



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: صحافة مطبوعة والكترونية

تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية لمواقع الفيسبوك
-دراسة تحليلية لصفحة الشروق أون لاين-

اشراف : أ.د. شيرة فلاق صالح

اعداد الطالبة: حساني منال

عواقب المشرقة

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتماء	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة مستغانم	د. بوعمامة العربي
مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	د. شيرة فلاق صالح
مناقشا	جامعة مستغانم	أ. مرواني محمد

امضاء المشرقة بعد الاطلاع على التصحيحات

تاريخ الابداع:/...../2019.

السنة الجامعية: 2018 - 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

إن الحمد و الشكر لله أولاً و قبل كل شيء على توفيقه لي طيلة

مشواري الدراسي، و على تيسير عملي على هذه الدراسة

المتواضعة، و التي ارجوا أن تقدم و لو القليل لكل من يبغى علماً.

في هذا المقام، لا يفوتني أن أشكر الأستاذ المشرف على هذا العمل

الدكتور صالح فلاق شبرة على إشرافه على هذا العمل، على تحمله و

تفهمه و دعمه لي خلال فترة الدراسة.

و أخيراً أود أن أشكر كل من ساعدني و لو بكلمة تشجيع: عائلتي

زوجي، صديقاتي، زملائي و أساتذتي

شكراً



لأنعم بالراحة

إلى من شقي

إلى من جادت به نفسه بحياته من أجل دفعي للنجاح والدي الغالي

إلى التي لم ينقطع دعاؤها بالتوفيق و السداد

إلى صاحبة القلب الكبير والدي الحنونة

إلى من ساندني و كان عوناً لي في دراستي

زوجي و شريك حياتي " شادلي محمد إلياس "

إلى ملائكتي في الأرض و إخوتي و أخواتي

إلى عائلتي الثانية " عائلة زوجي "

اهدي هذا البحث المتواضع راجية من المولى عز وجل أن يجد القبول

و النجاح و التقدير

ملخص الدراسة :

بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال و الإعلام، خلق هذا الأخير نوعاً جديداً من الإعلام هيمن على الإعلام التقليدي و هو الإعلام الاجتماعي أو موقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك منها حيث أصبح هذا الأخير يؤدي مهام الإعلام التقليدي من نقل للأحداث و الوقائع و الأخبار مما فرض على المؤسسات الإعلامية أن تواكب التغيير الذي طرأ و تخلق لنفسها مكانة في هذه الثورة التكنولوجية الحاصلة فقد جاءت هاته الدراسة بهدف اكتشاف المضامين التي تنتجها المؤسسات الإعلامية في صفحات فيسبوك و كيف يتفاعل المستخدمون مع هذه المضامين او المحتويات و قد تناولت هاته الدراسة فصلين احدهما نظري و الآخر تطبيقي كما اعتمدت على منهج دراسة الحالة لتحليل تفاعل المستخدمين مع محتويات صفحة الشروق أونلاين:

و تم التطرق في الفصل النظري إلى:

-الويب 2.0، نشأته و خصائصه.

-دواعي التوجه نحو النشر الإلكتروني.

-الصحفي الإلكتروني.

-شبكات التواصل الاجتماعي.

-نشأة فيسبوك، تعريفه ومجالات استخدامه

بينما تطرقنا في الفصل التطبيقي إلى عرض بيانات المضامين المدروسة و تحليل نتائجها.

Résumé d'études :

Après l'énorme développement technologique que les moyens de communication et média ont témoigné, ce dernier a créé un nouveau genre qui a dominé le média traditionnel, c'est le média social ou les réseaux sociaux spécialement facebook alors qu'il est devenu l'outil qui réalise les tâches du média traditionnel de transmettre les évènements, les faits et les informations ce qui impose les sociétés médiathèques à poursuivre ce changement et créer pour elles-mêmes une position dans cette révolution technologique. Cette étude est réalisée dans le but de découvrir les conceptions lesquelles les sociétés médiathèques produisent sur les pages facebook et comment les utilisateurs, réagissent-ils avec ces conceptions ou les contenus alors que cette étude inclut deux chapitres(théorique et pratique) comme aussi cette étude a adopté une analyse d'un cas pour examiner l'interaction des utilisateurs aux contenus de la page « Echorouk en ligne »

Il est abordé au chapitre théorique à :

- Les origines de web 2.0 et ses caractéristiques.
- Les causes d'orientation à la publication électronique.
- Le journaliste électronique.
- Les réseaux sociaux.
- L'origine de facebook, sa définition et les domaines de son utilisation.

Pendant que nous avons abordé au chapitre pratique à exposer les données des contenus étudiées et l'analyse de ses résultats.

فهرس المحتويات

/	-شكر و عرفان
/	-إهداء
/	-فهرس المحتويات
/	-الفهرس الجداول
/	-ملخص الدراسة
أ-ج	- مقدمة
الفصل الأول: المنطلقات المنهجية للدراسة	
15	-تمهيد
15	-التعريف بالدراسة
16	-إشكالية
18	-تساؤلات الدراسة وفرضياتها
18	-أسباب إختيار الموضوع
20	-أهمية الدراسة
20	-أهداف الدراسة
21	-منهج البحث و أدوات جمع البيانات

28	-مجتمع البحث
29	-عينة البحث
29	-تحديد المفاهيم
36	-الدراسات السابقة
38	-كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة
38	-الدراسة الاستطلاعية
39	-الحدود الزمنية و المكانية للدراسة
40	-الخلفية النظرية
48	-خلاصة الفصل
الفصل الثاني : صحافة الويب 2.0	
50	-تمهيد
50	-نشأة الويب 2.0
56	-ماهية صحافة الويب 2.0
58	-مفهوم الويب 2.0
60	-خصائص الويب 2.0
64	-دواعي التوجه الى النشر الالكتروني
66	-الصحفي الإلكتروني
70	-التفاعلية

73	-ثالوث الاعجاب، التعليق و المشاركة
75	-خـلاصة الفصل
الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي و خصائصها	
77	-تمهيد
77	-نشأة الشبكة الاجتماعية
78	-تعريف شبكة التواصل الاجتماعي
80	-خصائصها
82	-انواعها
87	-نشأة فايسبوك
92	-مميزاته و خصائصه
95	-مجالات استخدام فايسبوك
97	-نموذج عن الصحافة الإلكترونية في الجزائر "الشروق اونلاين"
99	-خلاصة الفصل
الفصل الرابع : تحليل تفاعلات المستخدمين على صفحة "الشروق اونلاين" بفايسبوك	
102	-تمهيد
102	-التعريف بمؤسسة الشروق
106	-التعريف بصفحة الشروق أونلاين
107	-تحليل محتوى التفاعلات

134	-النتائج العامة للدراسة
136	-نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
138	-خاتمة
141	-قائمة المراجع
148	-الملاحق

فهرس الجداول

111	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة طبيعة المضمون لصفحة الشروق اونلاين	01
113	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة الجمهور المستهدف لصفحة الشروق اونلاين	02
115	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة اتجاه المستخدمين لصفحة الشروق أونلاين	03
116	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة القيم المستخدم المتابع لصفحة الشروق أونلاين	04
118	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة مصدر هوية المستخدمين لصفحة الشروق اونلاين	05
121	جدول يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (الإعجاب) لصفحة الشروق اونلاين	06
123	جدول يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (التعليق) لصفحة الشروق اونلاين	07
125	جدول يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (المشاركة) لصفحة الشروق اونلاين	08
127	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة توقيت النشر لصفحة الشروق أونلاين	09
129	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة الزمن التفاعل المستخدمين للمواضيع المنشورة لصفحة الشروق اونلاين	10
131	جدول يوضح عينة الدراسة لفئة عدد المتابعين خلال فترة الدراسة لصفحة الشروق اونلاين	11

العلم لله

مقدمة:

إن السمة البارزة التي تطبع ميدان التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال في السنوات الأخيرة خاصة هي السرعة و كثرة الابتكارات و تنوعها ، لدرجة أصبح من المستحيل على أي كان ان يلم بكل ما يميز هذا الميدان ،وبالتالي وجب علينا ان نحاول قدر المستطاع أن نواكب و لو قليلا ما يحصل على الساحة لأنها أصبحت بالفعل المحرك الاساسي للحضارة البشرية، ففي ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم ، نشهد معه عدة تغيرات بشكل يومي و دائم في جميع المجالات المختلفة و من بين هاته المجالات الصحافة الالكترونية او صحافة الويب، فبعدها كانت الصحافة فقط في المجال المكتوب ثم السمعي ثم السمعي البصري أصبحت الآن في قالب جديد يلبي جميع رغبات المستخدمين فهي توفر له السرعة في نقل الخبر كما تتيح لهم تبادل الرأي و التعليق دون قيود او ضوابط من الهياكل التنظيمية فهناك عدة مجموعات و صفحات تهتم بنشر الأخبار، و لعل فايسبوك يأتي على راس القائمة فهو يحتل المرتبة الثانية عالميا على قائمة اكثر المواقع تصفحا من قبل مستخدمي الانترنت و قد حقق هذا الاخير انتشارا كبيرا بين اوساط الشباب على مستوى العالم نظرا لما تقدمه من امكانيات الإتصال والربط بين شبكات العائلة والأصدقاء، فقد أصبحت هاته المواقع الاجتماعية تقدم تطبيقات متنوعة للإتصال تجمع بين مزايا خدمات اخرى عديدة مثل البريد الإلكتروني و الدردشة الخاصة و الجماعية، ومجموعات الاهتمامات المشتركة و انشاء الصفحات الإخبارية

