركا في صنع الحدث.
 - 8- أثبتت نتائج الدراسة ان سرعة وسائل الإعلام الجديدة من الناحية الإخبارية فاقت كل الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية لذلك فهي تعد الوسائل الأكثر اقبالا عليها.

3- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

لقد سعت الدراسة الى اختبار ثلاث فرضيات رئيسية هي:

أ- لدى الشباب الجزائري اهتمام بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة كمصادر للأخبار.

- نلاحظ من خلال نتائج الدراسة الميدانية ان شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 1: (الصحيفة) قدر ب 2.18 وهو اتجاه محايد متردد ،مما يعني ان أغلب الشباب الجزائري لا يهتم بالصحيفة كمصدر للخبر .
 - نلاحظ من خلال نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 2:(الاذاعة) قدر ب2.20 وهو اتجاه متردد ،مما يعني أن فئة من الشباب الجزائري تهتم بالإذاعة وتستمع لها أي لمضامينها الإخبارية التي تهمة ،بينما هناك فئة أخرى من الشباب الجزائري لا تهتم بالإذاعة ولا تعتبرها مصدرا لتزويده بالأخبار .
 - أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر 3:(التلفزيون)قدر ب 2.27 وهو اتجاه محايد مما يعني ان المواضيع التي يطرحها التلفزيون تحقق اشباعا للشباب الجزائري من الناحية الإخبارية وانه يعد أهم وسيلة لنقل الأخبار .
 - أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 4:(الانترنت)بلغ 2.17 وهو اتجاه متردد ،مما يعني أن أغلب الشباب الجزائري يتصفح الانترنت لأنها تزوده بالأخبار والمعلومات التي تساعده في معرفة آخر المستجدات المحلية العالمية.
 - اثبتت الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 5:(مواقع التواصل الاجتماعي)قدر ب 2.80 وهو اتجاه ايجابي ،مما يعني أن أغلبية الشباب الجزائري يعتبر موقع الفيس بوك من أهم الوسائل الاعلامية الجديدة التي تزوده بالأخبار وترصد له كل ما هو جديد في مختلف المجالات التي له ميل اتجاهها .
- وهذا يعني أن فرضية الدراسة قد تحققت جزئيا، لأن نتائج الدراسة الميدانية أثبتت أن أغلب الشباب الجزائري لديه تردد في الاتجاه.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

ب- للشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الأخبار التي تقدم عبر وسائل الإعلام التقليدية.

- أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 1:(نشر الأخبار) قدر ب 1.82 وهو اتجاه سلبي ،مما يدل على أن أغلب الشباب الجزائري غير موافق على أن وسائل الإعلام التقليدية تعتبر الأولى في نشر الأحداث والأخبار،ولا تنشر الخبر في صورته الحقيقية ،كما أن هناك بعض الأخبار لا تتوافق واهتمامات الشباب الجزائري.

- بينت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 2:(سهولة الاستخدام) قدر ب 2.32 وهو اتجاه متردد ما يدل على أن معظم الشباب الجزائري يستطيع استخدام وسائل الاعلام التقليدية بحكم انه متعلم ومتقف.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم3:(الفورية والآنية) قدر ب 1.99 وهو اتجاه محايد ،وهو ما يدل على أن معظم الشباب الجزائري متردد في اتجاهه لأن هناك فئة توافق على أنه يستطيع الحصول على أي خبر عن طريق أي وسيلة تقليدية ،كما انه يستطيع الحصول عليها وقت وقوعها مباشرة ويمكن الاطلاع عليها من بيته،في حين أن هناك فئة لا توافق على ذلك.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 4:(الواقعية)قدر ب 1.76 وهو اتجاه سلبي ،ما يدل على أن الشباب الجزائري غير موافق تماما على ان وسائل الاعلام التقليدية ومن خلال مضامينها التي تقدمها تحاكي ما يحدث في جميع انحاء العالم بصورة واقعية هذا ما يتضح حول اتجاهه نحو العبارتين رقم 22 و 23 .

