

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال التخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

## معالجة الصحافة الإلكترونية للإستفتاء 01 نوفمبر 2020 الخبر والشروق أولان- نموذجاً



إعداد الطالبتين:

كهلوفة مختارية

كهن قنونة نسرين

أعضاء لجنة المناقشة:

ب/ لحياني فاطمة ..... أستاذ محاضر.....جامعة مستغانم..... رئيسا

ب/ عيسى عبيدي نورية..... أستاذ محاضر..... جامعة مستغانم..... مشرفة

أ/ صفاح أمال..... أستاذ محاضر.....جامعة مستغانم..... مناقشا

السنة الجامعية: 2021 / 2020

# دعاء

اللهم إذا أعطيتني مالا لا تأخذ سعادتني وإذا أعطيتني قوة لا تأخذ عقلي

وإذا أعييتني نجاحا لا تأخذ تواضعي وإذا أعطيتني تواضعا لا تأخذ اعتزازي بكرامتي

اللهم لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس إذا فشلت بل ذكرني دائما بان الفشل

هو التجارب التي تسبق النجاح

اللهم إذا جردتني من المال فترك لي الأمل وإذا جردتني من النجاح فترك لي قوة العناد حتى أتغلب

على الفشل.

# الإهداء

الحمد لله حمداً كثيراً يليق بجلال وجهه الكريم الذي أمدنا بالقوة لننجز هذا البحث

نهدي عملنا المتواضع هذا إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما.

إلى إخوتي رمز الحب والوفاء وإلى كل الأهل.

## الشكر والعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين  
نتقدم بشكرنا الخاص إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة عيسى عبيدي  
نورية على إرشاداتها ونصائحها من أجل إتمام هذا العمل المتواضع.  
جزيل الشكر والعرفان لكل الأساتذة الأفاضل قسم العلوم الإنسانية  
شعبة علوم الإعلام والاتصال.  
والشكر موصول إلى كل موظفي مكتبة كلية العلوم الاجتماعية على  
مساعدهم لنا.

## ملخص الدراسة:

يأتي هذا البحث المرسوم بمعالجة الصحافة الإلكترونية الجزائرية الخاصة بجريدتي "الشروق أولاين والخبر" للمواضيع الخاصة بالاستفتاء 01 نوفمبر 2020 الخاص بالتعديل الدستوري، حيث لعبت هاتين الأخيرتين دورا مهما في إيصالها للمضمون بطريقة محفزة على الاقتراع بأسلوب موضوعي واستغلالها ليوم الاقتراع المصادف لاندلاع الثورة الجزائرية مما يلامس مشاعر المجتمع الجزائري بحجة بناء جزائر جديدة، هذا ما حفز أكثر التوجه إلى الانتخاب عن طريق ما قدمته الجريدتين الإلكترونيتين من مقالات وأخبار خاصة بالاستفتاء، حيث عولجت بطريقة سياسية باستعمال نوع من أنواع الاتصال ألا وهو الاتصال السياسي. معتمدين في ذلك على منهج المسحي الوصفي في تحليل مضمون الرسالة والمنهج المقارن في مقارنة بين الجريدتين، باستخدام تقنية تحليل مضمون.

بهدف معرفة معالجة الصحيفتين لموضوع الاستفتاء وصولا إلى نتائج أهمها أنها عالجت هذا الحدث السياسي باتجاه محايد وبطريقة موضوعية ولم يأخذ من مساحة الجريدة حيث جاءت المواضيع الاستفتاء على شكل أخبار بسيطة.

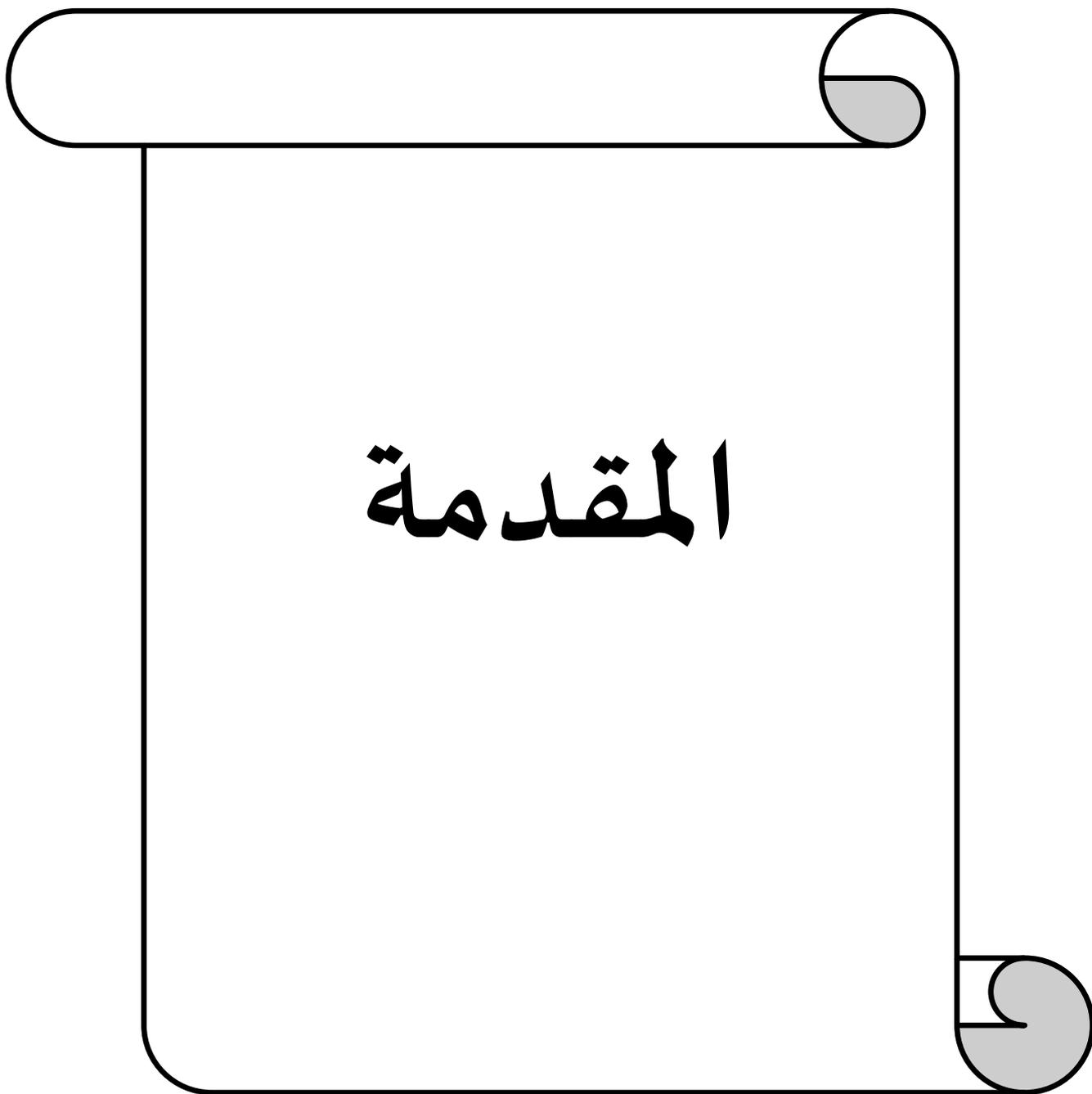
**الكلمات المفتاحية:** {الصحافة الإلكترونية، الاتصال السياسي، الدستور، الاستفتاء}.

**The Algerian electronic press, Al-Shorouk Online and Al-Khabar, addresses the topics of the referendum, November 01, 2020**

### Summary :

Abstract of the study This research comes to address the Algerian electronic press of Al-Shorouk Online newspaper and Al-Khabar for the topics of the referendum on the first of November 2020 regarding the constitutional amendment, where these two last played an important role in delivering the content in a motivating way to approach in an objective way and exploiting them for the polling day sources in the outbreak of the Algerian revolution, which touches feelings of the Algerian society under the pretext of

building a new Algeria. This is more conservative and directed to the election through the articles and news presented by the electronic newspaper regarding the referendum, where in a political way using a kind of political communication, relying on the descriptive survey method in analyzing the content of the message and the comparative method in comparing the new using Content analysis technique. In order to know the treatment of the two newspapers on the subject of the referendum and to arrive at results, the most important of which is that they dealt with this political event in a neutral direction and in an objective way, and it was not taken from the newspaper's area, where the exception topics came in the form of simple news. Keywords: (electronic press, political communication, constitution, referendum)



# المقدمة

## مقدمة

لم يقتصر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حالياً على المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية فقط، بل تجاوز ذلك إلى الممارسات السياسية بمختلف أصنافها بهدف توسيع وتعميق المشاركة السياسية وذلك باستخدام استراتيجية الاقناع للتأثير على المتلقين بفكرة معينة ولم يقتصر الأمر في الصحافة الورقية فقط بل تعدى ذلك للصحافة الالكترونية ومعالجتها لجميع المجالات، ومن أبرزها المجال السياسي باستخدام الاتصال السياسي وهذا راجع للثورة التكنولوجية التي عرفتها وسائل الاعلام.

حيث أصبح الاتصال السياسي يمارس بطريقة احترافية في الوسائل الاعلامية عامة والصحافة الالكترونية خاصة بالاعتماد على الرسالة الاقناعية.

أصبح هذا الاخير علم يدرس في الميادين الاعلامية نظرا باستعانة رجال السياسة بالمضمون الاقناعي من اجل بناء رسالتهم للسيطرة والتأثير على الرأي العام لتغيير موقف هذا الاخير لصالحهم، باستعمال الخطاب السياسي للبحث عن التعاطف والمساندة.

حيث تستعمل هذه الاساليب بصفة خاصة في الحملات الانتخابية بالتركيز على الاستمالات العقلية والعاطفية منها محكمة بأسلوب جميل ولغة مدروسة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور والتأثير عليهم بشكل هائل لصفهم وتأييد أفكارهم ومشاريعهم.

نظرا لهذا العمل والسعي من اجل التأثير والاستقطاب من طرف رجال السياسة لجأ إلى المواقع الالكترونية كونها أصبحت الاكثر استعمالا من طرف الجمهور خاصة في فترة الحملات الانتخابية.

وفي ظل هذا الواقع حاولنا من خلال دراستنا هاته معرفة الطريقة التي عالجت بها الصحافة الالكترونية الجزائرية "الخبر والشروق أولاين" لاستفتاء 01 نوفمبر 2020 الخاص بالتعديل الدستوري يعني دراسة مضمون الرسالة.

فقد قسمنا دراستنا الى ثلاثة إطارات: الإطار الاول المتمثل في الإطار المنهجي حيث تطرقنا فيه بداية إلى الدراسة الاستطلاعية بعدها صياغة الاشكالية والتساؤلات الفرعية، ثم عرض الدراسات السابقة التي ساعدتنا في بناء الدراسة وحددنا المنهج الذي تمثل في منهجي المسحي الوصفي والمنهج المقارن متبعين في ذلك تقنية تحليل المضمون واختيار العينة ومجتمع البحث.

أما في الإطار النظري قسمناه الى فصلين، الفصل الأول خاص بالصحافة الالكترونية تعريفها ونشأتها وأنواعها، الصحافة الالكترونية في الجزائر. والفصل الثاني فقد تطرقنا للاتصال السياسي مفهومه ونشأته والاتصال السياسي عن طريق الوسائل الالكترونية والاتصال السياسي في الجزائر، هذا ما ركزنا عليه في الاطار النظري بكونهم يعتبران المتغيرين الرئيسيين في دراستنا.

في الإطار التطبيقي فقد قمنا بالتحليل الكمي والكيفي والمقارنة لأهم مضامين الرسالة الصحفية الخاصة باستفتاء 01 نوفمبر 2020 في الموقعين الالكترونيين لجريدتي الخبر والشروق أولان، واستعنا بفئات الشكل التي احتصرت عناصرها كالتالي: فئة الوسائط المتعددة، فئة التفاعلية، فئة انواع الصحافة، فئة الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية، بالنسبة لفئات المضمون احتصرت كالتالي: فئة الموضوع فئة الجمهور، فئة الاتجاه، فئة الفاعلين.