لعل هذا ما دفع بالعديد من المؤسسات الإعلامية الى إنشاء صفحات إخبارية على موقع فايسبوك لإرضاء حاجات المستخدمين في تقديم ونقل الأخبار بسرعة وتبادل الآراء والمعلومات وتفعيل المشاركة فيما بينهم ، وطرح آرائهم وتصوراتهم في العديد من القضايا والموضوعات التي تمس المجتمع وهذا ما دفع بالباحثة للقيام بهذه الدراسة اين ارادت من خلالها توضيح ومعرفة كيف يتفاعل المستخدمون مع محتويات والمواضيع التي تنتشر على الصفحات الاخبارية الرسمية على موقع فايسبوك ومن اجل تسهيل الدراسة فقد دقت الباحثة فيها أين قامت باختيار "صفحة الشروق اونلاين" كونها أكثر ريادة و تفاعلا، واستحوادها على اكبر قدر من المتابعين. ركزت الدراسة على المنشورات الإخبارية فقط، وهذا لإستضاح كيف يتفاعل المستخدم المتابع لهذه الصفحة مع المواضيع الإخبارية المنشورة .

ومنه تناولت اربع فصول كان الفصل الاول عبارة عن الجانب المنهجي لهاته الدراسة و الذي طرحت الباحثة من خلاله سؤال الإشكالية و التساؤلات الاخرى و الفرضيات و مجتمع البحث و العينة ،والمنهج و ادوات جمع البيانات، يليه الفصل الثاني و الذي كان مخصصا لماهية صحافة الويب 2.0 ، اما الفصل الثالث فقد خصص لمواقع او شبكات التواصل الاجتماعي و على رأسها موقع فايسبوك .

وأخيرا الفصل الرابع و الذي تناول الإطار التطبيقي للدراسة حيث جاء فيه تحليل البيانات
وأهم نتائج الدراسة التي تم من خلالها الإجابة عن التساؤلات المطروحة ،وتصديق
الفرضيات .

الأطراف المنصوبة

الفصل الأول

المنطلقات المنهجية للدراسة

التمهيد

1. التعريف بالدراسة.
2. إشكالية الدراسة.
3. التساؤلات الفرعية.
4. الفرضيات.
5. أسباب اختيار الموضوع.
6. أهمية الدراسة.
7. أهداف الدراسة.
8. منهج البحث و أدوات جمع البيانات.
9. مجتمع البحث و العينة.
10. تحديد مفاهيم الدراسة.
11. الدراسات السابقة.
12. كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة.
13. الدراسات الاستطلاعية.
14. الحدود الزمنية و المكانية للدراسة.
15. الخلفية النظرية.
16. صعوبات الدراسة.
17. خلاصة الفصل.

تمهيد :

لا يمكن لأي باحث الشروع في دراسة مشكلة ما دون أن تكون قد أثارت في نفسه جملة من التساؤلات التي تستدعي الإجابة في حدود الموضوعية والنزاهة التي تفرضه الدراسة العلمية دون أن يدرك الباحث أهميتها والهدف من دراستها لذلك توجب على كل باحث أن يضع لبحثه فصلا تمهيديا يجعله الباب الذي يدخل من خلاله كل مطلع على هذه الدراسة إلى مضمونها النظري والتطبيقي دون لبس أو غموض في جميع ما ورد فيها بحيث سيتم التطرق إلى الإشكالية بعد تحديد أبعادها وصياغتها والوقوف على أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه إزاحة الغموض حول المفاهيم الرئيسية للدراسة في هذا الفصل.

1.1. التعريف بالدراسة:

ازدادت في العقد الحالي الأهمية العظمى لتكنولوجيا المعلومات كونها امتزجت في جميع نواحي الحياة لا سيما امتزاجها بالإعلام وانبثاق عصر جديد أطلق عليه عصر الاتصال الرقمي والذي أحدث تغيير في الواقع، و قد جاءت دراستنا لمعرفة كيف يتفاعل المستخدمون المتابعون للمواقع أو الصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية مع المنشورات المنشورة ، ذلك من خلال منهج دراسة حالة الذي يمكننا من الوقوف على أهم توجهات المستخدمين عن طريق استخدام تقنية تحليل المضمون لتحليل تفاعلات

(الإعجاب، التعليق، المشاركة) المستخدمين.

2.1 الإشكالية :

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية في العالم الاتصال حيث انتشرت شبكة الانترنت بشكل سريع وأصبحت تنافس كبرى المؤسسات الإعلامية إذ لم نقل أصبحت تهدد الإعلام التقليدي إذ أصبح هذا الأخير يقف في مفترق طرق فإما أن يتأقلم مع الظروف والمعطيات الراهنة التي بات يفرضها التدفق الكبير والسريع للمحتويات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو "الإعلام الاجتماعي" أو أنه سيزول تدريجياً ويضمحل.

فقد تمكنت الانترنت من أداء العديد من المهام ما لم يكن باستطاعته الإعلام التقليدي القيام به بسبب تنوع واختلاف وكثرة وسائلها وتعدد وسائطها ومحتوياتها ومن بين هذه الوسائط شبكة التواصل الاجتماعي حيث تعد هذه الأخيرة أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي social media نوعاً جديداً من الصحافة التي أنشأت وتبلورت في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة حيث تلعب دوراً بارزاً في عملية جمع وتحليل وتحرير الأخبار و تبادلها بين المستخدمين

وكذا تزويد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وذات مصداقية يكون فيها المواطن أو الفرد الحلقة الأساسية في صياغة المضمون الاجتماعي وتبادلته على نطاقات واسعة

ولعل فيسبوك يحتل مكان الصدارة بين شبكة التواصل الاجتماعي الذي أصبح يشكل صورة نمطية فهو يقدم قدراً كبيراً من المعلومات عن أمور كثيرة، إذ يساعدنا في الفهم

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

الاجتماعي بعدما كان في بادئ الأمر يستخدم من اجل الدردشة والثرثرة ولكن الآن أصبح أكثر نضجا ورافدا أساسيا في تعزيز الديمقراطية و يعتبر وسيلة اتصال سرية لأنه يمتلك قدرا كبيرا من المعلومات فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلاله حيث أتاح هذا الأخير تعزيز الديمقراطية و توسيع مساحة حرية الرأي والتعبير ومشاركة الفرد في مختلف الأحداث والمتغيرات التي تطرأ على المجتمع.

لذا وجب على المؤسسات الاعلامية ان تواكب قدر المستطاع التغيير الحاصل وأن تتأقلم مع الظروف والمعطيات الراهنة التي بات يفرضها التدفق الكثير للمحتويات المتداولة على خدمات فايسبوك وخلق صفحات إخبارية على موقع فايسبوك تكون تابعة ومكملة للمؤسسة الإعلامية اذ توفر للمستخدمين أهم وأحدث الإخبار و المواضيع المختلفة و المستجدات التي تطرأ في الوطن بصفة خاصة والعالم بصفة عامة ونقل الأحداث التي يهتم بها المواطن فبفضل هذه الصفحات أصبحت المعلومة تصل لأكبر عدد ممكن.

وكنموذج لدراستنا اخترنا صفحة "الشروق أونلاين" لتحليل تفاعل المستخدمين مع مضامين

او محتويات الصفحة ومما سبق يتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:

- كيف يتفاعل المستخدمون مع محتويات صفحة الشروق أونلاين بموقع فايسبوك؟

3.1 التساؤلات الفرعية :

1- ماهي طبيعة المضامين المنتجة من قبل صفحة "الشروق أونلاين" بموقع

فايسبوك؟

2- هل يتفاعل المستخدمون مع صفحة الشروق أونلاين بفايسبوك بشكل ايجابي

أم سلبي؟

3- هل تحظى الصفحة باهتمام من قبل المستخدمين؟

4.1 الفرضيات:

1- أغلب التفاعلات مؤيدة لتوجهات محتويات صفحة "الشروق اونلاين".

2- أغلب التفاعلات تكون في الساعات الأولى بعد نشر المحتوى " Buzz".

3- المواضيع السياسية والدينية هي الأكثر اهتماما وتفاعلا من قبل المستخدم في فترة

الدراسة.

5.1 أسباب اختيار الموضوع :

أ. الموضوعية:

-أحد أسباب اختيار الموضوع كانت محاولة إسهام هذه الدراسة المتواضعة ولو

بالقليل في المجال المعرفي

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

- تعتبر الصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية على الفيسبوك محل اهتمام واسع من طرف الباحثين، بحيث تكثفت الدراسة عليها ما دفعني كباحثة أن ابحت في هذا المجال كذلك.

- في نفس سياق الحديث عن تطور وسائل الإعلام الحديثة وتعدد وسائل الاتصال الجماهيرية تراجعت مكانة الإعلام التقليدي ما دفعني إلى محاولة معرفة إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك سحبت البساط من الإعلام التقليدي أم أنهما يتماشيان جنبا إلى جنب.