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 5:(حرية التلقي) قدر ب 2.55 وهو اتجاه ايجابي ،مما يدل على أن أغلب الشباب الجزائري يوافق على ان لديهم الحرية في اختيار الوسيلة التي يريدون انتقاء أخبارهم منها حسب ميولاتهم لها يتضح ذلك عي العبارة رقم 24.

وهذا يعني أن فرضية الدراسة تحققت جزئيا ،لأن نتائج الدراسة الميدانية أثبتت أن أغلب الشباب الجزائري لديه تردد في الاتجاه.

الاطار الميداني.....عرض البيانات وتحليلها

ج- لدى الشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الأخبار التي تقدم عبر وسائل الإعلام الجديدة.

- أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 1:(التفاعلية) قدر ب 2.25 وهو اتجاه محايد ،ما يدل على أن أغلب الشباب الجزائري موافق على أن وسائل الاعلام الجديدة تسمح لهم بالتعليق والمشاركة والمساهمة في التفاعل الفوري عبر المضامين والمواضيع التي تبثها ،كما انها تجعل من الشباب الجزائري مشاركا في صنع الحدث ،لأن اتجاههم كان قوي نحو العبارتين 25 و 26 .

- أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 2:(اللامحدودية) قدر ب 2.73 وهو اتجاه ايجابي ،ما يدل أن جل الشباب الجزائري يوافقون على ان كل الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة تتجاوز كل الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 3:(الشيوع والكونية)قدر ب 2.07 وهو اتجاه محايد ،ما يدل على أن الشباب الجزائري بين الموافق والغير موافق حول انه لا يستطيع الاعتماد على وسائل الاعلام الجديدة لمعرفة الأخبار فقط ،بل يمكن ان يتعدى ذلك الى استعمالها في استخدامات أخرى.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن شدة الاتجاه نحو المؤشر رقم 4:(السرعة) قدر ب 2.81 وهو اتجاه ايجابي ،وهذا ما يدل على أن أغلب الشباب الجزائري لديه اتجاه قوي نحو هذا المؤشر وهو موافق تماما على ان سرعة وسائل الاعلام الجديدة في نشر الأخبار يجعل الشباب الجزائري على اطلاع دائم على الأحداث وأكثر اقبالا عليها.

وهذا يعني ان فرضية الدراسة قد تحققت جزئيا ،لأن نتائج الدراسة الميدانية أثبتت أن أغلب الشباب الجزائري لديه تردد في الاتجاه.

خاتمة:

توصلت دراستنا الى ان اتجاهات طلبة قسم العلوم الانسانية نحو مصادر الأخبار بين الاعلام التقليدية والجديدة كانت اتجاهات ايجابية ،وذلك من خلال خصائصها التي تسمح للطلبة بالتعرف على مختلف الأحداث الحاصلة وإحاطته بكل التفاصيل وأهم المستجدات ،وبتقديم حرية التفاعل والتعبير عن آرائه ،وذلك من خلال دمج الوسائل التقليدية في الوسائل الجديدة.

اما عن اتجاهاتهم نحو وسائل الاعلام التقليدية فقد ظهر اتجاه سلبي ،لأنه اتجاههم نحوها بين التردد والسلب في حين طغت السلبية على الحياد، على غرار وسائل الاعلام الجديدة التي أثبتتها دراستنا في أن وحسب اتجاهات الشباب الجزائري نحو العبارات كانت معظمها ايجابية لما تحمله من مزايا جعلت الشباب أكثر اقبالا عليها واهتمام بها أكثر من اي وسائل أخرى.