لنتتهي في الاخير إلى عرض النتائج العامة للدراسة والمراجع والملاحق.

# الإطار المنهجي

## الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية مطلب منهجي أساسي في البحث العلمي الأكاديمي، ولها أهمية كبيرة فهي بمثابة الموجه الأول التي يستند عليها الباحث تمهيدا لإجراءات البحث من حيث المنهج والأدوات، حتى يتمكن من تحديد موضوعه وضبط عناصره وزاوية دراسته وصياغة التساؤل العام المبدئ وبالتالي من خلالها يستنتج مدى قابلية انجاز بحثه وتعد "تغذية راجعة للباحث من خلال مدى فاعلية خطته المنهجية والاطمئنان مبدئياً على نتائج المتوقعة"<sup>1</sup>.

وهي النقطة التي اعتمدنا عليها قبل بداية دراستنا:

**المجال الزمني:** وهي المدة الزمنية التي تم فيها إجراء الدراسة الاستطلاعية شرعنا فيها مع أواخر شهر أكتوبر 2020 إلى غاية أواخر جانفي من السنة الجارية 2021.

## المجال البشري:

شمل المجال البشري الذي اعتمدناه في دراستنا على مستخدمي الصحافة الإلكترونية بمختلف الفئات العمرية ومن كلا الجنسين.

## إستنتاج عام:

لقد ساعدنا هذا البحث على التعرف أكثر على الجوانب المحيطة بموضوع دراستنا من تعيين المدة الزمنية لإنجاز البحث الى الاطلاع على المقالات او الاخبار المتعلقة بالاستفتاء كما ساعدت في الحصول على مراجع التي تتعلق بمتغيرات الدراسة، بالإضافة الى الدراسات السابقة المتعلقة بموضوعنا ألا وهو معالجة الصحافة الالكترونية للاستفتاء 01نوفمبر 2020"الخبر والشروق اون لاين"

<sup>1</sup>عدنان احمد مسلم-أمال صالح عبد الرحيم-دليل الباحث في البحث الاجتماعي-مكتبة العبيكان-الرياض -ط1-2011-ص

تشكل وسائل الاعلام أحد المحاور الرئيسية التي شغلت بال الكثير من المفكرين في مختلف تخصصات العلوم الاجتماعية لأنها أحد الدعائم الاستراتيجية لبناء مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية والحضارية لكل المجتمعات ومن بين هذه الوسائل هنا الصحافة المكتوبة وهي مجموعة من الصحف التي تنشر في مواعيد منظمة وقد تكون يومية أو أسبوعية أو شهرية، وتتضمن أخبار سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية وما يتصل بها، وقد عرفت هذه الأخيرة تطورات متسارعة أدت إلى تحولات جذرية في البنى المختلفة للمجتمعات، ومع التطور التكنولوجي الذي عرفه قطاع الإعلام والاتصال من تقنيات حديثة ورقمية غير من شكل الممارسة الإعلامية التي أصبحت تتكيف في تعاملاتها مع هذه المعطيات الجديدة، فرضت ظهور نوع جديد من الصحافة تمثل في الصحافة الإلكترونية عرفت على أنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بمواضيع عامة أو ذات طبيعة خاصة وتكون متاحة عبر شبكة الأنترنت.

ونتيجة لتطور هذا النوع من الصحافة فرض على المؤسسات الإعلامية في مختلف الدول على مواكبة هذا التطور بإدراج بما يسمى بالصحافة الإلكترونية وتصويرها كنوع من أنواع الصحافة القائم بذاته والجزائر لا تختلف عن باقي الدول بحيث أصبحت تعتمد عليها حتى ولو بشكل النسخ الإلكترونية للصحافة الورقية كما أنها قد أدرجت عدة قوانين جديدة تحمي الممارسة الإعلامية الإلكترونية وما يجب أن يدرج فيها، وباختصار يمكن القول أن الصحافة الإلكترونية مثلها مثل باقي أنواع الصحف تساهم في تكوين وتوجيه الرأي العام حسب الإيديولوجيات والاستراتيجيات المتاحة منها كالتوظيف السياسي من أجل كسب تأييد لفكرة محددة أو تبرير قرارات أو تعديلات قانونية مما أدى لظهور نوع اتصالي جديد وهو الاتصال السياسي ويقصد به إحداث تأثير على الوضع السياسي للدولة وهو الوضع أو الأوضاع الداخلية والخارجية التي تحدث في الدولة، من بين هذه المواضيع مثلاً التعديل الدستوري وهو مشروع يهدف إلى تعديل دستور الجزائر، وأعلنت الرئاسة الجمهورية الجزائرية عن تنظيم استفتاء على الدستور بتاريخ 01 نوفمبر 2020، وتنافست الجرائد

الإلكترونية في تغطية هذا الخبر ،اختلفت كل جريدة عن الأخرى في طريقة تناول هذا الحدث السياسي فمثلا الشروق أون لاين التي تعتبر النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي تختلف في طريقة عرضها للأحداث السياسية عن النسخة الإلكترونية لجريدة الخبر.

ومن هنا دفعنا الفضول العلمي لطرح الإشكال التالي:

**كيف عالجت الصحافة الإلكترونية الجزائرية الخبر والشروق أون لاين مواضيع الاستفتاء**

**01 نوفمبر 2020؟**

ليتفرع هذا الإشكال إلى عدة أسئلة أهمها:

س1: مامدى إختلاف المعالجة للإستفتاء بين جريدة الخبر والشروق أون لاين؟

س2: ماهي المواضيع التي تناولتها في معالجة الإستفتاء؟

س3: من هم الفاعلين و الجمهور المستهدف؟

س4: ماهي الأشكال التي عالجت بها جريدتي الخبر والشروق أون لاين مواضيع

الإستفتاء ؟

### أسباب إختيار الموضوع:

من بين المراحل أكثر صعوبة في البحث العلمي، هي اختيار موضوع البحث بحيث يكون هذا البحث يضيف أو يثري مجال العلمي وهناك مجموعة من الاسباب التي دفعتنا للغوص في هذا الموضوع.

### الأسباب الذاتية:

الرغبة في التعرف على كيفية معالجة الصحافة الجزائرية الإلكترونية لموضوع استفتاء تعديل الدستور.

ارتباط الموضوع بتخصصنا ألا وهو الصحافة المطبوعة والإلكترونية.

### الأسباب الموضوعية:

- الموضوع حيوي بالإضافة إلى أنه موضوع جديد.
- الظروف الذي جرى فيها الاستفتاء من انتشار وباء كورونا في البلاد ومرض الرئيس وغيابه عن الوطن.

يعتبر مجال البحث العلمي مجال واسعاً تختلف أهدافه وتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفجوة المعرفي الذي يلزمه إزالة الغموض على بعض القضايا و لذلك الهدف من دراسة موضوع معالجة الصحافة الإلكترونية الجزائرية من استفتاء تعديل الدستور 01 نوفمبر 2020.

#### الأهداف التالية :

محاولة التعرف على طريقة معالجة الصحافة الإلكترونية الجزائرية لموضوع الاستفتاء 01 نوفمبر 2020.

التعرف على أهم النقاط التي ركزت عليها الصحافة الإلكترونية في طرح موضوع الاستفتاء.

معرفة مدى تأثير الظروف المحيطة على طريقة وحيز المعالجة للصحافة الإلكترونية لموضوع الاستفتاء.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة بأنها تعالج إحدى مواضيع الساعة، حيث تفيد القارئ والمكتبة بمكاسب معرفية جديدة، باعتبار الموضوع يجمع عدة مواضيع في طياته وارتباطها بالاتصال السياسي.

## تحديد المفاهيم:

**الصحافة:** هي مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة<sup>1</sup>.

**إلكتروني:** الجمع إلكترونيات المنسوب إلى الإلكترونيون.

**بدأ ينتشر العقل الإلكتروني في كل المكاتب:** آلة الحاسوب على مادة الإلكترونيون لإجراء أدق العمليات الحسابية وبأسرع وقت ممكن ويسمى أيضا بالكمبيوتر<sup>2</sup>.

## إصطلاحا:

**الصحافة الإلكترونية:** وهي الصحافة التي تهتم بنشر الأخبار على شبكة الأنترنت أو على وسائط نشر إلكترونية أخرى<sup>3</sup>.

## إجرائياً:

**الصحافة الإلكترونية:** ونقصد بها كل ما ينشر من أخبار ومعلومات من قبل الصحف باستخدام شبكة الأنترنت.

**الإتصال لغة:** وهو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لأخر<sup>4</sup>.

**سياسي لغة:** نقصد به مجموعة من مبادئ ومعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عملية تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة النظم وأشكال الإتصال<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>محمود المسعدي، القاموس الجديد للطلاب، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص 550.

<sup>2</sup> المنجد في اللغة والإعلام، الطبعة الأربعون، دار المشرق، بيروت لبنان، 2003، ص 282.

<sup>3</sup>د.مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة لإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط1، 2014، ص187.

<sup>4</sup>محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ط1، 2006، ص 8.

<sup>5</sup>د. إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة، دار الثقافة للنشر، القاهرة، ط1، 2004، ص 9.

## إصطلاحاً:

**الإتصال:** وهو التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز، من أجل تحقيق هدف معين، وتنطوي على عنصر القصد والتدبير.<sup>1</sup>

**سياسي:** ويقصد به مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات التنظيم وإدارة ورقابة وتقييم مواءمة النظم وأشكال الإتصال.<sup>2</sup>

**الإتصال السياسي:** يشير مفهومه إلى أطراف فاعلة على مسرح الحياة السياسية وتشكل هذه الأطراف والتفاعلات والمنطق قواعد اللعبة البنوية الأساسية التي يمكن البناء عليها لتحقيق التحولات والإصلاح الديمقراطي.<sup>3</sup>

## إجرائياً:

**الإتصال السياسي:** ونقصد به ذلك النوع من الإتصال الذي ينتج في الوسائل الإعلامية عن طريق نقلها للمواضيع السياسية.

**الإستفتاء:** هو أسلوب من أساليب إنشاء الدساتير وشكل من أشكال إشراك الشعب في إقرار نصوص الدستور ويكون ذلك بهدف استفتاء الشعب حولها وهذا نظراً لكون استحالة جمع الشعب وإمكانية توصله إلى وضع النصوص مباشرة من قبله أن هذه العملية تتطلب تقنيات وكفاءات.<sup>4</sup>

**الدستور:** هو مجموعة القواعد الأساسية التي تنظم على أساسها أجهزة السلطة السياسية وتحدد العلاقة بينهما وتقرر حقوق الأفراد وحررياتهم والضمانات التي تكفل هذه الحقوق.<sup>5</sup>

1- مي عبد الله، المرجع سبق ذكره، ص 21.

2- محمد جمال الفار، المرجع سبق ذكره، ص 7.

3- جبار علاوي-الإتصال السياسي-دار أمجد للنشر والتوزيع-عمان-الأردن-2015-ط1-ص19.

4- قاموس المصطلحات القانونية في تسيير شؤون الجماعات المحلية – دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2005، ص 48 – 49.

5- إسماعيل عبد الفتاح، محمود منصور هيبية، النظم السياسي وسياسات الإعلام، مركز الإسكندرية للكتاب، ص 44.

## المنهج المعتمد:

يعتبر المنهج المتبع في إنجاز أي بحث بمثابة مصباح ينير طريق الباحث باعتماد على مجموعة من الخطوات وباختصار الوصول إلى الحقيقة العلمية الموضوعية ولا يمكن أن يتحقق هذا إلى باعتماد على تلك الخطوات وتحليلها تحليلًا منطقيًا وقد عرف موريس انجرس المنهج العلمي على أنه طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال، وعلى إجراءات معترف بها لتتحقق في الواقع<sup>1</sup>.

وبناء على الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها ارتأينا أن المنهج المسحي الوصفي هو المنهج الأنسب لدراستنا لذلك اعتمدنا منهج الوصفي الذي يفسر ويحدد الظروف والعلاقات التي تكون بين الوقائع، وكذلك الممارسات الشائعة، والمعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات، فالوصف رصد حال أي شيء سواء كان وصفاً فيزيائياً أو بيان خصائص مادية ومعنوية لأفراد الجماعات.