ب. الأسباب الذاتية :

- باعتبارنا طلبة إعلام واتصال استوجب أن أجمع ما درسته نظريا من مقاييس تتعلق بصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية والنظام الإعلامي الجديد دراسته ميدانيا لاستقصاء ما إن كانت هذه الصفحات مكملة أو نسخة عن ما تقدمه المؤسسات الخاصة بها.

-لطالما استهوتني الدراسات المتعلقة بمجال الإعلام والانترنت والتكنولوجيات الجديدة ، و هذا ما قمت به في هاته الدراسة أن جمعت بين كل من الإعلام والانترنت في قالب واحد وهو "الصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية"
-الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع والتعمق فيه

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

- الرغبة في تقديم دراسة عن موقع فايسبوك باعتباره من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

6.1 أهمية الدراسة :

- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة.
- الأهمية تتمثل في استمرار البحث لمعرفة تأثير الصفحات الإخبارية على موقع فايسبوك على المستخدمين.
- إظهار أهم تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا فايسبوك على أفراد المجتمع
- معرفة مدى أهمية الصفحات الإخبارية على فايسبوك في تعزيز الديمقراطية و توجيه الرأي العام.
- معرفة مكانة الصفحات الإخبارية على موقع فايسبوك لدى المجتمع الجزائري.
- معرفة كيفية تفاعل المستخدم مع هاته الصفحات.

7.1 أهداف الدراسة :

ليضمن الباحث سيرورة بحثه فانه يضع أمامه جملة من الأهداف يحاول من خلال دراسته النظرية والتطبيقية أن يصل إليها ويهدف الباحث من خلال دراسته المتمثلة في صفحات الفايسبوك بحيث يتطرق إلى الأهداف التالية :

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

- 1) التعرف على واقع الإعلام التي تقوم به صفحة فايسبوك الإخبارية.
- 2) التعرف على هذه الظاهرة الاتصالية التي طغت على المجتمع بفضل انتشار الوسائل المتعددة بين الأفراد، ولفت انتباه الباحثين لمثل هذا النوع من الدراسات.
- 3) القيام بدراسة نظرية حول موضوع صفحات الإخبارية.
- 4) تسليط الضوء على جملة الخدمات و أدوات الإعلام الاجتماعي (فايسبوك) التي يمكن الاستفادة منها إعلاميا.
- 5) تقديم الصفحة الإخبارية التي ستم دراستها من ناحية التفاعل.

8.1 منهج البحث و أدوات جمع البيانات :

هو عبارة عن جملة من الخطوات التي يتبعها الباحث في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينه تمكنه من الوصول إلى نتائج المسطرة.¹

ومن أجل تحقيق أهداف هاته الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج دراسة الحالة والذي يكون ملائما لمثل هاته الدراسات الوصفية ، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها² و منه ثم استخدام أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات وذلك بتصميم استمارة تحليل محتوى وهو أسلوب يقوم على الملاحظة غير المباشرة من خلال تحليل المعاني الواضحة

¹ - احمد المصطفى ، البحث العلمي ،إجراءاته و مناهجه ، مكتبة الفلاح ، القاهرة ، 2002 ، ص 166.
1 - صيشي يسري ، استخدام الأجهزة الأمنية الجزائرية لشبكة الاج (فايسبوك) في مكافحة الإرهاب ، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية جامعة 20 أوت 1955، 2006، ص 233.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

للوئائق، أو النصوص المكتوبة ، أو التسجيلات الصوتية أو الصورة المتعلقة بموضوع البحث بهدف تحليل مضامينها فهي إدارة بحثية تم تطويعها لتحليل مختلف محتويات شبكة الانترنت للوصول إلى مؤشرات كمية و كيفية و قد تم تصميمها كما يلي :³

أولاً : وحدات التحليل :

و هي عبارة عن وسيلة التسجيل أو العد وهي أصغر جزء يمكن أن يظهر من خلاله تكرار الظاهرة فوحدات التحليل إذن تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل البحث في المادة المدروسة⁴ و على هذا الأساس تم الاعتماد على النص، الصورة، الفيديو، الرمز والنقر كوحدة للتسجيل والعد كأسلوب لقياس ورود تكرارات حيث سجل من خلاله مرات ظهور الفئة .

ثانياً : فئة التحليل:

وهذا باعتماد النمط الاعتيادي المكون من فئات المضمون وفئات الشكل لتحليل مادتنا .

* فئة المضمون ماذا قيل .؟

تتكون من فئات فرعية:

➤ طبيعة المضمون.

2- احمد المصطفى ، البحث العلمي ،إجراءاته و مناهجه، المرجع نفسه
4- أحمد بن مرسلني مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2003 ، ص 108 .

➤ الجمهور المستهدف.

➤ الاتجاه.

➤ القيم.

➤ المصدر.

أ. / فئات المضمون :

للكشف عن طبيعة الموضوع المطروح من خلال المنشورات الإخبارية للصفحة

وقد قسمت إلى :

➤ موضوع سياسي.

➤ موضوع ديني.

➤ موضوع رياضي.

➤ موضوع ثقافي.

➤ موضوع اجتماعي.

➤ موضوع اقتصادي.

ب. / فئات الجمهور المستهدف:

وذلك لتوضيح في الجمهور الأكثر استهدافا في الصفحة و هي الأخرى قسمت إلى:

➤ الجمهور الرياضي.

➤ جمهور سياسي.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

➤ جمهور النخبة .

➤ جمهور عامة الشعب.

ت. / الاتجاه:

وذلك للتوضيح مبدأ وموقف المستخدمون المتفاعلون مع منشورات الصفحة وتنقسم إلى:

➤ محايد

➤ مؤيد

➤ معارض

ث. / القيم : وتنقسم إلى:

➤ الوطنية

➤ الإنسانية

➤ أخلاقية

➤ لا أخلاقية

ج. / المصدر : وذلك لتوضيح هوية المستخدمون المتفاعلون وتنقسم إلى:

➤ هوية مزيفة

➤ هوية حقيقية

- فئة الشكل : كيف قيل ؟ و تتكون هذه الأخرى من فئات فرعية :

أ. التفاعل :

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

إذا يعرف الاتصال التفاعلي على انه الاتصال الذي يسمح بتبادل الأدوار ما بين المرسل والمستقبل ، ويعرف فيري كواموتو "التفاعلية" بأنها عملية اشتراك الآلة والفرد في عملية إدارة البحث في المعلومة وعملية المشاركة في المعلومات⁵ بحيث يعتبر ذلك من أهم سمات التكنولوجيات الحديثة و التي تتجاوز مرحلة القراءة والاستماع والمشاهدة إلى مرحلة الاستخدام والمشاركة إلى درجة يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل فبعدها كان النشر و يتم من النخبة إلى الكل أصبح الكل ينتج للكل والاستهلاك جماعياً⁶

وينقسم التفاعل إلى: الإعجاب ، التعليق ، المشاركة.

- الإعجاب (Like):

وهو زر يمكن أن يضغط عليه المستخدم فايسبوك أو انستغرام أو تويتر، بدلا من كتابه تعليق أو مشاركة منشور يمكن للمستخدم النقر على زر " أعجبنى" كطريقة سريعة لإظهار إعجابه حيث أنك عند ضغطك على زر الإعجاب فأنت تخبر منشئ المحتوى انك معجب بمحتواه أو منشوره وينقسم إلى:

➤ معجب

➤ معجب جدا

➤ منبهر

➤ يضحك

➤ حزين

1 - عباس مصطفى صادق ، التطبيقات التقليدية و المستحدثة للصحافة العربية في الانترنت ، مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي ، الواقع و التحديات ، جامعة الشارقة ، 24/22/ نوفمبر 2005.

6- محمد منير حجاب، مدخل الى الصحافة ، دار فجر للنشر و التوزيع ، ط1 ، سنة 2010 ، ص 481

➤ غاضب

- **التعليق:** وهو عبارة عن رد يتم تقديمها غالبا كإجابة أو رد على مشاركته أو

تدوينه على مواقع التواصل الاجتماعي ويكون الرد إما ب :

➤ نص

➤ صورة.

➤ فيديو.

➤ رموز.

➤ صوت .

- **المشاركة :** وذلك لمعرفة أهم المواضيع التي تثير إعجاب المستخدم مما تجعله

ويتشاركها مع أصدقائه سواء في صفحته الشخصية أو صفحات أخرى و

تنقسم إلى:

➤ مواضيع سياسية.

➤ مواضيع اجتماعية.

➤ مواضيع ثقافية.

➤ مواضيع دينية.

➤ مواضيع رياضية.

➤ مواضيع اقتصادية.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

ب. الزمن: ونعني به الفترات التي تتمتع بأكبر عدد من التفاعل من المستخدم وقد

اعتمدت الباحثة في تقسيمها كما يلي :

➤ بعد نصف ساعة من النشر.

➤ بعد ساعة واحدة.

➤ بعد ساعتين.

➤ بعد ثلاث ساعات.

ت. توقيت التدفق : ونعني بها الفترات التي تتمتع بأكبر عدد من المنشورات ما بين

الصباح والمساء والليل وقد تم تقسيمها إلى :

➤ من 07:00 الى 12:00.

➤ من 12:01 الى 20:00.

➤ من 20:01 الى 06:59.