قائمة المراجع:

أ- الكتب:

- 1- ابو العطا مجدي محمد: المرجع الاساسي لمستخدمي الانترنت ,المكتبة العربية لعلوم الحاسب ,القاهرة ,مصر ,ط1, 2000.
- 2- احسان محمد الحسن :مناهج البحث الاجتماعي ,دار اسامة للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,ط1, 2005.
- 3- احمد خليل الصالحي : فن الخبر الصحفي ,دار اسامة للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,ط1, 2015.
- 4- أديب مروة: الصحافة العربية نشأتها وتطورها ,منشورات دار مكتبة الحياة ,بيروت ,لبنان ,ط1, 1961.
- 5- اسماعيل ابراهيم :فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق ,دار الفجر للنشر والتوزيع ,الهرم ,مصر ,ط1, 1998.
- 6- اسماعيل محمود حسن :مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير , مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ,القاهرة ,مصر ,ط1, 1998.
- 7- انشراح الشال: الدش والانترنت والتلفزيون -في اطار علم الاجتماع الإعلامي المدينة برس ,القاهرة ,مصر ,دط, 2003.
- 8- بشار عباس:العرب والانترنت والجوانب الاجتماعية ,دار نشر ,عكاظ ,السعودية ,دط, 2009.
- 9- تيسير مشاركة:مدخل الى الدراسات الاعلامية ,منشورات بيت القدس ,رام الله ,فلسطين ,دار الشروق ,عمان ,الاردن ,ط1, 2002.
- 10- جمال ابو شنب:نظريات الاعلام والاتصال ,المفاهيم ,المدخل النظري القضايا ,دار المعرفة الجامعية ,القاهرة ,مصر ,ط1, 2008.
- 11- جمال العيفة:الثقافة الجماهيرية ,منشورات جامعة باجي مختار ,عنابة ,الجزائر ,دط, 2003.
- 12- حارث عبود ,مزهري العاني :الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي ,دار الحامد للنشر والتوزيع ,ط1, 2015.

- 13- حارث عبود ومزهر العاني: **الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي**, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2015.
- 14- حسن عماد مكاوي, ليلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**, الدار المصرية اللبنانية للنشر, القاهرة مصر, ط3, 2002.
- 15- حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, مصر, ط4, 2003.
- 16- حسين عبد الحميد واحمد رشوان: **اصول البحث العلمي**, مؤسسة شباب الجامعة, دط, مصر, 2006.
- 17- درويش كمال, الخولي امين: **اصول الترويج واوقات الفراغ**, مدخل العلوم الإنسانية, دار الفكر العربي, مصر, دط, 1990.
- 18- الدسوقي عبده ابراهيم: **وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري**, دار الوفاء الدنيا الطباعة والنشر, مصر, ط1, 2004.
- 19- الدسوقي عبده ابراهيم: **التلفزيون والتنمية**, دار الوفاء لدنيا الطباعة, الإسكندرية مصر, ط1, 2004.
- 20- ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: **اساليب البحث العلمي الاسس النظرية والتطبيق العلمي**, دار صفاء للنشر والتوزيع, عمان - الاردن, ط2, 2008.
- 21- رضا عبد الواجد امين: **الصحافة الالكترونية**, دار الفجر للنشر, ط1, القاهرة, مصر, 2007.
- 22- سعود صالح كاتب: **الاعلام الجديد وقضايا المجتمع**, المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي, جامعة الملك عبد العزيز, السعودية, 2011.
- 23- سعود صالح كاتب: **الاعلام القديم والإعلام الجديد**, مكتبة الشروق للنشر, جدة, السعودية, دط, 2003.
- 24- سيد ريان: **الاعلام الجديد**, دار الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع, القاهرة, مصر, ط1, 2012.
- 25- شريف درويش اللبان: **مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت**, دار العالم العربي للنشر, القاهرة, مصر, ط1, 2011.
- 26- صابر فلحوط ومحمد البخاري: **العولمة والتبادل الاعلامي الدولي**, دار علاء الدين للنشر والتوزيع, دمشق, سوريا, دط, 1999.