كما اعتمدنا على المنهج المقارن في تحليل ومقارنة النتائج لكل من جريدة الخبر وجريدة الشروق أون لاين إذ يعرف على أنه يعتمد على المقارنة في دراسة الظاهرة حيث يبرز أوجه الشبه والاختلاف بين ظاهرتين أو أكثر<sup>2</sup>.

## التقنية المعتمدة:

لاقت دراسات تحليل المحتوى أو المضمون اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين، وأول المهتمين هو الباحث هارولد لازويل ومن هنا تعددت التعريفات لتحليل المضمون كل على حسب اختصاصه.

<sup>1</sup>موريس انجرس-منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-ترجمة بوزيد صحراوي واخرون-دار القصة للنشر-

الجزائر-2004-ص102

<sup>2</sup>صلاح طاليس-المنهجية في دراسة القانون-منشورات زين الحقوقية-لبنان-2010م-ص36.

يعرفه الدكتور "عامر مصباح" بأنه طريقة لقراءة الأفكار والرموز والخصائص النفسية والدوافع والسمات القيادية في خطبات رجال السياسة أو رجال الفكر، أو قادة الرأي أو غيرهم ممن نريد البحث في شخصيتهم ومعرفة أفكارهم وأهدافهم<sup>1</sup>.

ومن هذا التعريف يتضح لنا أن تحليل المضمون لا يعتمد على القراءة الظاهرية للأفكار والرموز بل يتعدى إلى الغوص فيها وسعي فيها إلى كشف الحقائق.

- وبما أن موضوعنا هو دراسة الرسالة فتطلب اعتماد تحليل المضمون كتقنية للدراسة.

حيث ينقسم إلى قسمين : فئة ماذا قيل؟ تمثلت في :

فئة الموضوع.

فئة الجمهور .

فئة الإتجاه .

فئة الفاعلين.

أما بالنسبة لفئة كيف قيل؟ إعتدنا على الفئات التالية :

فئة الوسائط المتعددة.

فئة أنواع الصحافة.

فئة الإستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية.

فئة التفاعلية<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>نور الدين بوزيان – تفاعل المستخدمين مع الصحافة الخاصة خلال الرئاسيات الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف د. عبد القادر مالفى، جامعة مستغانم، 2017 – 2018.

<sup>2</sup> أنظر الملحق رقم 01

### \*مجتمع البحث:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي.

ويعرف في العلوم الإنسانية على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات.

ولهذا تمثل مجتمع دراستنا معالجة الصحافة الإلكترونية لاستفتاء 01 نوفمبر 2020 في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كمجتمع كلي.

### -المعاينة وعينة الدراسة:

تعتبر المعاينة من بين أهم العناصر في المرحلة المنهجية في أي بحث علمي إذ تتطلب أي دراسة علمية إلى أخذ مجموعة من المفردات التي ستخضع للبحث بما يتناسب وموضوع الدراسة وأهدافها، وهذا نتيجة وجود كم هائل لوحدات المجتمع وعدم إمكانية دراسته كله نظراً لعدم توفر الوقت والإمكانات وقد عرف أحمد بن مرسى المعاينة بأنها: "اختيار جزء صغير من مفردات مجتمع بحث الظاهرة المدروسة اختيار عشوائياً أو منتظماً أو تحكيمياً قصدياً، ليشكل هذا الجزء من المفردات المادة الأساسية للدراسة على أساس التوصل على كل المجتمع المذكور"<sup>1</sup> وعلى هذا الأساس اخترنا معاينة غير احتمالية.

وبمأن بحثنا المدروس طبيعته تتطلب بالاستعانة بالعينة المقصودة التي عرفها محمد عبد الحميد بأنها "العينة التي يختار الباحث مفرداتها بطريقة عمدية، طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>نور الدين بوزيان، المرجع سبق ذكره، ص46.

<sup>2</sup>المرجع نفسه 50.

كون استحالة جمع الشعب وإمكانية توصله إلى وضع النصوص مباشرة من قبله<sup>1</sup>.

### الدراسات السابقة:

تمثل مراجعة الدراسات السابقة نقطة مركزية في البحوث الأكاديمية، بل هي القاعدة الرئيسية لبناء جهد بحثي رصين. وهذا بلا شك يؤكد أن الدراسات الأكاديمية لا تبنى من فراغ وإنما هي عملية معرفية تراكمية تنطلق من جهود الباحثين السابقين وغايتها في تحقيق تقدم وإضافة للمعرفة الإنسانية المنجزة، باعتبارها منطلق البحوث الأكاديمية وكونها قاعدة مخرمة لبناء أي دراسة علمية سواء كانت نظرية أو تطبيقية<sup>2</sup>.

لذلك حاولنا بدورنا من خلال هذه الخطوة المنهجية الاطلاع على البحوث السابقة التي تسمح لنا بضبط الموضوع بصفة محكمة وتجنب المزالق والصعوبات التي وقع فيها الباحثون الآخرون من قبل، من بين الدراسات التي اطلعنا عليها والتي تصب في موضوعنا دراسة الأستاذة عيسى عبيدي نورية تحت عنوان استراتيجية الإقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية دراسة تحليلية على عينة من مضامين الموقع الإلكتروني للأحزاب السياسية الجزائرية دراسة تحليلية على عينة من مضامين الموقع الإلكتروني الرسمي لحزب جبهة التحرير الوطني خلال الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 .

### ملخص الدراسة:

تتمحور حول التعرف على استراتيجيات الإقناعية لمواقع الأحزاب السياسية الجزائرية ومن الأهداف التي تسعى إلى بلوغها هي الوقوف على سيرورة الاتصال الحزبي الإلكتروني في الجزائر والتعرف على أبعاد اللغة السياسية في سياق الحملات الانتخابية الجزائرية وعلى الكيفية التي توظف بها الوسائط المتعددة في عملية الإقناع السياسي حيث طرحت الإشكال التالي:

<sup>1</sup> قاموس المصطلحات القانونية في تسيير شؤون الجماعات المحلية-دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع-الجزائر 2009-ص48-49.

<sup>2</sup> مريم بورمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و تأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمين موقع فايسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، باتنة، الجزائر 2011-2012، ص 20.

إشكالية الدراسة: تتمحور إشكالية الدراسة حول:

ماهي الاستراتيجيات الإقناعية التي وظفها الحزب السياسي الجزائري جبهة التحرير الوطني عبر موقعه الإلكتروني الرسمي خلال الفترة الانتخابية لرئاسيات 2014 م.

**الأسئلة الفرعية:**

ماهي المواضيع التي وظفها حزب جبهة التحرير الوطني عبر موقعه الإلكتروني الرسمي خلال فترة حملة انتخابية الجزائرية لرئاسيات 2014 لاستمالة الجمهورية؟  
من هو الجمهور المستهدف في الحملة الانتخابية من خلال المضامين التي عرضت في الموقع الإلكتروني لحزب جبهة التحرير الوطني؟

ماهي الوسائل الإقناعية التي وظفها حزب جبهة التحرير الوطني في الحملة الوطنية الانتخابية عبر موقعه الإلكتروني؟

ماهي اللغة الموظفة في الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 لحزب جبهة التحرير الوطني للتأثير على المستخدمين؟

**المنهج المعتمد:**

منهج كمي كافي باستخدام أداة تحليل المضمون والمقابلة وذلك باعتمادها على الفئات التالية: فئة كيف قيل؟ للإجابة عن الشكل الذي قدم به المحتوى وفئة ماذا قيل؟ للإجابة عن أفكار ومعاني المحتوى، طبق على مجتمع أكبر أو مجموع مفردات وهو مجتمع البحث المستخدم في جميع المواقع الإلكترونية الرسمية للأحزاب السياسية الجزائرية بالاستعانة عينة مقصودة.

لتخلص هاته الدراسة إلى نتائج أهمها: أن الفاعلين الرئيسيين وظفوا من خلال موقع إلكتروني تقنية رد الجميل من خلال تحويل فكرة سلبية على المترشح إلى فكرة إيجابية تساهم في دعمه وهي مرض المترشح عبد العزيز بوتفليقة وأن الجمهور مستهدف هو الشعب عامة.

كما توصلت الدراسة إلى أن الموقع الإلكتروني استعان بفكرة التعبئة ضمن استراتيجية إنشاء المعاني لإنشاء معنى لدى الناخب في استخدام إحصاءات ترمز بشعبية المترشح، وأن الموقع الإلكتروني لجأ إلى إبراز القيم ضمن الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية<sup>1</sup>.

### تعقيب:

لقد أفادتنا هاته الدراسة في كسب رصيد معرفي حول المتغيرين المواقع الإلكترونية والاتصال السياسي اللذان يعتبران أساسيان في دراستنا بحيث تتشابه هاته الدراسة وموضوعنا ألا وهو معالجة الصحافة الإلكترونية لاستفتاء 01 نوفمبر (تعديل الدستور) في نقاط أهمها الصحافة الإلكترونية شجعت على تبني الاستفتاء مع كل الظروف التي واكبت مدة الاستفتاء من مرض الرئيس إلى انتشار وباء كورونا في البلاد، وأن النسخ الإلكترونية للصحافة الورقية الجزائرية لجأت إلى استخدام القيم الثقافية والتاريخية للمجتمع الجزائري. وتختلف دراستنا على الدراسة السابقة في أنها تبحث في تأثير معالجة المواقع الإلكترونية لمواضيع الاستفتاء على فئة الشباب بصفة خاصة.

**الدراسة الثانية:** كانت للأستاذة مجاهد حنان تحت عنوان السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية.

**ملخص الدراسة:** تتمحور هذه الدراسة حول محاولة التعرف على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، للتعرف على معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافعها المختلفة ومدى تأثيره على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي. حيث طرحت الإشكال التالي الذي يتمحور حول "إلى أي مدى يمكن أن يؤثر استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لطلبة العلوم السياسية وطلبة علوم الإعلام والاتصال لجامعة مستغانم" في انتخابات الرئاسية 2014؟

<sup>1</sup> - عيسى عبيدي نورية- استراتيجيات الإقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية- أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال -جامعة مستغانم -تحت اشراف الأستاذ العربي بوعامة- السنة الجامعية 2016-2017.

## الأسئلة الفرعية:

ما حجم اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية؟

مامدى مشاركة أفراد العينة لمناقشة القضايا السياسية المرتبطة بالانتخابات الرئاسية 2014 عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

ما حجم مشاركة أفراد العينة في التصويت في الانتخابات؟ وماهي أسباب المشاركة أو العزوف عن التصويت؟

من بين أهم الفرضيات التي تسعى لتحقيقها هي:

استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الحملة الانتخابية يؤثر على السلوك الانتخابي لأفراد العينة.

يتخذ السلوك الانتخابي عدة أنماط طبقا لمتغيرات (النوع، السن، التخصص، مقر الإقامة).

وقد اعتمدت على منهج الوصفي باستخدام أداة جمع البيانات، حيث اعتمدت على مجتمع البحث، مجموعة من الأفراد أو المؤسسات، والعينة هي غير احتمالية عمدية، قد اختارت الشباب الجماعي كمجتمع للبحث.

أهم النتائج التي توصلت إليها: أن استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الحملة

الانتخابية لم يؤثر على السلوك الانتخابي لأفراد العينة وهو ما يشير إلى تأثير عوامل أخرى في تحديد سلوك الناخبين وهي النتيجة يمكن تفسيرها باستخدام أفراد العينة لصفحات الأحزاب في الموعد الانتخابي لتحقيق إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات والتعبير على الأفكار الخاصة بهم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> -حنان مجاهد- السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي- اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال -جامعة مستغانم-تحت اشراف د. العربيبو عمامة-السنة الجامعية 2014-2015.

## التعقيب:

بعد عرض نتائج هذه الدراسة تبين لنا أن المواقع الإلكترونية لم تؤثر بشكل كبير على السلوك الانتخابي لأفراد مجتمع البحث، وبالنسبة للاختلاف الموجود بين الدراسة السابقة وموضوع بحثنا على أنها ركزت على دراسة أنماط المتغيرات التي تتضمن (النوع، السن، مقر الإقامة، التخصص، مرحلة الجامعة) أما بالنسبة لموضوعنا يركز على كيفية معالجة مضامين التي تناولتها المواقع الإلكترونية.