ث. المتابعة:

وهي عدد المتابعين بالصفحة وتنقسم على حسب الأيام التي تمت فيها فترة الدراسة:

➤ اليوم الأول.

➤ اليوم الثاني.

➤ اليوم الثالث.

➤ اليوم الرابع.

- اليوم الخامس.
- اليوم السادس.
- اليوم السابع.
- اليوم الثامن.
- اليوم التاسع.
- اليوم العاشر.
- اليوم الحادي عشر.
- اليوم الثاني عشر.
- اليوم الثالث عشر.
- اليوم الرابع عشر.
- اليوم الخامس عشر.

9.1 مجتمع البحث :

يعرف مجتمع البحث على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو النقصي.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

كما يعرف أيضا على انه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات⁷

وبناء على هذين التعريفين سيكون مجتمع بحثنا هو الصفحات الإخبارية الموجودة على شبكة الانترنت والتي تمثل فضاءات افتراضية تشكل إمداد أو تكملة للمؤسسات الإعلامية الإخبارية بموقع فايسبوك.

10.1 عينة البحث : عينة البحث هي مجموعة فرعية من عناصر

مجتمع بحث معين⁸.

-راعينا من خلال اختيارنا للعينة شرطا أساسيا مهما وهو أن تكون الصفحة الإخبارية الأكثر متابعة من قبل المستخدمين لمعرفة كيفية تفاعلهم مع محتوياتها ومواضيعها فعن طريق الاعتماد على العينة القصدية إختارنا عينة البحث كما يلي:

❖ الصفحة الرسمية " الشروق اونلاين" بموقع فايسبوك

11.1 تحديد مفاهيم الدراسة:

أ. فايسبوك :

هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم والانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب وهذه الشبكة

⁷- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، تدريبات عملية ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2008 ، ص 298.

⁸ -web site : [http:// Dictionary.reference.com /brosse /web +site](http://Dictionary.reference.com/brosse/web+site) .

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة ويمكن لهم ان يضيفوا أصدقاء لصفحتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية و الموقع مجاني للمستخدمين و يجني إيراداته من الإعلانات و يجمع بيانات على المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع واهتماماتهم و نطاق أعمالهم .

وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع فايسبوك وقد أشارت تصنيفات اليكسا لترتيب المواقع عالمياً على انه يأتي في المركز الرابع بعد ياهو، جوجل، يوتيوب، واسم فايسبوك يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات للأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع.⁹

إجرائيا :

وهو عبارة عن شبكة من الشبكات الاجتماعية المهمة يلعب دورا مهما في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب فاستعماله تتاغم مع الوسائل الحديثة والتقرب من شريحة واسعة من الشباب التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي واستثمار قدرات وطاقت الشباب إيجابيا لأغراض أوسع في القضايا الوطنية الملتهبة فأصبح فايسبوك أداة سياسية للتغيير وهذا دلالة واضحة على أن الذي يجري اليوم هو شيء و يختلف تماما عما كان مألوف.

ب. الصفحات الإخبارية:

1-عاصم الخصيف، دور الاعلامي للموقع الاجتماعي على الانترنت فايسبوك نقلا عن <http://Modeet.com>

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

وهي صفحة عامة ومجانية تم تصميمها خصيصا للشركات والعلامات والمؤسسات وبعكس الحسابات الشخصية فإن الصفحات لا يتبعها أصدقاء إنما معجبين على حسب الأشخاص الذين يريدون البحث عن المعلومات و حسب اختيارهم واشتراكاتهم.

تتضمن الصفحة ميزات متنوعة منها الصورة للغطاء، المشاركة، الفورية و الآنية الإعجاب والتعليق.¹⁰

إجرائيا:

ونقصد بها في دراستنا هذه الصفحات التي تنشرها المؤسسات الإعلامية الإخبارية بحيث تكون وسيلة إعلامية مكملة للوسيلة الرئيسية.

ت. التعليقات (Talk Back):

عن طريق فضاءات ترفق دائما بالمواضيع التي تنشرها الصحيفة الالكترونية والتي تتيح للمستخدمين التعليق على الموضوع من وجهات نظر مختلفة وبحرية واسعة من دون التقيد بالأسلوب الصحفي أو طريقة في الكتابة باستثناء التجاوزات الأخلاقية التي تستدعي التدخل من قبل إدارة الموقع أو المشرف على مراقبة التعليقات لمنعها من الظهور أو سحبها في حالة ظهورها¹¹.

ث. التفاعل:

¹⁰ -[https://qu'est-ce-qu'une-page-face-book / page d'aide pour les...](https://qu'est-ce-qu'une-page-face-book/page-d'aide-pour-les...)

- صالح فلاق شبرة ،صحافة الويب 2.0 استخدامات الادوات الرقمية و المنصات التفاعلية، شركة دار الاكاديميون للنشر والتوزيع عمان- الأردن
¹¹ 2019 ص 49

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

في العملية الاتصالية التي يحدث فيها تفاعل بين عناصرها المختلفة عندما يأخذ المستقبل دور المرسل أو المصدر ويبدأ بالقيام بعملية الاتصال حيث يقول رأيه أو يعبر عنه بصورة من الصور سواء نص أو فيديو أو صورة... الخ

التعريف الإجرائي:

وهو الذي يظهر مدى تفاعل المتابعين أو المستخدمين في الصفحة وينقسم إلى: (الإعجاب، التعليق، المشاركة).

* تعريف ومعنى "مستخدم" في قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، القاموس المحيط قاموس عربي عربي.

ج. مستخدم :

هو شخص الذي يستخدم خدمة تكنولوجيا المعلومات بشكل يومي والمستخدمون يختلفون عن العملاء حيث إن بعض العملاء لا يستخدمون خدمات تكنولوجيا المعلومات بشكل مباشر.

المستخدم أو المستعمل:

في المعلوماتية هو مصطلح للدلالة على الشخص الذي يستخدم نظاما حاسوبيا ما أو شبكة حاسوب أو موقع على اليوتيوب.¹²

قاموس مكتبة لبنان ناشرون -A new Illustrates Science Dictionnaire En/AR EM/AV -12

-إجرائيا :

المستخدم في دراستنا هو المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي.

ح. شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرفها الشهري على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي و الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول أو جمعه مع أصدقائه.

وتعرفها هيبه محمد خليفة فتقول بأن المواقع الاجتماعية هي عبارة عن صفحات ويب تسهل التفاعل النشاط بين الأفراد المشاركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة عبر الانترنت ومن شأنها أن تساعد الأفراد على التفاعل في ما بينهم من خلال مميزات المراسلة الفورية الفيديو الدردشة، تبادل الملفات، مجموعة النقاش البريد الالكتروني ، المدونات.¹³

- إجرائيا:

شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة وشعبية كبيرة عبارة عن حلقات

¹³- مواقع الشبكات الاجتماعية و طريقة عملها في <http://knol.google.com/k/d85>

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

اجتماعية ترتبط بها الأفراد فيما بينهم بغية التواصل والتفاعل من خلال ما يقدمه لهم من خدمات، درشة، فيديو، مدونات، نقاشات.

خ. المؤسسة

المؤسسة الاقتصادية عبارة عن فرد أو جماعة يعملون عملا عاديا لأجل تأمين حاجات الإنسان في المأكل والمشرب والملبس وما شابه ذلك.¹⁴

* بينما نقرأ في دليل حديث صادر عن الاتحاد الأوروبي التعريف التالي:

المؤسسة هي أي كيان يمارس نشاطا اقتصاديا بغض النظر عن شكلها القانوني.¹⁵

وفي دراستنا فان المؤسسة هي عبارة عن كيان يمارس نشاطا إعلاميا ذا طابع اقتصادي بغض النظر عن الجهة التي تمتلك تلك المؤسسات سواء كانت خاصة أو حكومية مختلطة.

د. الإعلام:

هو اسم مشتق من الفعل اعلم يعلم إعلاما بمعنى اخبر بشيء ويحتوي أيضا معنى التعليم وهو يعني بالانجليزية Information أي المعلومات.

¹⁴ -http : shrsc .com /Library /1/003 htm

¹⁵ - la Nouvelle Définition des PME .P12.

Http://ec.europa .Enterprise /politiques /sme/ -définition /Sme –User –guide .fr PDF

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

- يعرف الإعلام بأنه "النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الإعلام أو انه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة.¹⁶

يمكن أن نقول أن الإعلام هو عملية مركبة تشمل جمع وتصنيف ومعالجة ثم نشر الأخبار والمعلومات عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، بحيث تهدف هذه العملية إلى تنوير الجمهور عن طريق تزويده بالمعلومات الصحيحة عند كل ما يهمله

ذ. الأخبار:

هي جمع خبر من الفعل اخبر يخبر إخبار، وهي بهذا المعنى تتطابق لدرجة كبيرة مع المعنى اللغوي للإعلام غير أن تعريف الخبر يختلف كثيرا عن تعريف الإعلام فالخبر يخضع في تعريفه لاتجاهات إيديولوجية وسياسية متعارضة، فمفهوم الخبر في الغرب كما قدمه " شارلز دانا " رئيس تحرير نيويورك من سنتين 1869 و1897 هو كما يلي: الخبر وهو أي شيء يهم الجزء الأكبر من جمهور المجتمع المحلي ولم يسبق له أن علم به.