- 27- عادل همام عبود: الاعلام وتوجهاته المعاصرة، دار مجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، دط، 2014.
- 28- عاطف عدلي ونهى عاطف العبد: نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دط، 2008.
- 29- عباس مصطفى صادق: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، ورقة عمل: صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الاعلام والاتصال، ابو ظبي، الامارات، ص 17.
- 30- عبد الرزاق الدليمي: التحرير الصحفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، دط، 2012.
- 31- عبد العزيز شرف: مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، دط، 1989.
- 32- عبد اللطيف حمزة: الاعلام اه تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دط، 2002.
- 33- عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، ط1، 2003.
- 34- عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، دون سنة النشر.
- 35- العربي عثمان محمد: الانترنت الانتشار والاستخدام، دار المجد للنشر والتوزيع، تونس، دط.
- 36- عصام سليمان : المؤتمر الدولي حول الاعلام الجديد لتكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 ابريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ط2009.
- 37- علي بن هادية: القاموس المدرسي، ط7، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1991.
- 38- علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط1، 2014.
- 39- غسان عبد الوهاب الحسن: الصحافة التلفزيونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط1، 2013.
- 40- فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، 1998.
- 41- فاروق ابو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب للنشر، القاهرة، مصر، ط2، 1992.

- 42- فاروق عبده فليبه ومحمد عبد المجيد: لسلوك التنظيمي في ادارة المؤسسة التعليمية , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة , عمان , الاردن , ط1 , 2005.
- 43- فاضل البدراني: اسس التحرير الصحفي والتلفزيون والالكتروني , دار الكتاب الجامعي للنشر , الامارات العربية المتحدة , ط1 , 2015.
- 44- فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: اسس ومبادئ البحث العلمي , مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية , مصر , ط1 , 2007.
- 45- فايز عبد الله الشهري : التحديات الامنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة , دار الحكمة للنشر والتوزيع , دبي , السعودية , ط1 , 2003.
- 46- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , ط1 , 1998.
- 47- فؤاد الساري : وسائل الاعلام النشأة والتطور , دار اسامة للنشر والتوزيع , عمان , الاردن , ط1 , 2015.
- 48- كامل محمد الغربي : اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية , دار الثقافة للنشر والتوزيع , عمان - الاردن , ط1 , 2009.
- 49- ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي , نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب , القاهرة , مصر , ط1 , 2002.
- 50- ماهر عودت الشمالية , محمود عزة اللحام , مصطفى يوسف الكافي : الأعلام الرقمي الجديد , دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع , عمان , الأردن , ط1 , 2015.
- 51- مجدي عبد العزيز ,رامي عطا صديق : التحرير الصحفي علم ومهارة وفن , المعهد الدولي العالي للإعلام , القاهرة , مصر , ط1 , 2016.
- 52- محمد تيمور عبد الحسيب , ومحمود علاء الدين : الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال , دار الشروق , القاهرة , مصر , ط1 .
- 53- محمد جلال سيد غندور : استخدام التدريسين للانترنت , دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات , دار نشر , القاهرة , مصر , ط1 , 1999.
- 54- محمد حسن محمد حمادات : السلوك التنظيمي و التحديات المستقبلية في المؤسسات التربوية , دار الحامد للنشر و التوزيع , عمان , الاردن , ط1 , 2008.