حيث تتشابه في نوعية الوسيلة المستخدمة، وثانيا المضمون التي تقدمه هاته الوسيلة.

**الدراسة الثالثة:** كانت للأستاذ نورالدين بوزيان بعنوان تفاعل المستخدمين مع الصحافة الخاصة خلال الرئاسيات الجزائرية 2014، دراسة التحليلية لجريدة الشروق اليومي عبر موقعها الإلكتروني.

**ملخص الدراسة:** تهدف هاته الدراسة إلى معرفة طبيعة العلاقة بين جريدة الشروق اليومي والمتفاعلين معها عبر موقعها الإلكتروني أثناء الرئاسيات الجزائرية 2014.

حيث طرح الإشكال التالي: كيف تفاعل المستخدمون مع جريدة الشروق اليومي خلال رئاسيات الجزائرية 2014؟

**الأسئلة الفرعية:**

ماهي أولويات اهتمامات (أجندة الجريدة) جريدة الشروق اليومي خلال الانتخابات الرئاسية 2014؟

ما هي الإستمالات المستخدمة في مضامين الشروق اليومي للتأثير على المستخدمين؟ هل هناك علاقة ارتباطية اجابية بين أولويات واهتمامات الجريدة والمستخدمين؟ واعتمد الباحث هنا منهج المسح باستخدام أداة تحليل مضمون، متحذا فئة المضمون لتحليل المواضيع المطروحة في جريدة الشروق، وفئة الشكل. ومجتمع البحث متمثل في جريدة الشروق اليومي عبر موقعها الإلكتروني باعتماد على مجموعة من العينات: عينة المصدر أو الاسماء، عينة زمنية من فترات الإصدار، عينة من وحدات المحتوى.

أهم نتائج التي توصل إليها: إن الآليات الموظفة من طرف القائم بالاتصال للجريدة تحافظ على الدور التقليدي لوسائل الإعلام المتمثل في التأثير على البناء المعرفي للجماهير<sup>1</sup>.  
**التعليق:**

بعد الاطلاع على هذه الأطروحة وما توصلت إليه من نتائج يتضح أن كل من هذه الدراسة وموضوعنا المتمثل في معالجة الصحافة الإلكترونية لاستفتاء تعديل لاستفتاء تعديل الدستور 01 نوفمبر 2020.

تشارك في دراسة التفاعلية في النسخ الإلكترونية للصحافة الورقية الجزائرية "الشروق أون لاين"، واستخدام نفس الأداة ألا وهي تحليل مضمون.  
غير أنه تختلف دراستنا عن هاته الأخيرة في الباحث اعتمد في دراسته على ترتيب الأخبار على حسب أهميتها باعتماد على نظرية ترتيب الأولويات.

---

<sup>1</sup> - نور الدين بوزيان-تفاعل المستخدمين مع الصحافة الخاصة خلال الرئاسيات الجزائرية 2014 – أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال-جامعة مستغانم-د عبد القادر مالفى- السنة الجامعية 2014-2015.

# الإطار النظري

# الفصل الأول: الصحافة الإلكترونية.

1- مفهومها / نشأتها.

2- أنواع الصحف الإلكترونية.

3- الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

خلاصة.

**تمهيد:**

عرفت الصحافة الإلكترونية على أنها وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط "الميتيميديا" تنشر فيها المعلومات والأخبار عن طريق شبكة الإنترنت، وفي هذا الفصل حاولنا التعرف أكثر على هذا النوع من الصحافة عن طريق عرض مفهومها ونشأتها، وبما أنها لا تختلف كثيرا على غيرها من الصحف لقد تطرقنا كذلك إلى عرض أهم أنواع الصحف الإلكترونية. وبما أن هذا النوع يعتبر نوع جديد فحاولنا التعرف أكثر إلى ربط الصحافة الإلكترونية بالجزائر وما إذ يوجد لذلك خصصنا عنصر خاص سمي بالصحافة الإلكترونية في الجزائر.

## أولاً: مفهومها.

ان مصطلح الصحافة الإلكترونية غالباً ما يشير الى استعمال قواعد المعلومات ولكنه كذلك يشير الى استعمال الأنترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات.

وقد ظهرت الصحافة الإلكترونية بهذا المصطلح كإشارة إلى الصحف الورقية التي تنشر على الإنترنت.

ويرتبط مفهوم الصحافة الإلكترونية بمفهوم آخر أكثر وأعم وهو مفهوم النشر الإلكتروني الذي يستخدم للإشارة الى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات.

-اما ما نحن بصدد التحدث او الحديث عنها هي الصحافة الإلكترونية التي تختص بنقل الخبر وتتناول الأحداث اليومية بأقلام الصحفيين وتحليلاتهم ووجهات نظر الكتاب، مثلما يحدث في الصحافة الورقية.<sup>1</sup>

## نشأة الصحافة الإلكترونية:

من المعروف أن الصحيفة الإلكترونية نشأت ابتداء على الورق بالصورة التقليدية كأى صحيفة عادية، لكن القائمين عليها ارتأوا مجاورة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الأنترنت فأنشأوا لها موقعا على الأنترنت وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل للصحيفة الورقية التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقيا وتوزع بصورة اعتيادية.<sup>2</sup>

فمنذ ظهور الأنترنت باسمأربانت حتى ظهور الوايب عام 1968 وهي في تنامي مستمر حتى أضحت من أهم وسائل الاتصال الحديثة إذ بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم حسب الإحصائيات الأخيرة إلى نحو 5.1مليار متصفح في العالم حتى عام 2008.

<sup>1</sup>علاء الدين ناظرية-مدخل الى الصحافة الإلكترونية(النشأة والتطور والاستراتيجيات)-دار زاهر للنشر والتوزيع-عمان -

2013، ص 11.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص 07.

ومنذ بدايات القرن العشرين نجد أن الصحافتين الورقية والإلكترونية في سباق مستمر حيث أصبحت الصحافة الإلكترونية هي المتقدمة في الوقت الراهن على الرغم من تمسك الصحافة الورقية وبقاءها في الساحة حتى الآن نجد أن الصحافتين لهما تاريخ قديم ومراحل تطور عبر قارات العالم.<sup>1</sup>

### ثانياً: أنواع الصحف الإلكترونية:

من بين أنواع الصحف الإلكترونية نجد صحف خالصة أو كاملة وهي أيضا على

#### صورتين: 1

1- صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضاً أمثلة من الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة، فقد أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم الجبيريا باللغة الفرنسية والإنجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الأنترنت ودون الحاجة إلى الأموال كثيرة ومقر، ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت.

2- نسخ إلكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الأنترنت، وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الأنترنت، وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.
- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علاء الدين ناظورية، المرجع سبق ذكره، ص 07.

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد- الصحافة الإلكترونية- دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة- 2007- ص 97-98.

## ثالثاً: الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تعد الصحف من أبرز وسائل إعلام تأثير اعلى الصعيدين الداخلي والخارجي لدى أي مجتمع، وهي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام الجماهيرية على اختلاف أنواعها، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وضور الأنترنت كوسيط إعلامي فاعل، ولا يخفى أن الجزائر في ظل هذه العولمة التكنولوجية والإعلامية شهدت منذ عام 1996 تحرير شبكة الأنترنت بعد نضال طويل من طرف وسائل الإعلام خلال صيف 1997 بأحدث ما يمكن أن ما نسميه بثورة الناشرين أين أصبح امتلاك موقع إلكتروني على الأنترنت ضرورة تسمح بضمان حضور الجريدة على المستوى العالمي الوايب، ويسمح أيضاً بتفادي أي رقابة وحذف من شأنها منع نشر مقال أو توقيف إصدار الجريدة وهذا كذلك غدته تعددية وسائل الإعلام وانتشارها ارتباطاً بالتعددية الحزبية آنذاك فقبل وقت معين لم تكن هناك تعددية على مستوى المصادر الإعلامية وكان الأنترنت غير متاح للجميع لإلحدود<sup>1</sup>

حيث عرفت الجزائر دخول الأنترنت في مارس 1994م بالربط مع مركز البحث مع

## الإعلام العلمي والتقني

وتوالي الربط مع هيئات أخرى بقدرات وطاقت عالية وكذلك المصادقة في الحكومة رقم 98/25 والذي حدد شروط الاستثمار في ميدان الإنترنت سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني وبهذا تم رفع احتكار الدولة، لذلك أوجد هذا النمو في بيئة الإنترنت مجالا رطباً وخصباً لانطلاق أنواع متعددة من الوسائل الإعلامية أبرزها الصحف الورقية التي أنشأت موقعا إلكترونياً لها أكسبها حضوراً أكثر في هذه البيئة الرقمية، وتتنوع الطرق الاستفادة من خصائص البيئة الاتصالية الرقمية الجديدة هذه وتكنولوجيا الاتصال الحديثة من وسيلة لأخرى، بفعل عوامل مختلفة تقف في مقدمتها مدى توفر امكانات التعامل مع التقنيات الحديثة، والتنوع في طرق عرض ونشر المادة الاعلامية، ليس في نطاق الخصائص الاتصالية لشبكة الانترنت فحسب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سمية بورفكة الصحافة الإلكترونية- الجزائر نموذجا - ، 2018 ط 1 ، ص 19

<sup>2</sup> المرجع نفسه ص 20

انما يتعدى التنوع الى توفير الخدمة الاخبارية عبر تقنيات وتطبيقات حديثة تسعى هذه المواقع والصحف الالكترونية الى توفيرها للمشتركين والقراء. وهنا تتجسد اهمية التطبيقات الاعلامية الحديثة في ضوء التطورات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الالكترونية، لاسيما على شبكة الانترنت، وتبرز في هذا السياق خيارات متعددة في العلاقة بين المستخدم والوسيلة الاعلامية تتجلى في السمة الاكثر استخداما الان لتعزيز هذه العلاقة وهي خيار التفاعلية الذي باتت وسائل الاعلام تتبناه في تعاملها مع مستخدمي شبكة الانترنت في العالم بأسره<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>-سمية بورفقة-المرجع السابق-ط1- 2018- ص 21

**الخلاصة:**

تطرقنا هذا الفصل العرض اهم العناصر المتعلقة بأحد متغيرات الدراسة وهي الصحافة الإلكترونية بحيث شمل هذا الفصل مفهومها ونشأتها وهنا تعرفنا على مراحل تطور هذا النوع من الصحيفة التي بدأت من الورقي الى غاية إن أصبحت في ما هي عليه الآن بحيث أصبحت تواكب الأحداث وتحرص على نقلها فور ووقت حدوثها وخاصة وأنها لا تتطلب مجهودات كبيرة أو حتى توظيف عدد كبير من

المراسلين والصحفيين لنقل الأخبار وذلك لوجود الأنترنت الذي يعتبر هو العنصر الأساسي لوجود مثل هذا النوع من الصحافة كما تطرقنا كذلك إلى عرض أنواع الصحافة الإلكترونية لنجد أنها تحتوي على العديد من الأنواع أهمها: نسخ إلكترونية لصحف ورقية ونسخ إلكترونية محضية.

واحتوى هذا الفصل على عنصر آخر لا يقل أهمية عن البقية تمثل في الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقتترنت بظهور وتطور الانترنت.



## الفصل الثاني: الاتصال السياسي.

1- مفهومه ونشأته.

2- الإتصال السياسي عن طريق الوسائل الإلكترونية.

3-الاتصال السياسي في الجزائر.

خلاصة.