أما الخبر في المعسكر الشرقي سابقا فهو ما يخدم مصالح الطبقة العاملة ويؤدي إلى تدعيم الاشتراكية¹⁷ بينما تعتمد الدول النامية مفهوما وسطا بين المفهومين

¹⁶-منال طلعت محمود، مدخل الى علم الإتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 2001 ، ص 173.
¹⁷-سعيد محمد السيد ، إنتاج الأخبار في الراديو و التلفزيون ، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ط1، ص 10-11

السابقين. إذا فالخبر هو كل معلومة جديدة تهم جمهورا معيناً وتتعلق بحدث مستجد يؤثر على حياة الناس من قريب أو من بعيد.

13.1 الدراسات السابقة :

1/- محمد المنصور 2012، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا. هدف الدراسة تناول الكشف عن شكل الموقع الاجتماعي "فايسبوك" نموذجا الخاص بقناة العربية ومن ثم المقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي (فايسبوك)، وبين شكل الموقع الالكتروني(العربية نت) لقناة العربية بعدها الكشف عن مضمون المواقع الالكترونية "العربية نت" وبين مضمون الموقع الاجتماعي فايسبوك لقناة العربية وقد اعتمد البحث في الدراسة على منهج المسح الوصفي اقتراب هذا المنهج من دراسة البحث الحالية.

-استنتاجات الدراسة:

1/- تمييز موقع العربية الالكتروني عن المواقع الالكترونية الأخرى بتخصيص زاوية (التغيير) التي تضمنت صفحات خاصة تعنى بأخبار وتطورات أحداث (ربيع الثورات العربية) للدول العربية الست(السودان ،تونس،مصر،ليبيا،اليمن ،سوريا) التي شهدت ومازالت أحداثا دراماتيكية بسقوط مستبدة وتمسك أخرى بزمام السلطة و

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

عنف و دم و مصالح متضاربة، وتعثر في بعض الانتفاضات الجماهيرية وثورات الشعبية ولا يعرف لغاية اليوم إلى ماذا ستذهب هذه التحركات وتداعياتها وإلى أي نهاية ستقضي.

2/- بحسب الموقع الالكتروني والاجتماعي إنهما أفسحا في المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا المختلفة والتعليق على تلك الآراء التي تجاوزت في بعض الأحيان حدود اللياقة و الأدب، وصلت إلى القبح و الذم والشتم دون حساب أو رقيب، ولا يعرف إن كان هذا من باب الحرية الإعلامية المفتوحة كما يروونه أم من باب حسن النية التشفي بالأخر حسب ما يروونه أصحاب نظرية المؤامرة.

3/- نبين من خلال الدراسة مكانه وأهميه الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، و الدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية بما تقوم به المواقع الالكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.

4/- خلصت الدراسة إلى نتيجة توضيح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين وأنه لم يعد بإمكان متصفح الانترنت الاستغناء عنها لما توفره من أخبار وتغطية شاملة و عاجلة و معلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو إضافة إلى أنهما مجالا مفتوح لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

و الردود على تلك التعليقات وخلق صدقات افتراضية جديدة واستراحة و ثقافة وترفيهية.

14.1 كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة:

بما أن موضوع دراستنا يعتبر أول دراسة فقد واجهنا بعض الإبهام والغموض في طريقة التعامل أو انجاز هذا العمل إلا أن دراسة محمد منصور 2012 بعنوان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين - دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية- العربية نموذجاً-

فقد قامت بإيضاح مشكلة البحث كما أنها ساعدتنا في معرفة المجالات المتعلقة بالبحث بالإضافة إلى مساعدتنا في المصادر والمراجع.

- تقديم أفكار و إزالة الغموض والإبهام.

- تقديم معلومات جاهزة مما توافر و البحث.

15.1 الدراسات الاستطلاعية:

لعله قبل البدء في الدراسة الميدانية لابد من التطلع على الظروف الإجراءات التي سيتم فيها إجراء هذا البحث الميداني لهذا جاءت الدراسة الاستكشافية التي مهدت له، والتي أعتبرت مرتكز للبحث الميداني لا يمكن الاستغناء عليها وذلك نظراً لأهميتها في مساعدتنا على تطبيق أدوات البحث.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

وتعرف الدراسة الاستطلاعية الكشف بالبحث الكشفي أو الصياغي وفيه يلجأ الباحث لإجراء دراسة استطلاعية عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية وذلك عن طريق إجراء منهجية محددة تتكافل لتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية وتمثل هذه الدراسات أو الأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري و التطبيقي.¹⁸

وقد تم إجراء الدراسة الاستطلاعية والاستكشافية للجانب النظري لموضوع بحثنا ابتداء من الفترة 2019/01/10 الى غاية 2019/02/10 أما الجانب التطبيقي فكان في الفترة الممتدة من 15ماي 2019 إلى غاية 30 ماي 2019 وقد تم في هذه الفترة مراقبة الصفحة الإخبارية على موقع فايسبوك محل الدراسة وملاحظاتها والوقوف على أهم ما تنتظراً إليه هذه الأخيرة من طبيعة المواضيع أو المضامين إلى طريقة تقديمها وكيفية التفاعل معها من قبل المستخدمين أو المتابعين للصفحة.

16.1 الحدود الزمنية والمكانية للبحث :

- الحدود الزمنية:

تم انجاز العمل و تطبيق هذه الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2019.

¹⁸ - <http://www.o7ibahome.com>

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

حيث بدأ البحث عن المراجع والمصادر الخاصة بالجانب النظري لموضوع دراستنا منذ تاريخ 10-01-2019 إلى غاية 10-02-2019 مدة الدراسة للبحث شهر واحد فقط)

- الحدود المكانية :صفحة الشروق أون لاين

17.1 الخلفية النظرية:

لكل دراسة مدخل نظري تعتمد عليه لذلك اعتمدنا على نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

- النشأة:

أطلق بعض الباحثين على هذه النظرية بنظرية المنفعة وطبقا لهذه النظرية فإننا نتعرض و ندرك ونتفكر الرسائل لنا ولا تساعدنا في إشباع احتياجات أو ونتوقع منها أن تشبع الحاجات.

إن اهتمام نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري ودراسة وظيفة منظمة، حيث كان ذلك التحول من رؤية الجماهير في هذه النظرية على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها دراسة مضمون مفضل من وسائل الإعلام.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

افتترضت نظريه الإشباعات بان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات
كامنة لدي ، حيث انه هو من يحدد نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبه وان دور
وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات فقط . قسم الدليلي الاشباعات إلى نوعين:

أ- **الإشباعات المطلوبة:** والمقصود بها تلك الإشباعات التي يسعى أفراد الجمهور إلى
البحث عنها بهدف الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر لوسائل الاتصال
الجماهيري.

ب- **الإشباعات المتحققة:** وهي تلك الإشباعات التي يكتسبها الأفراد ويحصلون عليها،
وتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري ، و تسعى بعض
الدراسات إلى تأييد هذا التصنيف من خلال التركيز على جانبين:

1- ما يحتاج إليه الجمهور من وسائل الإعلام.

2- ما يريد الجمهور من وسائل الإعلام.¹⁹

بينما تم التركيز على مجموعة الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات.

1- أن يقوم أفراد الجمهور اختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبه احتياجاتهم.

2- يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل و الرسائل
الإعلامية.

¹⁹ - حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ط1، القاهرة 2003،
ص 239.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

3/- مكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال الرسائل فقط.

4/- يشارك أعضاء بفعالية ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي واقعهم.

5/- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

6/- تنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى في إشباع حاجات الأفراد مثل قنوات الاتصال مباشرة الأندية أو السينما فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية.²⁰

في حين كانت الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والاشباع هي:

1/- السعي للاكتشاف كيفية تخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور الناشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي توجب حاجاته وتوقعاته.

2/- شرح دوافع التعرف لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة تتعرض.

3/- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدفهم عملية الاتصال الجماهيري²¹

²⁰-محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط2 القاهرة 2000، ص 222.
²¹- مرزوق بعيد الحميد العدلي ، الاعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات و الإشباعات ، دار الفجر 1، القاهرة ، 2004 ، ص 126

ر. الافتراضات:

تعني نظرية الاستخدامات و الاشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله وفي معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام بل يمتلك غاية واحدة من غرضه يسعى إلى تحقيقه.

فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجاتهم الأفراد كلما كان زادت نسبه اختيارهم له.²²

وقد تطورت هذه النظرية في التسعينيات لتعطي ثلاث مجالات أساسية هي:

1/- دور البحث في الاشباعات في التعرض لوسائل الاتصال

2/- العلاقة بين الإشباعات و الأطر النفسية التي تدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.

3/- العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري والاشباعات.²³

يرى كانزو و زملائه أن منظور الاستخدامات و الإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية و تتضمن كما يلي :

²² كمال خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري و الإعلام - التطور - الخصائص - النظريات - دار المسيرة للنشر عمان الأردن ، ط 1 ، 2011 ، ص 145

²³ - بسونس ابراهسم حمادة ، دراسات الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الراي العام ، ط 1 القاهرة 2008.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

1/- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيرية ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصوده تلبي توقعاتهم.

2/- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

3/- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تشبع تلك الحاجات.