- 55- محمد خليل عباس وآخرون:مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان الأردن ،ط3 ،2011.
- 56- محمد زيان عمر:البحث العلمي مناهجه وتقنياته ،دار الشروق للنشر والتوزيع ،السعودية ،ط1 ،1983.
- 57- محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،مصر ،ط1 ،1988.
- 58- محمد شحاتة ربيع:قياس الشخصية ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان ،الاردن ،ط1 ،2008.7.
- 59- محمد شكري سلام :ثورة الاتصال والإعلام من الإيديولوجيا الى الميديولوجيا نحو رؤية نقدية ،مجلة عالم الفكر ،العدد1 ،المجلد 32 يوليو/سبتمبر 2003.
- 60- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم ،عالم الكتب ،القاهرة ،مصر،ط1 ،2005.
- 61- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ،دار الفكر للنشر والتوزيع ،بيروت ،لبنان ،ط1 ،1987.
- 62- محمد عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ،القاهرة ،مصر ،ط1 ،2003.
- 63- محمد عبد الحميد:نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ،عالم الكتب ،القاهرة ،مصر ،ط3 ،2004.
- 64- محمد عبيدات وآخرون:البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ،عمان-الاردن ،ط1 ،1998.
- 65- محمد محمد الطنوبي:نظريات الاتصال ،مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية ،الاسكندرية ،مصر ،ط1 ،2001.
- 66- محمد مزيان :القيم والاتجاهات في علم الاعلام والاتصال ،ط1،الجزائر،دون دار نشر،2005.
- 67- محمد منير حجاب:اساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط1 ،2002.
- 68- محمود عزت اللحام ، مروى عصام صلاح :الاتجاهات الاعلامية الحديثة في الصحافة الدولية ،ط1،دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع ،عمان،الاردن 2015.

- 69- محمود علاء الدين :تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي ,مجلة عالم الفكر ,عدد خاص من الاعلام المعاصر ,الكويت ,دط ,1994.
- 70- محمود علم الدين :الصحافة في عصر المعلومات ,العربي للنشر والتوزيع ,القاهرة ,مصر ,دط ,2000.
- 71- مرزوق عبد الحكيم العادلي:الاعلانات الصحفية-دراسة في الاستخدامات والاشباعات- دار الفجر للنشر والتوزيع ,ط1,القاهرة ,مصر,2004.
- 72- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد : نظريات الاتصال ,دار النهضة العربية ,القاهرة ,مصر ,دط ,2006.
- 73- مرفت محمد كامل الطرابيشي :مدخل الى صحافة الاطفال ,دار الفكر العربي ,القاهرة ,مصر ,ط1, 2003.
- 74- مصطفى المصمودي:النظام الاعلامي الجديد ,عالم المعرفة ,العدد 94 ,المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ,الكويت ,اكتوبر1985 .
- 75- مصطفى محمد عيسى فلاتة: الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم ،مطابع جامعة الملك سعود ,الرياض ،السعودية ,دط ،1997.
- 76- مصطفى يوسف كافي :الاعلام التفاعلي ,دار الحامد للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,ط1 ,2016.
- 77- معن خليل عمر :مناهج البحث في علم الاجتماع ,دار الشروق ,عمان ,الاردن ,ط1 ,2004.
- 78- ميلفن ديلفير وساندرا بول روكيتش :نظريات وسائل الاعلام ,ترجمة كمال عبد الرؤوف ,الدار الدولية ,القاهرة ,مصر ,دط ,.1993
- 79- نبيل راغب: العمل الصحفي ,الشركة المصرية العالمية للنشر ,القاهرة ,مصر ,دط ,1999.
- 80- نبيل عبد الهادي: تشكيل السلوك الاجتماعي ,دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ,عمان ,الاردن ,ط1, 2011.
- 81- نجوى عبد السلام فهمي:التفاعلية في المواقع الاخبارية العربية على شبكة الانترنت ,المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ,المجلد الثاني ,العدد الرابع ,اكتوبر -ديسمبر ,2001.
- 82- نزها الخوري :أثر التلفزيون في تربية المراهقين ,دار الفكر اللبناني ,بيروت ,لبنان ,ط1 ,1997.