**تمهيد:**

يعتبر الاتصال السياسي من أنواع الاتصال حيث يرتبط هذا الأخير بالجانب السياسي، خاصة في موضوعنا حيث يرتبط هنا بالصحافة ومن خلال هذا الفصل حاولنا التعرف أكثر على مفهوم الاتصال السياسي ونشأته وعلاقته بالإعلام خاصة إذ يقوم بربط أطراف العملية الاتصالية من خلال الرموز والدلالات الخاصة من الإعلام والسياسة، ومع تطور الصحافة الناتج عن تطور الانترنت أصبحت الوسيلة الاعلامية الالكترونية تمارس هذا النوع من الاتصال بطريقة سهلة نوعا ما وهذا ما تطرقنا اليه في عنصر خاص بالاتصال السياسي عن طريق الوسائل الالكترونية للتعرف أكثر على الاتصال السياسي ووظيفته في الاعلام والصحافة.

## أولاً: مفهومه:

إن الاتصال السياسي هو أحد انماط الاتصال الذي يؤدي الى وظيفة سياسية للقائمين عليه، بمعنى أن أهدافه ودوافعه في جوهرها إنما تقتصر على أحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين.

وقد عرف جون ميدو الاتصال السياسي بأنه:

"الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكميته، كما أنه أيضاً يتعلق بالطريقة التي يمكن بها أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسة، وبعبارة أخرى يتعلق الاتصال السياسي بتبادل الرموز والرسائل التي تكون قد شكلتها أو أنتجها النظم السياسية<sup>1</sup>.

## وفي تعريف آخر للاتصال السياسي:

يعد حقلاً دراسياً له أهمية وميادينه وموضوعاته، إذ يتناول المواد الرابطة لأطراف العملية السياسية من خلال اللغة والرموز الخاصة بميدان السياسة والاعلام، فهو يربط الجماهير والجماعات السياسية ووسائل الاتصال ببعضها من خلال تلك الرموز ويستند في ذلك الى اشكال ومستويات مختلفة في اتصال لعل اهمها ثلاثة مستويات.

## المستوى الاول:

يتمثل في اشكال الاتصال التي يقوم بها رجال السياسة والفاعلون في إطار الاجهزة التي ينتمي اليها كالأحزاب والبرلمانات والجمعيات والمنظمات وغيرها.

## المستوى الثاني:

يشمل الاتصال من خلال وسائل الاعلام المختلفة، كالصحافة المكتوبة والقائمين عليها في البلاد اولاً، ثم النشاطات التي يقوم بها الفاعلون السياسيون عن طريق وسائل الاتصال السمعية كالراديو والسمعي البصري، والالكترونية كالانترنت حول الحياة السياسية عامة في الجزائر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-محمد حمدان المصالحة -الاتصال السياسي الدولي- دار وائل للنشر والتوزيع-2009-ط3-ص55

<sup>2</sup> المرجع نفسه ص 56

## ثانيا الإتصال السياسي عن طريق الوسائل الإلكترونية:

مما هو جلي اليوم أن الجمهور يجد مصادر متنوعة للأخبار السياسية، من صحف ومجلات وإذاعات وقنوات فضائية ووسائل الكترونية ..... الخ، هذه الاخيرة التي ظهرت مع تطور البنية التحتية للاتصالات الرقمية حيث أصبحت التكنولوجيا الجديدة تفعل كل ما فعلته التكنولوجيا السابقة بطريقة أفضل، وأكثر سرعة و اقل تكلفة ، فمع وجود الانترنت تغير كل شيء وألغي تفرد كل وسيلة او تقنية من التقنيات السابقة، يقول أحد الباحثين: لقد أضيفت قنوات الاخبار الى قنوات وسائل الاتصال القائمة واصبحت الاخبار نوعا من الترفيه في طريقة تقديمها، لكن الاخبار تعد سياسة فقط، بل اصبحت اخبارا للسياسة والرياضة والاقتصاد والنجوم والاختراعات والفنون وزودت المنازل على نحو متزايد بالحاسبات المزودة بالاتصالات عبر الانترنت ، وتحولت هذه المنازل الى صالات عرض للأحداث ولم يعد ضروريا الذهاب الى موقع الحدث لان الحدث يأتي الى المنزل ، وبفضل التقنيات الجديدة تطورت الصورة بقوة بحيث لم تعد مجرد محاكاة للواقع فأصبحت الصورة تسبق الواقع وتمهد له إنها اصبحت الاساس ، وضحى الواقع نسخة باهتة من الصورة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>فضيل دليو، المرجع سبق ذكره، ص76-77.

## الإتصال السياسي في الجزائر:

صد منشور رقم 04 عن رئيس الحكومة "مولود حمروش" بتاريخ 19-03-1990م حيث جسد نقطة البداية في عهد التعددية واستقلالية الصحافة، فبموجب هذا المنشور ترك الأمر للصحفيين العاملين في المؤسسات الاعلامية العمومية للاختيار اما البقاء في القطاع العمومي، او تأسيس مؤسسات صحفية مستقلة في شكل شركات مساهمة.

أو الالتحاق بصحف جمعيات ذات الطابع السياسي (الاحزاب)، ومنحت في هذا الإطار عدة تسهيلات مالية وإمكانات تقنية ومادية (المقرات، القروض، الرواتب) وتلاه صدور قانون الاعلام الجديد المؤرخ في 03 أفريل سنة 1990م، حيث نص لأول مرة منذ الاستقلال على حية الاعلام والتعددية الاعلامية والسماح للقطاع الخاص بالتواجد في هذا المجال<sup>1</sup>.  
-عموما العمل السياسي في الجزائر يتسم بالموسمية أي يتزامن مع مواعيد انتخابية لكسب أكبر الأصوات لدرجة جعلت السلطات الجزائرية تصف الكثير من الأحزاب بالمجهرية فالواقعيثبت أن عمل الأحزاب متقطع إلى في الفترة الأخيرة بالنسبة لعدد من الأحزاب المعروفة على الساحة الوطنية.

## -الإتصال السياسي الداخلي:

غياب لقاءات دورية تستحق الذكر، يقوم خلالها المناضلون والمنتهمون لحزب ما يطرح قضايا للنقاش ومعرفة رأي القاعدة حولها، حيث تقتصر اللقاءات على التحضيرات لمواعيد حزبية معينة، كالجمعيات العامة وإعداد التقارير، لكن المقصود هو غياب اتصال يسمح للمناضلين وبقية المنخرطين في هذه الأحزاب بالاطلاع على المستجدات، تقديم الاقتراحات، طرح انشغالات، أو حتى الاشتراك في وضع استراتيجيات مصيرية لأحزابهم أولوطنهم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد حمدان المصالحة-الاتصال السياسي-مقترح نظري تطبيقي- ط2-دار وائل للنشر-عمان-الأردن-1422هـ-2002-

م.ص69-70

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 76 - 77.

2- الإتصال السياسي الخارجي: لم يرتقي الإتصال الخارجي لأحزاب، فهو جد ضعيف نتيجة غياب عمل جوارى متواصل مع المواطن فمختلف الأحزاب لا تملك وسائل إعلام خاصة بها، فضلا عن غياب ملصقات أو نشاطات للاقتراب بالاتصال بالمواطن، لدرجة جعلت المنتخب الذي صوت عليه المواطنين لتمثيلهم لا يلتقي بهم عند اقتراب الانتخابات التالية، وهو ما يعكس الشرح الحقيقي الموجود بين الساسة وعامة الناس.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>محمد حمدان المصالحة، المرجع سبق ذكره، ص70

## خلاصة:

استعرضنا في هذا الفصل الاتصال السياسي والذي يعتبر من أحد أنماط الاتصال الذي يؤدي وظيفة سياسية، كما أنه يمكن القول باختصار أن الاتصال السياسي هو عكس لرموز والأفكار السياسية.

وباعتبار قد سبق وأن عالجتنا موضوع الصحافة الإلكترونية ونظراً لوجود ارتباط وثيق بين السياسة والإعلام كان لابد من إدراج عنصر الاتصال السياسي عن طريق الوسائل الإلكترونية للتعرف أكثر على هذا الأخير ووظيفته في هذا النوع من الصحافة لنجد أن التطور التكنولوجي ساعد كثيراً في انتشاره.

كما لا يمكن المرور دون التطرق بالاتصال السياسي في الجزائر الذي مر بمراحل وذلك نظراً للمراحل التاريخية التي مرت بها الجزائر، فانقسم الاتصال السياسي على مرحلتين: مرحلة ما قبل التعددية الحزبية ومرحلة أخرى التي تلت التعددية، لكننا نوضح أنه اقترن وجود الاتصال السياسي بوجود الانتخابات.

# الإطار التطبيقي

### تحليل فئات المضمون:

أولاً: فئة المضمون: تستهدف هذه الفئة الإجابة على التساؤل التالي على ماذا يدور محتوى الجريدتين الإلكترونيتين؟ لأن الوسيلة الإعلامية تعطي للمواضيع التي تتفق مع سياستها التحريرية فيما ينشر منها يعتبر اهم مما لا ينشر.

### تحليل كمي:

النسبة	التكرار	فئة الموضوع
63.63%	28	فئة التصريحات
36.36%	16	فئة الآراء المتضمنة في الجريدة
100%	44	المجموع

### الجدول الخاص بفئة الموضوع

نلاحظ من خلال الجدول الممثل أعلاه أن فئة التصريحات قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 63.63، تليها فئة الآراء المتضمنة في الجريدة بنسبة 36.36 .

الشروق		الخبر		فئة الموضوع
ن	ت	ن	ت	
42.10%	08	80%	20	فئة التصريحات المقدمة
57.89%	11	20%	05	فئة الآراء المتضمنة في الجريدة
100%	19	100%	25	المجموع

### الجدول يمثل النسب المئوية للتصريحات في الآراء المتضمنة في الجريدتين.

يوضح الجدول فئة التصريحات لكل من الخبر والشروق أون لاين حيث نجد فئة التصريحات بلغت نسبة 80 في الخبر ونسبة 42.10 في الشروق، أما بالنسبة لفئة الآراء المتضمنة في الجريدة بلغت 57.89 في الشروق و20 في الخبر.

### التحليل الكيفي:

من خلال قراءتنا المعطيات هذا الجدول ظهر لنا جليا أن كل من موقع الشروق أون لاين ومواقع الخبر اعتمد أون لاين ومواقع الخبر اعتمد على فئة التصريحات في معالجة

إستفتاء 01 نوفمبر وهذا ماتوضحه النسبة المئوية المرتفعة مقارنة بفئة الأراء المتضمنة في الجريدة هذا مايفسر أن تصريحات كل من الوجوه السياسة سواء المنتمية للأحزاب أو البرلمانية كانت المعيار الذي اعتمد عليه كلا التسليط الضوء على الحدث وتقريب واستقطاب جمهور القراء منه.

من هنا وجب الإشارة أن كلا الموقعين الشروق أون لاين والخبر تباينت توظيفها لهذه الخبر فموقع الخبر تباينت توظيفها لهذه الفئة الخبر فموقع الخبر اعتمد على فئة التصريحات بنسبة مئويةكبيرة مقارنة يا ب موقع الشروق اون لاين الذي اعتمد بالدرجة الأولى على فئة الأراء المتضمنة 10 بالمئة عن فئة التصريحات المقدمة.

## تحليل فئة الجمهور

تستهدف هذه الفئة الإجابة على التساؤل التالي: هل توجه هذه المضامين إلى جمهور عام أو خاص وتشير هذه الفئة إلى أفراد أو جماعات مختلفة من بينها: فئة الشعب، فئة الشباب، وفئة الجالية، فئة المرأة.

### التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	فئة الجمهور
60.60%	20	فئة الشعب عامة
18.18%	06	فئة الشباب
9.09%	03	فئة الجالية
12.12%	04	فئة المرأة
100%	33	المجموع

### جدول خاص بفئة الجمهور.

نلاحظ من خلال الجدول الممثل أعلاه أعلى نسبة كانت لفئة الشعب عامة 60.60، تليها فئة الشباب بنسبة بلغت 18.18 والمرتبة الثالثة كانت لفئة المرأة بنسبة 12.12، وفئة الجالية بلغت 9.09%.