4/- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور وسائل الاتصال وليس من خلال المحتوى الرسائل فقط.²⁴

ز. تطبيق الاستخدامات و الاشباعات في دراسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر تطبيق نظريه الاستخدامات والاشباعات اليوم في مواقع التواصل الاجتماعي ذو أهمية بالغة، حيث وبعد تم التوصل إلى أكثر من العوامل لغتنا بالنسبة لنظرية الاستخدامات والاشباعات و لها علاقة مع الشبكات الاجتماعية حيث وجد Park و آخرون العوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بموقع التواصل الاجتماعي هي: خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، في حين وجد

²⁴- سامية محمد أبو لنصر (2011)، دوافع استخدام الشباب الجامعي لبعض الصحف الالكترونية و الإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين الشمس، معهد الدراسات العليا، مطفولة، قسم الاعلام و ثقافة الاطفال ص 28-29).

La Rose و Estin إلى عوامل أخرى تتمثل في:

الاشباعات الاجتماعية:

تعتبر الاستخدامات والاشباعات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والاشباعات فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمونها يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد وكذا الحفاظ على علاقاتهم السابقة وخلق الشعور والانتماء إلى المجتمع ولقد كشفت العديد من الدراسات التي لها علاقة بالاستخدامات والاشباعات بأن مستخدموا الفيسبوك يستخدمونه لتحقيق إشباعات اجتماعية بالدرجة الأولى وذلك للحفاظ على العلاقة القائمة والتعرف على أصدقاء جدد.

التعريف بالذات:

توصلت الدراسة التي قام بها بارك وآخرون إلى أن عدد المنتمين إلى مجموعات فايسبوكية يستخدمونها لتقديم أنفسهم وتطوير علاقاتهم المهنية وغيرها.

الحصول على معلومات:

حسب بارك وآخرون فإن مستخدموا الفيسبوك يلتصقون بالحصول على المعلومات الأحداث داخل وخارج الجامعة إلى جانب ذلك تعددت استخدامات الشبكات الاجتماعية أيضا ومن استخدامات معرفية كالنقاش والتعاون وغيرها وأيضا الاستخدامات الإعلامية مثل إجراء

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

استطلاعات الرأي قياس الاتجاهات وإجراء استطلاعات الرأي قياس الاتجاهات متابعه البث
الحي المؤتمرات والندوات مباشرة.... الخ²⁵

الانتقادات الموجهة للنظرية:

سن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظرها من منطلقات
مزعومة بأن لها القدرة على الجمهور واردة الجمهور العام من باب أي الوسائل والمضامين
التي يتم اختيارها ومن ابرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباع:

1/- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول
الاشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.

2/- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور
في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.

3/- لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الروابط بين الاشباع التي يتم إقرارها وبين
الأصول الاجتماعية و النفسية للحاجات التي تم إشباعها.

4/- فشلت هذه الدراسة في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي
تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميًا أو مفاهيميًا.

²⁵ مريم نريمان نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفايبيوك في
الجزائر رسالة ماجستير في العلوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة الحاج لخضر باتنة -2011-2012
ص 38.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

5/- إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة و أكثر تصاعديا لاشباعات وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية بتعميمات نظرية.²⁶

فلهذه الدراسة اتجاهات بحثية ونظرية في التأثير الاجتماعي لشبكة التواصل الاجتماعي يصعب علينا تجاهل نموذج هذه النظرية ، فقد أدى ظهور الشبكات الاجتماعية وانتشارها إلى بحث الحياة من جديد وقد اتسمت بطبيعة نفسيه اجتماعيه تتخذ من جمهور المستخدمين محورا لها.

كما تبحث عن التأثيرات الاجتماعية وتعتبر من أن الجمهور نشيط وايجابي في تحليل مع الشبكات الاجتماعية بهدف إشباع الاحتياجات الاجتماعية والنفسية له.

18.1 صعوبات الدراسة:

واجهت الباحثة العديد من الصعوبات في هاته الدراسة في مختلف الإطار المنهجية والنظرية وكذا تطبيقية وهي كما يلي:

- كون الدراسة جديدة وأصلية واجهت الباحثة صعوبة في إيجاد دراسات سابقة أو مراجع كثيرة في هذا المجال
- نقص المراجع باللغة العربية

²⁶ -بسام عبد الرحمن المشاقبة : نظريات الإعلام ، درا أسامة للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن ، عمان ص 85-86.

الفصل الأول : المنطلقات المنهجية للدراسة

- تحليل المضمون من المناهج التي كانت جديدة على الباحثة و التي درستها نظريا فقط دون تطبيقه هذا ما أبطأ من وتيرة العمل.

- خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تمكنا من وضع أرضية وقاعدة واضحة لدراستنا وذلك بإزالة الغموض على مفاهيم ومصطلحات الدراسة والتطرق لدراسات السابقة .
وكيف تم الاستفادة منها وإبراز أهداف وأهميته موضوعنا.

الإطار النظري

الفصل الثاني

صحافة الويب 2.0

- تمهيد:

-المبحث الأول: نشأة الويب مفهومه و خصائصه.

-المبحث الثاني: دواعي التوجه نحو النشر الإلكتروني.

-المبحث الثالث:الصحفي الإلكتروني.

-المبحث الرابع: التفاعلية.

-المبحث الخامس: ثلوث الإعجاب، التعليق، المشاركة

(Share / Comment / Like).

-خاتمة الفصل .

تمهيد :

قبل ظهور مصطلح ويب 2.0، كان هناك ما يسمى ويب 1.0 وويب 1.5 وويب 1.0 يتضمن صفحات لغة ترميز النص الفائق ثابتة (STATIC) و نادرا ما حدثت ، بعد ذلك جاءت ويب 1.5 ، و هي عبارة هن "ويب الديناميكية" و التي تكون فيها صفحات شبكة الانترنت تنشأ فوراً من محتويات قواعد البيانات باستخدام نظم إدارة المحتويات ، ويب 2.0 هي أكثر مجرد صفحات ويب ديناميكية ، فهي تمثل شبكة اجتماعية وذات اعتمادية أكبر على المستخدمين .

• المبحث الأول : نشأة الويب ، مفهومه و خصائصه.

1. نشأة الويب 2.0:

يعتبر مفهوم "الويب 2.0" اليوم من أكثر المفاهيم التقنية المتداولة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة إلى جانب عدة مفاهيم و تعابير تقنية أخرى تندرج في نفس السياق كالشبكات الاجتماعية، الويكي ، المدونات مواقع المفضلات، البودكاست الـ Mashups ، مواقع تبادل محتوى وغيرها يعود سبب شهره كل تلك الخدمات والتطبيقات إلى التغييرات العميقة والجذرية التي أدخلتها على بنية الانترنت من جهة وعلى طريقة عملها و تفاعل المستخدمين معها من جهة أخرى، فالانترنت أضحت اليوم أكثر ديناميكية تفاعلية وديمقراطية من أي وقت مضى ، فالانتقال من الويب 1.0 إلى الويب 2.0 ، ليس مجرد انتقال روتيني من إصدار احده كما هو حال مجمل التطبيقات المرتبطة بمجال الإعلام

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

الآلي فحسب، بل هو انتقال من نموذج حياة إلى نموذج حياة مغاير تماما ،ومن نموذج اتصالي إلى نموذج اتصالي آخر بتغيير خبراء الإعلام والاتصال.

فالفكرة الأساسية من الويب 1.0 كانت توفير المعرفة في كل المجالات عبر السعي لمحاكاة طريقة عمل وسائل الإعلام الجماهيرية التي سبقت ظهور الانترنت حيث يتكفل مرسل واحد بإرسال المحتوى إلى عدة مستقبلين OnetoMany بينما يعمل النموذج الاتصال الذي يوفره الويب 2.0 وفق طريقة أكثر ديمقراطية و تفاعلية ، فتغير النموذج السابق إلى نموذج أكثر تعقيدا يستطيع فيه المستقبل أن يتحول إلى مرسل والمراسل إلى مستقبل كما تستطيع مجموعة كبيرة من المستقبلين أن توفر محتوى معيناً لمجموعة أخرى من المستقبلين (Many TO Many)²⁷.

مع ما ذكرنا سابقا يمكن أن نرى بوضوح سبب الضجة الكبيرة الحاصلة في الأوساط العلمية والأكاديمية حول مفهوم الويب 2.0 وما إذا كان تطورا كبيرا أو مجرد مصطلح تجاري بحث يهدف للترويج لمذهب تقني جديد تماما بتطبيقاته و أدواته المختلفة، فالويب 2.0 حقق في مده قصيرة نسبيا ما عدد وسائل الإعلام الجماهيرية و الوسائط الاتصالية المختلفة من بلوغه منذ ظهورها الأول قبل عدة قرون وهو الوصول إلى التفاعلية المثلى مع الجمهور المستقبل.

²⁷ -http : // Serdel-archive.blogspot .com /2006/06/20 html

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

يمكن أن ننظر لنشأة الويب 2.0 عبر مدخلين رئيسيين:

• المدخل التقني: بعد اختراع أو (www).