- 83- هريبرت اشيلر: **المتلاعبون بالعقول** ،ترجمة عبد السلام رضوان ،عالم المعرفة ،العدد 234 ،المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ،الكويت ،مارس 1999.
- 84- هيثم الهيتمي: **الاعلام السياسي والإخباري في الفضائيات** ،دار اسامة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ،الاردن ،2008.
- 85- وجيه محجوب: **اصول البحث العلمي ومناهجه** ، دار المناهج للنشر والتوزيع ،عمان ،الاردن ،ط2، 2005.
- 86- ياس خضير البياتي: **الاتصال الرقمي امم صاعدة وامم مندهشة** ،دار البداية للنشر والتوزيع ،عمان الاردن ،ط1، 2015.
- 87- ياس خضير البياتي: **الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة** ،دار البداية ناشرون وموزعون ،عمان ،الاردن ،ط1، 2014.
- 88- يعقوب يوسف الكندي : **طرق البحث الكمية والكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية** ،سلسلة الكتب الجامعية ،مجلس النشر العربي ،الكويت ،ط1، 2006.

ب- المعاجم والقواميس:

- 1- خيضر شعبان : **مصطلحات في الاعلام والاتصال** ،دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، 1422.
- 2- كرم شلبي : **معجم المصطلحات الاعلامية (عربي-انجليزي)** ،دار الشروق للنشر ،القاهرة ،مصر ،ط1، 1989.
- 3- محمد جاسم لعبيدي وباسم محمد ولي : **مصطلحات في الاعلام والاتصال**،دار اللسان العربي،ط1،الجزائر،1422.
- 4- مسعود: **الرائد (معجم الفبائي في اللغة والإعلام)** ،ط3 ،لبنان ،دار العلم للملايين ،2005.
- 5- مي العبد الله: **المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام والاتصال** ،المشروع العربي لتوحيد المصطلحات ،دار النهضة العربية للنشر والتوزيع ،بيروت ،لبنان ،دط ،2014.

ج- الكتب الأجنبية:

- 1- Michèle Mattelart et Armand : **Histoire des Théories de la communication** ،la Découverte et syros ،paris ،France ،3^{ème} édition ،2002.

- 2-Lallise Jean :**La Communication de la Transmission à la relation**
Boeck et Laicier ,Bruxelles ,2^{ème} édition ,2006.
- 3-Ollivier Bruno :**Les science de la Communication Théories et acquis** ,Armand Colind ,Paris ,France ,2007.
- 4-Terry Flew :**New Média** ,an introduction ,Oxford University Press
,2008.

د- الدراسات الجامعية:

- 1- باديس لونيس,جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت ,دراسة في استخدامات واشباعات, طلبة جامعة منتوري ,قسنطينة ,مذكرة ماجستير ,غ منشورة,قسم علوم الاعلام والاتصال ,كلية العلوم الانسانية والاجتماعية,الجزائر, 2007-2008.
- 2- خلاف بومخيلة:جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة ,دراسة استخدامات واشباعات ,طلبة جامعة منتوري ,قسنطينة ,مذكرة ماجستير ,غ منشورة ,قسم الاعلام والاتصال ,الجزائر ,2006-2007.
- 3- صفوان عيصام حسيني :**الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999** ,اطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال ,جامعة الجزائر ,اكتوبر 2005.
- 4- طاهر ابو زيد : **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني واثرها على المشاركة السياسية** ,رسالة ماجستير في العلوم السياسية ,كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ,جامعة الازهر ,غزة ,فلسطين ,منشورة ,سبتمبر 2012.
- 5- عباس مصطفى صادق :**مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية** ,ورقة عمل :صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد ,جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ,كلية الاعلام والاتصال ,ابو ظبي ,الامارات.
- 6- عبد الله ممدوح مبارك الرعود :**دور الشبكات الاجتماعية في التغيير السياسي في تونس ومصر** ,مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام ,كلية الاعلام ,جامعة الشرق الاوسط ,2011/2012.

7- قنيفة إيناس: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الاعلان على شبكة الانترنت ،مذكرة ماجستير في علو الاعلام والاتصال :كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة منتوري ،قسنطينة ،الجزائر ،2009-2010.

8- ليندة ضيف: دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.

9- محمد المنصور :تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ،دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا ،رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ،الأكاديمية العربية في الدانمرك ،منشورة ،كلية الآداب والتربية ،2012.