الشروق		الخبر		فئة الجمهور
ن	ت	ن	ت	
65%	13	53.84%	07	الشعب عامة
20%	04	15.38%	02	الشباب
10%	02	07.69%	01	الجالية
05%	01	23.07%	03	المرأة
100%	20	100%	13	المجموع

### جدول خاص بفئة الجمهور لكل من جريدة الخبر والشروق الإلكترونيتين.

يبين الجدول الممثل أعلاه نسب فئة الجمهور حيث بلغت فئة الشعب عامة في جريدة الشروق 65 و 53.84 بالمئة في الخبر، وفئة الشباب بلغت في جريدة الشروق 20 بالمئة، في حين بلغت

في جريدة الخبر 15.38، أما بالنسبة لفئة الجالية فبلغت 10 بالمئة في الشروق، في الشروق و7.69 بالمئة في الخبر، وفئة المرأة 23.07 بالمئة في الخبر ونسبة 05 بالمئة في الشروق.

**التحليل الكيفي:** من خلال قرائتنا لنتائج الجدول الخاصة بفئة الجمهور تبين لنا جلياً أن فئة الشعب. حازت على أعلى نسبة مئوية مقارنة بالفئات الأخرى، حيث الجريدتين وجهت مضمون الاستفتاء للشعب عامة بشكل كبير، ولم توجه بشكل خاص لفئة معينة من المجتمع الجزائري، ولم تخصص حيز كبير للمرأة مقارنة بالفئات الأخرى.

حيث ركزت الجريدتين في مضمونها الخاص بالاستفتاء على الشباب بمنظور عام، حيث قامت بتوجيه رسائل تحفيزية من مشروع تعديل الدستوري الجديد حيث نص على أن كل ماجاء في الاستفتاء يخدم الشباب، كما نص كذلك أن الشعب هو الذي قام بإعداده والرئيس هو وافق عليه لاغير وهذا يدل على أن الجريدتين حاولتا تحفيز الشباب من أجل التوجه للاقتراع. عن طريق العملية الاتصالية التي كانت عن طريق الوسائل الإلكترونية وهذا ماسبق وتطرقنا إليه في الجانب النظري.

**فئة الاتجاه:**

نحاول من خلال هذه الفئة معرفة اتجاه الجريديتين من خلال مضامين المتعلقة باستفتاء تعديل الدستور 01 نوفمبر 2020 وتعتبر مهمة في تحديد اتجاه القائم بالاتصال (مؤيد- معارض- محايد) حول تعديل الدستور.

**التحليل الكمي:**

النسبة	التكرار	فئة الاتجاه
34.61%	09	مؤيد
00%	00	معارض
65.38%	17	محايد
100%	26	المجموع

**جدول خاص بفئة الاتجاه**

تبين لنا من خلال الجدول أن الاتجاه في صدارة الاتجاهات المضامين للجريديتين بنسبة تقدر بـ 65.38 بالمئة، تليها اتجاه المؤيد بنسبة 34.61 بالمئة وفئة اتجاه المعارض بنسبة 00 بالمئة.

الشروق		الخبر		فئة الاتجاه
ن	ت	ن	ت	مؤيد
44.44%	08	12.5%	01	مؤيد
00%	00	00%	00	معارض
55.55%	10	87.5%	07	محايد
100%	18	100%	08	المجموع

**جدول خاص بفئة الاتجاه لكل من جريدة الخبر والشروق أون لاين.**

يبين الجدول الممثل أعلاه لفئة الاتجاه لجريديتي الخبر والشروق النسب المئوية لكل من فئة مؤيد التي بلغت 44.44 بالمئة في الشروق و 12.5 بالمئة في الخبر، وفئة معارض 00 بالمئة لكل من الجريديتين.

أما بالنسبة لفئة محايد فبلغت 87.5 بالمئة في الخبر و 55.55 بالمئة في الشروق.

### التحليل الكيفي:

من خلال فقراءتنا للجدول الخاص بفئة الاتجاه تبين لنا أن ككل من موقعي جريدة الشروق أون لاين والخبر قد اتخذتا موقف الحيادية في معالجة الحدث السياسي مع بعض من التأييد فيما لم يكن هناك معارضة من كلا الجريدتين. وهذا ما تفسره النسب المئوية الظاهرة في الجدول.

ومن هنا وجب الإشارة إلى أن موقع الشروق أون لاين اتخذ طابع الحيادي والتأييد بفارق 10 بالمئة لصالح فئة الحيادية حسب ما يظهره الجدول. وهذا ناتج ربما لسياسة الجريدتين المحايدة.

**فئة الفاعلين:**

من خلال هذه الفئة نحاول التعرف على أهم الفاعلين في الجريدتين الإلكترونيتين خلال فترة الاستفتاء. كالشخصيات الحكومية، المجتمع المدني، وشخصيات العسكرية الشخصية الحزبية.

**التحليل الكمي:**

النسبة	التكرار	فئة الفاعلين
58%	29	الشخصيات الحكومية
28%	14	شخصيات المجتمع المدني
00%	00	الشخصيات العسكرية
14%	07	الشخصيات الحزبية
100%	50	المجموع

**جدول خاص بفئة الفاعلين.**

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الشخصيات الحكومية تصدرت المرتبة الأولى بنسبة 58 بالمئة تليها فئة شخصيات المجتمع المدني 28 بالمئة، والشخصيات الحزبية بنسبة 14 بالمئة، والشخصيات العسكرية بنسبة 00 بالمئة.

الشروق		الخبر		فئة الفاعلين
ن	ت	ن	ت	
57.14%	20	60%	09	الشخصيات الحكومية
31.42%	11	20%	03	الشخصيات المجتمع المدني
00%	00	00%	00	الشخصيات العسكرية
11.42%	04	20%	03	الشخصيات الحزبية
100%	35	100%	15	المجموع

**جدول يمثل تكرار ونسب فئة الفاعلين لكل من الخبر والشروق أون لاین.**

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل فئة الفاعلين لكل من الخبر والشروق، حيث بلغت فئة الشخصيات الحكومية 60 بالمئة في الخبر و57.14 بالمئة في الشروق، وفئة الشخصيات المجتمع المدني بلغت نسبة 31.42 بالمئة في الشروق و20 بالمئة في الخبر، في حين أن الشخصيات العسكرية بلغت 00 بالمئة في كلتا الجريدتين.

وبلغت الشخصيات الحزبية نسبة 20 بالمئة في الخبر و11.42 بالمئة في الشروق.

### التحليل الكيفي:

من خلال قراءتنا للجدول الخاص بفئة الفاعلين تعرفنا على أهم الشخصيات الفاعلة التي تضمنتها الجريدة خلال معالجتها لموضوع الاستفتاء "تعديل الدستور" لنلاحظ أن الشخصيات الحكومية تصدرت الشخصيات

وقد سبق وأن سبق تطرقنا للاتصال السياسي في الوسائل الإعلامية إذ يكون ذلك الأخير نتيجة لتأثير الظروف السياسية المحيطة على مضمون الاتصال، بالإضافة إلى كميته وهذا ما لاحظناه في فئة الشخصيات الحكومية التي تعتبر من الشخصيات البارزة وهي من تشكل الحكومة بالإضافة إلى الشخصيات الحزبية وذلك نتيجة للتصريحات والندوات التي قاموا بها هؤلاء في الحملات الخاصة بالترويج للاستفتاء.

إذ نلاحظ أنه هنا يتم ربط الجماهير والجماعات السياسية ووسائل الاتصال ببعضها والجدير بالذكر هنا ومن خلال التحليل فئة الفاعلين أن كل من الجريدتين الخبر والشروق أون لاين ركزوا على الشخصيات الحكومية والحزبية بنسب متقاربة وذلك لأن الاستفتاء يخص كل من السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية وبمأن الدستور موجه لفئة الشعب عامة احتلت شخصيات المجتمع المدني أولويات الجريدة.

تحليل فئة كيف قيل؟: هي تلك الفئات التي تصف محتوى المضمون شكلاً لموضوع الدراسة.

فئة الوسائط المتعددة: اعتمدت هذه الفئة بناءات على طبيعة الموضوع المدروس الذي يبحث في مدى اعتماد الجريدتين "الشروق أولاينو الخبر" «على الوسائط المتعددة من خلال موقعها الإلكتروني في عملية الإقناع، فمن خلال نتائج البحث الاستطلاعي نوصلها الى ان الجريدتين الإلكترونيتين وظفته النصوص المطبوعة والصور الثابتة

**التحليل الكمي:**

الوسائط المتعددة	التكرار	النسبة
النص المطبوع	19	67.85 %
الصور الثابتة	08	28.57 %
الفيديو	01	03.57 %
المجموع	28	100 %

جدول خاص بفئة الوسائط المتعددة.

نلاحظ من خلال الجدول ان اكبر نسبة كانت لفئة النص المطبوع ب 67.85 بالمئة، وفئة الصور الثابتة بنسبة 28.57 بالمئة وتليها فئة الفيديو في الرتبة الثالثة بنسبة 3.57 بالمئة.

فئة الفاعلين		الخبر		الشروق	
ن	ت	ن	ت	ن	ت
08	61.53 %	11	73.33 %		
05	38.46 %	03	20 %		
00	00 %	01	6.66 %		
13	100 %	15	100 %		

جدول خاص بفئة الوسائط المتعددة "مفصل".

يوضح الجدول اعلاه نسب فئة الوسائط المتعددة لكل من الجريدتين "الخبر والشروق اولاين"، حيث نجد ان نسبة فئة النص المطبوع في الشروق بلغت 73.33 بالمئة، بينما بلغت في جريدة الخبر 61.53 بالمئة، وفئة الصور الثابتة بلغت نسبتها 38.46 بالمئة في الخبر

و20 بالمئة في الشروق اولاين اما فئة الفيديو فبلغت 6.66 بالمئة في الشروق اولاين وفي 00 بالمئة في الخبر.

### التحليل الكيفي:

ان التطور التكنولوجي الذي طرأ على الصحافة ادى الى إلزاميتها بتوظيف الوسائط المتعددة وذلك لظهور الثورة المعلوماتية التي أثرت بشكل إيجابي على وسائل الاعلام عامة والصحافة خاصة وبالنظر للجدول الذي بين أيدينا ظهر لنا جليا انه بالرغم من الاستفتاء الذي تطرقنا له إلكترونيا، الا ان موقع الجريدة" الشروق اولاين والخبر "اعتمدا على النص المطبوع بكثرة مقارنة بالفيديو والصورة الثابتة اللذان يعتبران السمة المميزة في الصحافة الالكترونية في الوقت الراهن.

ومن هنا وجب الاشارة ان موقع الشروق اولاين قد استخدم النص المطبوع والفيديو بنسبة أعلى من موقع جريدة الخبر، فقط الاختلاف في الصورة الثابتة التي استخدمت بنسبة أعلى في موقع الخبر مقارنة بموقع الشروق اولاين، ومنه نلاحظ ان نسبة استخدام الوسائط الثلاث كانت أعلى في جريدة الشروق اولاين. وهذا دليل ان موقع الخبر لم يوظف الوسائط الخاصة بالصحافة الالكترونية ولم يعطي اهتمام أكبر لهذا الاستفتاء وعالجه بشكل عادي مثل كل حدث.

### فئة انواع الصحافة:

تستهدف هذه الفئة معرفة مدى اعتماد الجريدتين للقوالب الصحفية في نسختها الالكترونية ومن

خلالها حاولنا معرفة مدى توظيفها للمقال والخبر البسيط والمركب والتقارير.

### التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	أنواع الصحافة
%36.36	04	المقال
%45.45	05	الخبر البسيط والمركب
%18.18	02	التقرير
%100	11	المجموع

### جدول خاص بفئة انواع الصحافة

يشير الجدول الموضح اعلاه الى ان الخبر البسيط والمركب احتل المرتبة الاولى بنسبة 45.45 بالمئة والمرتبة الثانية لفئة المقال بنسبة 36.36 بالمئة، وتليه فئة التقرير بنسبة 18.18 بالمئة.

الشروق		الخبر		فئة انواع الصحافة
ن	ت	ن	ت	
%60	03	%33.33	02	المقال
%40	02	%50	03	الخبر البسيط والمركب
%00	00	%16.66	01	التقرير
%100	05	%100	06	المجموع

### جدول خاص بفئة انواع الصحافة "مفصل"

يبين الجدول النسب المئوية لفئة الانواع الصحفية، نجد أن فئة المقال بلغت 60 بالمئة في الشروق أولان و 33.33 بالمئة للخبر، وفئة التقرير 16.66 بالمئة للخبر و 00 بالمئة للشروق أولان.