World Wide Web يوم 13 مارس 1989 على يد العالم الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرلي (Tim Berners.Lee) الذي كان احد الباحثين في المعهد الأوروبي لأبحاث الطاقة النووية، ظهر المتصفح الأول لشبكة الانترنت والذي كان يسمح بعرض المواقع و الكتابة فيها فكان بإمكان أي شخص تعديل صفحات المواقع إن كان يملك صلاحية فعل ذلك بينما كان تحرير المحتويات الموقع لا يتطلب معرفة لغة HTML فقد كان المتصفح يعرض واجهة بسيطة لفعل لذلك.²⁸

استمر تطوير الانترنت وبخاصية ما يسمى الويب على جميع الأصعدة فتطورت المتصفحات باستمرار. وتطورت كل التقنيات و لغات البرمجة في علاقة تكاملية تبادلية، و كل تلك التطورات والتحسينات أدت إلى تطوير المضامين التي وفرتها مواقع الويب فظهرت أشكال واستخدامات جديدة للويب باستمرار.

حتى مطلع الألفية الثالثة كانت خدمات الويب و مواقعها تعمل وفق صيغة أحادية مرسل (Webmaster) ، مجموعة المستقبلين (Visitors) وذلك لطبيعة التكنولوجيات ولغات البرمجة الموجودة آنذاك والتي كانت تتمثل أساسا في لغة HTML حيث كانت مواقع الويب عبارة عن صفحات ثابتة نادرا ما يتم تحديثها (مواقع ثابتة) تحتوي في أحسن الحالات

²⁸ - نفس المرجع السابق . http://Serdel-archive.blogspot.com html

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

نصوصاً و صوراً وفيديوهات أو ملفات فلاش تعمل بطريقه بدائية جدا فإعادة جزء صغير من الصفحة يتطلب إعادة تحميل الصفحة بكاملها.

خلال السنوات الخمسة الأولى من الألفية الجديدة بدأت موجة الويب 2.0 والتي تشكلت نتيجة استخدام مجموعة من التكنولوجيات والتطبيقات التي كانت موجودة أصلاً، خاصة تطبيقات الـ Ajax (أجاكس) وهي تطبيق يوفر تجرب، تفاعلي، أكثر غنى حيث يقلل من حالات العودة للسيرفر، فيمكن المستخدم من تحميل أجزاء معينة فقط من الصفحة (الأجزاء التي طرأ عليها تغير أثناء تصفح الموقع كمثل على ذلك المواقع التي تقدم خدمات إخبارية عاجلة فبمجرد ظهور الخبر يتم تحيين الجزء من الصفحة المخصص للأخبار العاجلة وهكذا).

هناك تطبيقات أخرى أيضاً ساعدت على ظهور الويب 2.0 نذكر منها الجافا ويب ستارتر Java web Starter، والتي تسمح باستخدام التطبيقات المبنية على الويب Web based application ولغات السي اس اس (CSS) الأكس اتش تي ام ال (XHTML).

و أدوات نقل المحتوى مثل : الاتوم و الاراس اس (RSS/ATOM).²⁹

كل تلك التطبيقات إذا كانت السبب الرئيسي في ظهور ما يسمى في أكتوبر 2004 بالويب 2.0.

²⁹ - عباس مصطفى صادق ، الاعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل والتطبيقات ، عمان ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، 2008 ص 107

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

المدخل التجاري : بدأ الانتشار التدريجي لشبكة الويب خلال فترة التسعينيات وبدأ ظهور شركات كبيرة على الشبكة مثل شركة MSN موقع eBay المتخصص في البيع بالمزاد على الشبكة وموقع Amazon المتخصص في البيع على الشبكة, وموقع Yahoo.

بدأت الشركات تتجه نحو الويب باعتباره سوقا جديدا واعد للاستثمار حيث استثمرت الملايين ووظفت أعداد كبيرة من الموظفين مراهنه على مجموعة خدمات وابتكارات لتقدمها لزيائنها على الشبكة أطلق على هذه الشركات اسم شركات الدوت كوم (Dot -com. enterprises) نسبه لمجال عملها و تموقعها في سوق الانترنت.

مع طرح أسهم تلك الشركات في البورصة حققت نجاحا كبيرا فارتفعت قيمه أسهمها لمستويات جد عالية أغرت الكثيرين للاستثمار وضح المزيد من الأصول قصد جني المزيد من الأرباح، لكن المستقبل الذي كان ينتظر تلك الشركات كان معاكسا للتوقعات، إذا لم تكن لدى أصحاب الشركات الدوت كوم رؤية واضحة حول كيفية جني الأرباح التي ارتفعت بفعل المضاربة.

بدأت مئات الشركات تفلس و تخرج من السوق تباعا ومن أشهرها Pets.com المتخصصة في بيع المنتجات الحيوانات الأليفة وأطعمتها.³⁰

نفس المرجع : <http://serdal-archive.blogspot.com.html> -³⁰

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

بدأ مسلسل ما يسمى في ما بعد " فقاعة الدوت كوم" (Dot-com bubble) سنة 1995 وبلغ ذروته في 10 مارس 2000³¹ لتنفجر الفقاعة سنة 2001 فخرس مستثمرون ملايينهم والموظفون.

2- ما هي صحافة الويب 2.0؟

أحدثت الصحافة الالكترونية ثورة عميقة و تغيرات جذرية في كل جوانب و مراحل إنتاج الصحيفة من حيث:

- تقنيات جمع المعلومات والمصادر.
- تقنيات التخزين والتوزيع.
- تقنيات معالجة المعلومات الخام.
- تقنيات النشر والنقل والتبادل و الاسترجاع.

وقد ظهرت الصحافة الالكترونية في تطور المجتمع المعلوماتي وزيادة الاعتماد على أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت بداية من التسعينيات، حيث يقول انطونيو كاسيلي " الكمبيوتر غير طريقة عيشنا للمكان والحياة"³²، وتسمى صحافة التسعينيات بالصحافة الالكترونية أو الصحافة الرقمية أو صحافة الويب لأن القائم بالاتصال يخوض "مغامرة رقمية"³³ نظرا

³¹ -DOT-Com Bubble .http:// en .wikipedia .org /wiki/Doc –com –Bubble .

³² - Antonio A .Cassille : (les liason numériques , vers une Nouvelle sociabilité),Paris,2010, P32.

³³ - Habib oualidi .(les outils De la communication Digitale :10Clépour Maitrser le web marketing à paris ,EyRolles ,2013 ,P20

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

لارتباط هذا النوع من الصحافة بعدة محاور مثل استخدامات الجمهور الخصائص التقنية لشبكة الانترنت وشبكة التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تؤثر سلبا أو إيجابا على أداء الصحيفة الرقمية كما لها عدة تسميات:

Presse électronique /web journalisme /Online .

(Journalisme /Digital news papier / news papier Online)

والتي تؤدي جميعها معنى ارتباط هذا النوع من الصحافة بالويب 2.0 الذي نقل مجتمع المعلومات إلى الطلب أو التوصية La Société De Recommandation الذي تميزه المعرفة والتنسيق والتعاون، أين أصبحت الانترنت الفضائي الجديد للاتصال.³⁴

فيما من المتوقع أن تتطور الصحافة الالكترونية في ظل مستقبل الويب 3.0 و 4.0 و 5.0³⁵

و هي أجيال متطورة ستحدث انفجارا غير مسبوق في المنظومة الالكترونية.

يرى جمال العيفة أن المؤسسات الإعلامية ذات طابع ثقافي خدماتي تعتمد على آليات صناعية و تسويقية و في عملية إنتاج ومعالجة المعلومات وتوزيعها.

³⁴ -Stéphane Vial, (L'être et L'écran : Comment Le Numérique change la Perception) presse universitaire de France, première édition,2013, P91.

³⁵ - David Fayon, (Géopolitique D'internet, Qui Gouverne le Monde ?), Paris, économie, 2013, p22

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

وفي تعريفه للمؤسسة الصحفية يقول أنها المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلائم مع اعتبارات كثيرة³⁶ وتعتبر الصحيفة الالكترونية شكل حديثا ونوعا من أنواع المؤسسات الصحفية و يعرف محمود علم الدين الصحافة الالكترونية على أنها " الصحافة التي تستعين بالحاسوب في عملية الإنتاج و النشر الالكتروني"، أما جمال بوعجيمي فيعرفها على أنها مجموعة الصحف التي تنشر عبر أوعية الكترونية غير ورقية ويقول حسن مظفر: " يقصد بالصحافة الورقية الاعتماد التقنية الرقمية في إعداد و تحرير وإصدار الوسائط الصحفية بمختلف أشكالها على شبكة الانترنت" وهناك من يرى أن الصحافة الالكترونية عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيله جديدة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي يهدف المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة اكبر و يعتمد بشكل رئيسي على الانترنت للإعلاميين فرص كبيرة لتقديمي موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة .³⁷

3- مفهوم الويب 2.0:

لا يوجد تعريف متفق عليه لمفهوم الويب 2.0 فالويب 2.0 يشير عادة إلى مجموعة كبيرة من التغيرات التي طرأت على الشبكة العنكبوتية والتي أثرت على وظائفها وكيفية العمل عليها، فجعلتها أكثر تفاعلية أكثر إنتاجية، أكثر قدرة على الاندماج مع التطبيقات

³⁶ جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام و الإتصال : الوظائف ، الهياكل ، الأدوار ، ديوات المطبوعات الجامعية ، سنة 2010 ص 12
³⁷ - على عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الالكترونية في ظل التكنولوجيا ، عمان ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، سنة 2014 ، ص 08 .