10- محمد فرج عبد السميع :دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق ،دراسة منشورة ،وزارة السياحة ،القاهرة ،مصر ،2012.

11- منال قدواح :اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية ،مذكرة ماجستير ،غ منشورة ،قسم الاعلام والاتصال ،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة منتوري ،قسنطينة ،الجزائر ،2007-2008.

12- نوال بركات:انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية ،دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع ،اتصال وعلاقات عامة ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،2015/2016.

هـ - المجالات والجرائد:

1- ب.م: توقف بعد 70 عاما من البث، سوق الكلام، (يومية الخبر)، العدد 4235، 2004/11/4.

2- زاهر راضي :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية ،العدد 15 ،جامعة عمان الاهلية ،الاردن ،2003.

3- محمد شكري سلام :ثورة الاتصال والإعلام من الإيديولوجيا الى الميديولوجيا نحو رؤية نقدية ،مجلة عالم الفكر ،العدد 1 ،المجلد 32 يوليو/سبتمبر 2003.

4- نجوى عبد السلام فهمي:التفاعلية في المواقع الاخبارية العربية على شبكة الانترنت ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد الثاني ،العدد الرابع ،اكتوبر -ديسمبر ،2001.

و- المواقع الالكترونية:

- 1- www.algomhuria.net.eg/tadrib/moh/04/htm يوم 2018/03/05 على الساعة 13:08.
- 2- www.press.amuntada.com/t115/topic من طرف : بلعربي كاتيا ,يوم السبت 11:12، 2013/02/26pm.
- 3- نقلا عن :صلاح سلام مقالة بعنوان **علاقة بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد** ,يوم 05 ديسمبر 2015 ,جريدة الانباء www.anbaaonline.com
- 4- <https://ar.wikipedia.org>
- 5- <http://www.pemag.com/encyclopedia/term/47936/new.media> متاح بتاريخ 2015/01/09

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول :

اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الاخبار بين الاعلام التقليدي والإعلام الجديد

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ام البواقي-

إشراف الاستاذة الدكتورة:

- زينب خليفة

إعداد الطالبة :

- صبيحة صاحبي.

ملاحظة:

بعد التحية والتقدير ,

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة الماستر حول الموضوع المذكور أعلاه ,هذه الاستمارة تحتوي على اسئلة فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص ,المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا جزيلا على تعاونك.

السنة الجامعية :

2018/2017

المحور الأول: البيانات الشخصية :

- 1-الجنس : - ذكر - انثى
- 2-السن : - [22-18] - [25-22] - [28-25]
- 3-المستوى التعليمي:
- ثانوي - جامعي

مقياس الاتجاه :-

المحور الثاني : اهتمام الشباب الجزائري بوسائل الاعلام التقليدية

والجديدة كمصادر للأخبار:

- 1- الصحيفة هي أكثر وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري اليوم كمصدر للأخبار.
- موافق - محايد - معارض
- 2- الصحيفة تساعد على معرفة الأخبار وكل ما هو جديد عن الوطن والمواطنين.
- موافق - محايد - معارض
- 3- تعد الاذاعة أكثر وسيلة يهتم بها الشباب الجزائري من الناحية الإخبارية.
- موافق - محايد - معارض
- 4- لا تحتاج الاذاعة الى تركيز كبير في عملية التلقي للأخبار.
- موافق - محايد - معارض
- 5- تقدم الإذاعة مواضيع وأخبار تهتم كل فئات المجتمع.
- موافق - محايد - معارض
- 6- التلفزيون اهم وسيلة اعلامية في نقل الأخبار لدى الشباب الجزائري.
- موافق - محايد - معارض
- 7- التلفزيون أكثر وسيلة قادرة على نقل الأخبار وقت وقوعها مباشرة.

- موافق - محايد - معارض
8- لا يستخدم الشباب الجزائري التلفزيون لمشاهدة الأخبار إلا نادرا.