## التحليل الكيفي:

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة أنواع الصحافة الأكثر استخداما هو الخبر البسيط والمركب مقارنة بالمقال والتقارير وهذا مايفسر أن موقع الشروق أولاين والخبر اعتمد وبنسبة كبيرة على الخبر البسيط والمركب في تغطية هذا الاستفتاء باعتبار الخبر بشقيه البسيط والمركب حيث القالب الفني الصحفي الأكثر سلاسة واستخداما من طرف الصحفي والأكثر مقروئية من قبل الجمهور المستهدف.

ومن هنا وجب الإشارة أن موقع الخبر اعتمد على الخبر البسيط والمركب بالإضافة الى التقرير مقارنة بموقع الشروق أولاين الذي اعتمد على المقال بالدرجة الاولى في تغطيته للاستفتاء ثم يليه الخبر البسيط والمركب، ومن هنا نلاحظ أن المقال الصحفي والخبر البسيط والمركب هما القالبان الصحفيان الأكثر استخداما في فترة الحملة الانتخابية للاستفتاء، وهذا راجع الى سياسة وطبيعة الجريدتين وبلورتها للأخبار ونشرها لجمهورها.

## فئة الإستimalات المستخدمة في الرسالة الإقناعية:

سناحول في دراستنا هذه رصد الاستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية في مضمون الجريدتين الإلكترونييتين "الخبر والشروق أولاين"، خلال فترة الاستفتاء، حيث انه يعتبر معرفة سبل عرض الرسالة الاعلامية في هذه الفترة يعتبر اساسيا لتحقيق اهداف الدراسة.

## التحليل الكمي:

الاستمالات المستخدمة	التكرار	النسبة
استمالات عقلية	25	40.98 %
استمالات عاطفية	36	59.01 %
المجموع	61	100 %

## جدول خاص بفئة الإستimalات المستخدمة

تشير البيانات الموضحة في الجدول الاساليب الإقناعية التي تضمنتها مواضيع الاستفتاء المعالجة من قبل الجريدتين الإلكترونييتين "الخبر والشروق أولاين"، حيث احتلت الاستمالات العاطفية بنسبة 59.01 بالمئة تليها الاستمالات العقلية بنسبة 40.98 بالمئة.

فئة الإستimalات		الخبر		الشروق	
ت	ن	ت	ن	ت	ن
08	44.44 %	17	39.53 %	إستimalات عقلية	
10	50 %	26	60.46 %	استمالات عاطفية	
18	16.66 %	43	100 %	المجموع	

## جدول يمثّل فئة الإستimalات المستخدمة في كل من الخبر والشروق

يمثل الجدول النسبة المئوية لفئة الاستمالات حيث بلغت الاستمالات العقلية في جريدة الخبر 44.44 بالمئة، وبلغت في الشروق أولاين 39.53 بالمئة. اما بالنسبة لفئة الاستمالات العاطفية بلغت 60.46 بالمئة في الشروق أولاين و 55.55 بالمئة في الخبر.

## التحليل الكيفي:

بالنسبة لفئة الاستمالات المستخدمة في الرسالة، فمن خلال قراءتنا لنتائج الجداول الخاصة بهذه الاخيرة تبين لنا أن فئة الفرعية المتمثلة في الاستمالات العاطفية كانت بنسبة أعلى مقارنة بفئة الاستمالات العقلية أي أن موقع جريدتي الشروق أولاين والخبر اعتمدا على الجانب العاطفي لتأثر على الجمهور المستهدف، باعتبار أن الشعب الجزائري بجميع فئاته وطبقاته عاطفي بدرجة أولى يتفاعل كثيرا مع الاخبار التي تخاطب الذات وهذا ما التمسناه في هذين الموقعين الخاصين بجريدتي الشروق أولاين والخبر.

من هنا وجب الاشارة أن موقع جريدة الشروق أولاين استخدم كل من الاستمالات العاطفية والعقلية بكثرة مقارنة بموقع الخبر، ومنه نلاحظ أن نسبة استخدام فئة الاستمالات بشقيها "العاطفي والعقلي" انفرديتها موقع الشروق أولاين على حساب الخبر.

## فئة التفاعلية

تهدف هاته الفئة إلى معرفة التفاعلية في الجريدتين وإحصاء عدد اللايكات والاطلاع على المنشور والتعليقات، التي تتمثل في مشاركات المتلقين على الموقع الالكتروني للجريدتين حول الاستفتاء.

## التحليل الكمي:

النسبة	التكرار	فئة التفاعلية
%0.18	167	التعليقات
%0.16	149	اللايكات
%99.64	88712	الاطلاع على المنشور
%100	89028	المجموع

## جدول خاص بفئة التفاعلية

نلاحظ من خلال الجدول نسب فئة التفاعلية حيث يوضح فئة التعليقات التي بلغت 0.18 بالمئة، وفئة اللايكات 0.16 بالمئة أما بالنسبة لفئة الاطلاع على المنشور فبلغت 99.64 بالمئة.

الشروق		الخبر		فئة التفاعلية
ن	ت	ن	ت	
% 0.20	136	%0.13	31	التعليقات
%0.09	64	%0.36	85	اللايكات
%99.39	65327	%99.50	23385	الاطلاع على المنشور
%100	65527	%100	23501	المجموع

## جدول خاص بفئة التفاعلية "مفصل"

يتبين من خلال الجدول الممثل أعلاه نسب التفاعلية التي تخص كل من جريدتي الشروق أولاين والخبر حيث بلغت نسبة التعليقات في الخبر 0.13 بالمئة و0.12 بالمئة في الشروق أولاين، وبلغت فئة اللايكات 0.36 بالمئة في الخبر و0.09 بالمئة في الشروق أولاين في حين بلغ عدد الاطلاع على

المنشور 99.50 بالمئة في الخبر وبلغ في الشروق أولاين نسبة 99.39 بالمئة.

### التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجداول المدونة أعلاه الخاصة بفئة التفاعلية التي كانت مخصصة لمواضيع الاستفتاء في فترة الحملة الانتخابية، أن الفئة التفاعلية الكثر بروزا هي فئة التصفح يعني فئة الاطلاع على المنشور بنسبة جد مرتفعة مقارنة بالتعليقات واللايكات، وهذا ما يفسر اعتماد الجمهور القراء على الاطلاع دون ابداء رأيهم في اخبار الاستفتاء وذلك بتصفحهم في كلتا الموقعين لجريدتي الشروق وأولاين والخبر الموالية الحدث السياسي، هذا لاينفي استخدام المتفاعلين للتعليقات واللايكات لكن بنسبة مئوية متوسطة.

من هنا وجب الاشارة ان عدد المتصفحين يعني الاشخاص الذي اطلعوا على المنشور الاستفتائي في موقع جريدة الشروق أولاين الخاص بالحدث السياسي مرتفع مقارنة بعدد المطلعين على موقع جريدة الخبر

اما التعليقات واللايكات نلاحظ تباين في كلا الموقعين، فموقع الخبر عدد اللايكات فيه نسبتها كانت مرتفعة نوعا ما مقارنة بموقع الشروق أولاين، بينما التعليقات كانت نسبتها مرتفعة في موقع الشروق أولاين مقارنة بالخبر.

من هنا يمكننا القول إن موقع الرسمي لجريدة الشروق أولاين كان الاكثر اطلاعا وتصفحا من قبل الجمهور القراء مقارنة بالموقع الرسمي لجريدة الخبر، بالرغم من رسمية موقع الخبر واعتباره أحد المصادر الاساسية في تزويد القراء بالأخبار الرسمية.

## نتائج العامة لدراسة:

### لقد أسفرت النتائج الدراسة على مايلي:

نستنتج من خلال تحليلنا للفئات أهم نقاط:

-بالنسبة لفئة الموضوع أو أوضحت النتائج أن أغلبية الأخبار جاءت على شكل تصريحات وهذا وماوضحته النسبة الأخبار جاءت على شكل تصريحات وهذا ما وضحته النسبة الخاصة بهذه الفئة التي بلغت %63.63

-كما أوضحت النتائج أن مضمون الدستور وجه أكثر وبصفة خاصة إلى الشعب عامة بالإضافة إلى تركيزهم على الشباب أيضا وذلك من يعود إلى النسبة المحققة في كلتا الجريدتين والتي قدرت ب %60.60

-أوضحت الدراسة أن اتجاه الجريدتين كان محايد وذاك لتحقيق هذه الفئة نسبة %55.55.

-أما بالنسبة للشخصيات الفاعلة التي تناولتها الجريدتين خلال الإستفتاء فكشفت الدراسة أن الشخصيات الحكومية هي الأكثر بروزا.

-نستنتج من خلال الدراسة أن الجريدتين الإلكترونيتين خلال اعتمادها على الإستثمارات المستخدمة في الرسالة الإقناعية وظفت أكثر الإستثمارات العاطفية للتأثير على المتلقي وإقناعه بمشروع الاستفتاء حيث بلغت النسبة %60.46

-كشفت الدراسة أن فئة النص المطبوع احتلت المركز الأول بنسبة %67.85 بالرغم من أن الصحافة الإلكترونية تتميز بخصائص كثيرة (كالفيديو والصور المتحركة) إلا أنها لم توظفها.

-أما بالنسبة للقوالب الصحفية المستخدمة في كل من جريدة الخبر والشروق أو ن لاين في معالجة المواضيع الاستفتاء فنجد أن فئة الخبر البسيط والمركب احتلت المركز الأول بنسبة %36.36.

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها تبين لنا ان الصحف الإلكترونية "الشروق والخبر علمت على توظيف فكرة التعبئة وهذا ما يتفق في نتيجة المتوصلة إليها في دراسة السابقة

للدكتورة عيسى عبيد نورية المعنونة باستراتيجية الإقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب،  
أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.

كما تتماشى نتائج دراستنا مع نتيجة لدراسة سابقة للدكتورة مجاهد حنان "السلوك  
الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي،  
أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، في أن استخدام الفاعلين في الاستفتاء في  
الصحف الإلكترونية بأثر على السلوك الانتخابي لأفراد العينة.

الخاتمة

في نهاية دراستنا التي من خلالها حاولنا معرفة الطريقة التي عالجت بها الصحافة الالكترونية الجزائرية لجريدتي "الشروق أولاين والخبر" لمواضيع استفتاء 01 نوفمبر 2020، ومعرفة استراتيجية الاقناعية تعتمد عليها المواقع الالكترونية للتأثير على الرأي العام ومدى استخدامها للاستمالات العقلية والعاطفية في ذلك، وقد توصلنا في هذا أن الموقعين لعبوا دورا مهما في توصيل الرسالة السياسية وتغطيتها لأحداث الحملة الانتخابية التي قام بها المترشحون حيث لم يقصروا بدورهم للاتجاه نحو المواقع الالكترونية من اجل مخاطبة الجمهور بشتى أصنافه، وفي وقت قصير وتكلفة قليلة نظرا للوسائل الاعلامية التقليدية وقد توصلنا كذلك أن جريدتي الشروق أولاين والخبر لم تعطي حيز كبير وذات اهمية خاصة لهذا الاستفتاء نظرا بأنها تتميز بخصائص كثيرة مثل الصور المتحركة والفيديو لكنها لم توفر ذلك خلال تغطيتها للحدث حيث استعانت بفيديو واحد فقط خلال كل تلك الفترة الوجيزة واعتمدت أكثر على المقالات والابحار البسيطة والمركبة وهذا يبين عدم الاهتمام الكبير لهذا الاستفتاء إعطاء حجم عادي.

وتوصلنا ايضا أن جريدتي "الخبر والشروق أولاين" التزما الحياد والموضوعية في هذا الاستفتاء.

ضف على ذلك هاتين الاخيرتين اعتمدتا على الرسالة الاقناعية المتمثلة في استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية، وكانت أكثرها عاطفية نظرا لاعتمادها على يوم الذي برمج فيه الاقتراع المصادف لعيد الثورة وهو 01 نوفمبر حيث استغلت هذا الحدث التاريخي وأسست عليه مضمون الرسالة الصحفية وادراجها لأحداث تاريخية واسلامية من أجل التأثير في عاطفة الجمهور كونه يعتبر الجمهور الجزائري عاطفي بالدرجة الاولى.