- موافق - محايد - معارض
9- يركز الشباب الجزائري عند تصفحهم للانترنت على معرفة الاخبار بالدرجة الاولى.

- موافق - محايد - معارض
10- لا يستخدم الشباب الجزائري دائما الانترنت لمعرفة الاخبار.

- موافق - محايد - معارض
11- مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الجزائري لمعرفة اخبار المجتمع والعالم.

- موافق - محايد - معارض
12- يتصفح الشباب الجزائري الأخبار عن طريق الفيس بوك.

- موافق - محايد - معارض
13- لا يستخدم الشباب الجزائري التويتر لمعرفة الاخبار إلا نادرا.

- موافق - محايد - معارض
24- يفضل الشباب الجزائري الاطلاع على الاخبار من خلال اليوتيوب.

- موافق - محايد - معارض

المحور الثالث: للشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الاخبار التي تبث

او تقدم عبر وسائل الاعلام التقليدية.

25- تعد وسائل الاعلام التقليدية الوسائل الاولى في نشر الاخبار.
- موافق - محايد - معارض

26- وسائل الاعلام التقليدية تنشر الخبر في صورته الحقيقية.
- موافق - محايد - معارض

27- لا تتوافق بعض الاخبار التي تنشرها وسائل الاعلام التقليدية مع اهتمامات الشباب الجزائري.

- موافق - محايد - معارض
28- يستطيع اي شخص مهما كان مستواه العلمي استخدام وسائل الاعلام التقليدية.

- موافق - محايد - معارض

29- يستطيع الشباب الجزائري الحصول على اي خبر عن طريق اي وسيلة تقليدية.

- موافق - محايد - معارض

30- يستطيع الشباب الجزائري من خلال وسائل الاعلام التقليدية الحصول على الاخبار فور وقوعها مباشرة.

- موافق - محايد - معارض

31- سهلت وسائل الاعلام التقليدية نقل الاخبار والمعلومات للشباب الجزائري حيث اصبح بإمكانه الاطلاع عليها من بيته.

- موافق - محايد - معارض

32- المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية تحاكي ما يحدث في جميع انحاء العالم بصورة واقعية.

- موافق - محايد - معارض

33- لا يستطيع الشباب الجزائري ان يتفاعل مع مختلف الاخبار التي تقدمها وسائل الاعلام التقليدية عند وقوع حدث معين.

- موافق - محايد - معارض

34- للشباب الجزائري حرية انتقاء الأخبار التي يحتاجها وتشبع رغباته حسب ميولاته للوسيلة.

- موافق - محايد - معارض

المحور الرابع: للشباب الجزائري اتجاهات ايجابية نحو مصادر الأخبار

التي تقدم عبر وسائل الاعلام الجديدة :

35- تسمح وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري بإعطاء فرصة التعليق والمشاركة والمساهمة في التفاعل الفوري عبر المضامين المقدمة.

- موافق - محايد - معارض

36- جعلت وسائل الاعلام الجديدة من الشباب الجزائري مشارك في صنع الحدث.

- موافق - محايد - معارض

37- لا يستطيع الشباب الجزائري التعليق او التفاعل مع الاخبار المقدمة عبر وسائل الاعلام الجديدة إلا بالاتصال بالانترنت.

موافق - محايد - معارض

38- جل الأخبار والمعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام الجديدة للشباب الجزائري تتجاوز كل الحدود الجغرافية والزمانية والمكانية.

موافق - محايد - معارض

39- لا يستطيع الشباب الجزائري الاعتماد على وسائل الاعلام الجديدة لمعرفة الاخبار فقط.

موافق - محايد - معارض

40- يحصل الشباب الجزائري على الأخبار عبر وسائل الاعلام الجديدة بوقت قصير .

موافق - محايد - معارض

41- سرعة وسائل الاعلام الجديدة في نشر الأخبار يجعل الشباب الجزائري على اطلاع دائم على الاحداث وأكثر اقبالا عليها.

موافق - محايد - معارض