وبالنسبة للغة السياسية في الحملة الانتخابية الجزائرية تركز على اللغة الفصحى المتداولة من أجل تسهيل عملية الفهم والاستيعاب للمجتمع الجزائري لأنها موجهة لمختلف أطوار وشرائح المجتمع.

وقد توصلنا من خلال أهداف الدراسة استنتجنا أن أهم النقاط التي ركزت عليها الجريدتين الالكترونيتين في طرح الموضوع أغلبيتها على التصريحات المقدمة من طرف

المتريشين وربط كذلك الاستفتاء بالأحداث التاريخية والمناسبات الدينية التي صادفته، والتركيز على نقاط مستهدف فيها فئة الشباب من أجل إدخال فكرة بناء جزائر جديدة بروح شبابية وغيرها من الوعود هذا يدل على أنها مؤيد لهذا الاستفتاء بطريقة موضوعية والتزمت الحياد في بعض الامور الخاصة بالحكومة.

إن هذه النتائج التي توصلنا اليها لازلت تحتاج الى البحث، نأمل ان تكون نتائج دراستنا نقطة انطلاق لبحوث أخرى في المستقبل حيث ان العمل السياسي في المواقع الالكترونية لا زال جديد في علوم الاعلام والاتصال ويحتاج المزيد من البحث والعمل في هذا الميدان.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### لغة العربية

#### القواميس:

- المسعودي محمود-قاموس الجديد للطلاب-الجزائر-المؤسسة الوطنية للكتاب 1991.  
-قاموس المصطلحات القانونية في تسيير شؤون الجماعات المحلية-دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع-الجزائر-2009.  
-المنجد في اللغة والإعلام-الطبعة الأربعون-دارالمشرق-بيروت-لبنان-2003.

#### الكتب:

- العبد الله مي-المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال-دار النهضة العربية-بيروت-لبنان-ط1-2014.  
المصالحة محمد حمدان-الاتصال السياسي الدولي-مدخل نظري-نموذج تطبيقي-دار وائل للنشر والتوزيع-الأردن-2009-ط3.  
انجرس موريس-منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-ترجمة بوزيد صحراوي- وآخرون-دار القصبه للنشر-الجزائر-2004.  
-أمين رضا عبد الواحد-الصحافة الإلكترونية-دار الفجر للنشر والتوزيع-القاهرة-2007.  
دليوفضيل-الاتصال السياسي في الجزائر-مخبر علم الاجتماع-الاتصال للبحث والترجمة-1431هـ-2014م-جامعة قسنطينة-الجزائر-ط1.  
عدنان أحمد مسلم-أمال صالح عبد الرحيم-دليل الباحث في البحث الاجتماعي-مكتبة الكعيبان-الرياض-ط1-2011.  
علاوي جبار-الاتصال السياسي-دار أمجد للنشر والتوزيع-عمان-الأردن-2015.  
عبد الفتاح إسماعيل-محمود منصور هيئة-النظم السياسية وسياسات الإعلام-مركز الإسكندرية للكتاب.  
-عبد الفتاح علي-الصحافة الإلكترونية في ظل الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية-دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع-عمان-الأردن.

- عبد الفتاح اسماعيل، معجم مصطلحات عصر العمولة، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2004.

- ناطورية علاء الدين-مدخل إلى الصحافة الإلكترونية (النشأة والتطور والاستراتيجيات) - دار زهران للنشر والتوزيع-عمان-2013.

#### الأطروحات والمذكرات:

-بوزيان نور الدين-تفاعل المستخدمين مع الصحافة الخاصة خلال الرئاسة الجزائرية- أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال-تحت إشراف الدكتور عبد القادر مالفى-جامعة مستغانم-2017-2018.

- مجاهد حنان-السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي-أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال-تحت إشراف الدكتور العربي بوعمامة-جامعة مستغانم-2014-2015.

-عيسى عبيد نورية-استراتيجية الإقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب-أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال-تحت إشراف الدكتور العربي بوعمامة-جامعة مستغانم.

# المحتويات

## قائمة المحتويات:

الصفحة	المحتويات
	الشكر والعرفان
	الإهداء
أ-ب	مقدمة
<b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
04	الدراسة الاستطلاعية
05	-الإشكالية
07	أسباب اختيار الموضوع
08	-أهداف الدراسة وأهميتها
09	-تحديد المفاهيم
11	-منهج الدراسة
11	-تقنية الدراسة
13	-مجتمع البحث
13	- المعاينة والعينة
14	-الدراسات السابقة
<b>الإطار النظري للدراسة:</b>	
<b>-الفصل الأول: الصحافة الإلكترونية.</b>	
22	-تمهيد
23	1-مفهومها-نشأتها
24	2-أنواع الصحف الإلكترونية
25	3-الصحافة الإلكترونية في الجزائر
27	-خلاصة
<b>الفصل الثاني: الاتصال السياسي</b>	
29	-تمهيد

30	1- مفهومه ونشأتها
31	2- الإتصال السياسي عن طريق الوسائل الإلكترونية
32	3- الإتصال السياسي في الجزائر
34	الخلاصة
<b>الإطار التطبيقي للدراسة.</b>	
36	* عرض نتائج تحليل مضمون
36	1- فئة الموضوع
38	2- فئة الجمهور
40	3- فئة الاتجاه
42	4- فئة الفاعلين
44	* الفئات التي تجيب على السؤال كيف قيل
44	5- فئة الوسائط المتعددة
46	6- فئة أنواع الصحافة
48	7- فئة الإستimalات المستخدمة في تحليل الرسالة الإقناعية
50	8- فئة التفاعلية
52	نتائج الدراسة.
55	الخاتمة.
57	قائمة المراجع.
60	المحتويات
الملاحق	

الملاحق

## استمارة تحليل مضمون.

نقدم هذه الاستمارة في اطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة و الكترونية، تحت عنوان معالجة الصحافة الالكترونية الجزائرية لاستفتاء تعديل الدستور 01 نوفمبر 2020؛ مستخدمين في ذلك اداة تحليل مضمون التي اخترنا فيها فئات الشكل (فئات كيف قيل؟ وهي فئة الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاعلامية، فئة الوسائط المتعددة فئة اشكال الصحافة).

واعتمدنا على فئات المضمون (فئة ماذا قيل؟ حيث تمثلت في، فئة الموضوع، فئة الجمهور، فئة الاتجاه فئة التفاعل، معتمدين في ذلك على وحدة الفكرة في سياق الفقرة وحدة النص والصورة والفيديو.

●لذلك نطلب من سيادتكم التمعن في التعاريف الإجراءات.

●التمعن في الاستمارة والتطلع على دليلها.

من اعداد الطالبين:

●بلوفة مختارية.

●بن قنونة نسرين.

تحت اشراف الدكتورة:

عيسى عبيدي نورية.

## ❖ فئات المضمون

**اولا: فئة الموضوع:** ونقصد بها كل المواضيع السياسية الاكثر بروزا في محتوى الاستفتاء عبر الموقع الإلكتروني لجريدتي الخبر والشروق. وحدة الفكرة في سياق الفقرة.

1. فئة التصريحات المقدمة: ونعني بها الاقوال المقدمة من طرف المرشحين والبرلمانيين.
2. فئة الاراء المتضمنة في الجريدة: ونقصد بها اراء المتضمنة في الجريدتين.

**ثانيا: فئة الجمهور:** ونقصد بها فئات المجتمع الموجه اليها مضمون الاستفتاء. الوحدة وحدة الفكرة في سياق الجملة.

1. فئة الشعب عامة: ونعني بها كل أفراد المجتمع الجزائري.

2. فئة الشباب: ونقصد بها الشباب الجزائري.

3. فئة الجالية: ونعني بها الافراد المقيمين بالخارج الوطن الجزائري.

4. فئة المرأة: ونقصد بها المرأة بكل شرائها الاجتماعية حاملة للجنسين الجزائرية.

**رابعا: فئة الاتجاه:** ونقصد بها اتجاه الجريدتين " مؤيد - معارض - محايد". وحدة الفكرة في سياق الفقرة.

1. مؤيد: ونقصد بها كل المواضيع المطروحة في الجريدي الداعمة للاستفتاء.

2. معارض: ونعني بها كل المواضيع المعارضة للاستفتاء.

3. محايد: ونعني بها نقل اخبار الاستفتاء بموضوعية وشفافية تامة.

**خامسا: فئة الفاعلين:** تبحث في اهم الفاعلين في مضمون تعليقات المستخدمين مع الجريدتي الشروق اون لاين والخبر. وحدة الكلمة في سياق الجملة.

1. فئة الشخصيات الحكومية: ونعني بها كل من الرموز والايطارت الدولة من وزراء وسياسيين وبرلمانيين.

2. فئة المجتمع المدني: وهم الذين ادوا دورا مهما في اثاره النقاش حول الاستفتاء.

3. فئة الشخصيات العسكرية: ونعني بها كل ايطارات وافراد الجيش الشعبي الوطني الجزائري.

4. فئة الشخصيات الحزبية: ونعني بها رؤساء واعضاء الاحزاب.

## ❖ فئات الشكل:

**اولا: فئة الوسائط المتعددة:** ونعني بها نوع او طبيعة الحامل الاتصالية،(نص،فيديو،صور متحركة او ثابتة) لها علاقة بالاستفتاء 01نوفمبر 2020.

عبر النسخ الالكترونية لجرديتي الشروق والخبر.وحدة النص والصورة والصوت والفيديو.

1. **فئة النص المطبوع:** وهي كل مطبوعة تشمل الخطابات المكتوبة والخصوصية المصاحبة للصور.

2. **فئة الصور الثابتة:** تشمل كل من الصور الفوتوغرافي والرسومات الكاركاتورية وكل ما يتعلق بالاستفتاء.

3. **فئة الفيديو:** نقصد بها كل التسجيلات المتعلقة بموضوع الاستفتاء.

**ثانيا: فئة انواع الصحافة:** ونقصد بها كل القوالب الفنية التي جاءت بها المواضيع المتعلقة بموضوع الاستفتاء من مقالات. خبر بسيط او مركب تقارير. وحدة الخبر والتقرير والمقال.

1. **فئة الخبر البسيط او المركب:** ونقصد به كل الأخبار التي تناولت موضوع الاستفتاء سواء كانت اخبار قصيرة (خبر بسيط) او جاءت في شكل مفصل (خبر مركب).

2. **فئة التقرير:** ونعني بها كل المضامين التي تناولت الاستفتاء بشكل مطول وأكثر تفصيلا.

3. **فئة المقال:** ونعني بها الاخبار المتعلقة بالاستفتاء كما يمكن ايضا ان تكون تناول اخبار ذات صلة بموضوع الاستفتاء.

**ثالثا: فئة الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية:** ونعني بها القدرة على كشف جميع السبل الممكنة لإقناع في كل حالة بعينها.

كما نعني بها ايضا ان القائم بالاتصال في وسائل الإعلام يحاول استغلال مختلف الطرق والاساليب للتأثير في المتلقي واقناعه بوجهة نظر معينة. وحدة الفكرة في سياق الجملة.

1. **فئة الاستمالات العقلية:** ونعني بها كل الافكار العقلية الموظفة في الجريدتين الاقناع الافراد بالتفكير المنطقي.

2. **فئة الاستمالات العاطفية:** ونقصد بها كل التوظيفات المستخدمة للتأثير على عاطفة المتلقي.

رابعاً: فئة التفاعلية: ونقصد بها الاتصال في اتجاهي بين المصدر والمتلقي.

1. فئة التعليقات: ونعني بها كل الكتابة التي تحتوي على تفسيرات التي تكون عبارة عن رد

فعل في الموقع الخاص بجردي الشروق والخبر.

2. فئة اللايكات: ونعني بها عدد الاعجابات في المواقع الإلكترونية الخاصة بالشروق والخبر.

3. فئة الاطلاع على الاخبار: نقصد بها عدد القراءات لكل اخبار المتعلقة باستفتاء

01 نوفمبر 2020 في كلتا الجريدتين.