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

المستحدثة باستمرار. وأكثر قدرة على العمل عبر المنتجات التكنولوجية (كمبيوترات مكتبية ومحمولة هواتف محمولة أجهزة لوحية منصات العاب منزلية أو محمولة قارئات كتب الكترونية إلى غير ذلك).

فالويب 2.0 يمكن أن ننظر له من عدة زوايا، فمن جهة هو عبارة عن تطورات تقنية أدخلت على عمل الشبكة العنكبوتية عبر دمجها مع تكنولوجيات مختلفة اشرفنا إليها سابقا ومن وجهه أخرى هو تغيير في طبيعة عمل الويب و سلوكها بحيث ينتج عن هذا التغيير أشكال جديدة من الممارسات وطرق الاستفادة في الموسوعة الحرة ويكيبيديا (wikipedia) الويب على انه مصطلح يشير إلى مجموعه التقنيات الجديدة و التطبيقات التي أدت إلى تغيير السلوك للشبكة العالمية "انترنت".

ظهر مصطلح لأول مرة عندما سمع على لسان Dale Dougherty نائب مدير شركة اودلي (O'Reilly) خلال نقاش بين شركته وشركة Media Live لتكنولوجيات المعلومات في اكتوبر 2004 بسان فرانسيسكو.

خلال السنة والنصف التي أعقبت ظهور المصطلح، بدأ هذا المصطلح ينتشر ويأخذ مكانة حيث ذكر أكثر من 9.5 مليون مرة في نتائج بحث غوغل.

لكل يظل هناك عدم اتفاق كبير حول معنى مفهوم الويب 2.0 ناهيك عن الكثيرين ممن يرون انه مصطلح تجاري تسويق طنان لا غير .

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

رغم كل ما يثار حول مفهوم الويب 2.0 وعدم الاتفاق حول تعريف دقيق له فان هناك شبكة إجماع على اشمال الويب 2.0 على كل ما هو جديد: مبدع وخلاق على الشبكة سواء كان موقعا أو تطبيقا أو خدمة تتوفر فيها شروط معينه تدخل تحت ما يسمى بـ 2.0 إن عدم وجود تعريف دقيق متفق عليه للويب يجعل من الصعب فهم المصطلح دون التطرق لخصائص الويب 2.0 التي ستجيب بوضوح عن السؤال المطروح من قبل الكثيرين و هو لماذا كل هذه الضجة حول تطور عادي وانتقال لا بد منه من مستوى لآخر (من ويب 1.0 إلي ويب 2.0) ؟

إن الويب 2.0 ليس اختراعا جديدا على الانترنت بل هو امتداد طبيعي للتطور الحاصل على الويب 1.0 و ككل البرامج و التطبيقات الحاسوبية التي يتم إصدارها على شكل متدرج بحيث يعقب الإصدار الأول إصدارات أخرى تتضمن تحسينات وتطوير أو حتى إصلاحا بعض الأخطاء والعيوب يرمز لها غالبا بالأرقام مثل: س 1.0 س 1.1 ثم س 2³⁸.

4- خصائص الويب 2.0:

مجموعة خصائص الويب 2.0 مأخوذة من موقع قاعة المطرودين جاءت ضمن مقال يعتبر من أول ما كتب عن الويب 2.0 على الساحة العربية التي تعاني نقصا حادا في هذا المجال.

³⁸ - What is web 2.0 Design patternsand Business Modelles for the Next Generation Of soft Ware .
http:// www.orielly.net.com/Pub/a/orielly/time/news/2005/09/30what-is-web-2.0.html

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

- الويب هي منصة تصوير متكاملة: يفترض في جيل الويب 2.0 أن يتعامل مع الويب كمنصة بمعزل عن أي عوامل تقنيه أخرى، الموقع يستفيد من موارد وخصائص الشبكة تماما كما يستفيد مطور التطبيقات من أوامر النظام الذي يبرمج برامجها عليه.
- الذكاء و الحس الإبداعي: الشئ الذي يجعلنا نصف موقعنا من الويب 2.0 وآخر من الويب 1.0 هو ذلك الحس الإبداعي وحزمة الخصائص الذكية في نفس الفكرة على سبيل المثال غوغل (google) كمحرك بحث يعتبر من الويب 2.0 لأنه يتمتع بذكاء كبير عند تنفيذ عمليات البحث، و هذا فقط ما يميزه عن بقية المحركات.
- البيانات هي الأهم: أهم شيء في الويب 2.0 هو المحتوى و البيانات و طريقة تصنيفها والبحث عنها وكذا سهولة الوصول إليها وإتاحتها للجميع.
- نهاية دورة إنتاج البرمجيات : في الويب 2.0 البرمجيات تختلف عن البرمجيات في فترة ما قبل الويب 2.0 من حيث مدة صلاحيتها فالبرامج هنا لا ينتهي إلا في حالة إغلاق الموقع، فصاحب الموقع يجعل تطبيقه متاحا للجميع (Open Source) ومستخدمنا بصورة يومية كما ويتوجب عليه تطويره ومتابعته بصورة يومية كما يتيح للمستخدمين المشاركة في تطويره عن طريق مساهمتهم بتجريب خدماته وإبداع آرائهم حوله، لهذا السبب نرى أن خدمات مثل فليكر (Flickr) وبريد غوغل (Google Mail) وخدمة (Delicious) ظلت لأشهر و لسنوات تحمل شعار Beta اي نسخة تجريبية.

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

- **تقنيات التطوير المساندة:** تتميز مواقع الويب 2.0 باستفادتها القصوى و المثلى من تقنيات المساندة، تقنيات حديثة ورائعة مثل RSS و AJAX، تقنيات مشهورة XSLT XML، ومحاولة الحفاظ على المعايير القياسية في التصميم من الناحية الفنية أو الناحية التخطيطية عن طريق تحقيق قابلية الوصول وقابلية الاستخدام.
- **الثقة بالزوار:** في مواقع الويب 2.0 المحتوى يبينه المستخدم أو يشارك مشاركة فعالة في بنائه ، لذا فان أحد أهم المبادئ هنا هو إعطاء الثقة الكاملة للمستخدم للمساهمة في بناء هذه الخدمة، فخدمات مثل فيلكر و ديليشيوس وويكيبيديا(wikipedia) تمنح المستخدم الثقة الكاملة في استخدام النظام و ادراج اي محتوى يرغب بإدراجه،و من بعد ذلك يأتي دور مراقبي أو المحررين لتصفية المحتويات التي تخالف قوانين الموقع.
- **الخدمات ،وليس حزم البرمجيات:** من أهم مفاهيم الويب 2.0 هي أنها مجموعة من الخدمات متوفرة في المواقع أو في التطبيقات وليست بحد ذاتها حزمة برمجيات تقدم للاستفادة منها على سبيل المثال برنامج Tunes يعتبر من الويب 2.0 (على الرغم من انه ليس تطبيق ويب) ولكنه يقدم بحد ذاته خدمة مرتبطة بشبكة الويب ارتباطا وثيقا، لذا فالفكرة في هذا البرنامج هي تنظيم الملفات الصوتية ومشاركتها أو نشرها على شبكه الويب، لذا فبرنامج Tunes هو خدمه وليست حزمة برمجيات .

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

• **المشاركة:** المستخدمون هم من يبذلون خدمات الويب 2.0 و ليس صاحب الموقع ، صاحب الموقع يقدم النظام كخدمة أو كفكرة قائمة أساسا على تفاعل المستخدمين بالمشاركة في هذه الخدمة، كموقع فليكر مثلا مبني على الصور الشخصية للمستخدمين موسوعة ويكيبيديا مبنية على جهود مئات الآلاف إن لم نقل ملايين البشر الذين يضيفون يوميا معلومات جديدة تفيد البشرية.

فبالأنظمة تتطور إذا كثر استخدامها تلك هي أنظمة الويب 2.0 استخدام موقع فليكر بكثافة على سبيل المثال يؤدي إلى تطوير خدمات فليكر للأفضل، المشاركة في خدمة ويكيبيديا يعني جعل موسوعة ويكيبيديا مصدرا مهما للمعلومات، النشر الكثيف للروابط المفضلة في موقع Delicious يؤدي إلى تطوير هذا الموقع ليكون مرجعا مهما للروابط.

• **الخدمة الذاتية للوصول إلى كل مكان:** أحد خصائص مواقع الويب 2.0 هو إمكانية نشر الخدمة خارج النطاق الموقع، فتنقيات مثل RSS، ATOM وغيرها من التقنيات يمكن من خلالها إيصال محتوى الخدمة خارج نطاق الموقع، قابلية توصيل الخدمة Service Hackbilty هو مصطلح يطلق على هذه الفكرة، على سبيل المثال خدمة Google Andsense تتيح للإعلانات الوصول إلى أي مكان، خارج نطاق موقع

غوغل.³⁹

³⁹ -<http://www.devhall.com/articles/30/>

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

المبحث الثاني : دواعي التوجه نحو النشر الإلكتروني:

تعتبر صناعة النشر من أهم الأنشطة الاقتصادية في العصر الحالي إلا أن هناك إكراهات مادية أدت إلى ارتفاع تكاليف إنتاج الصحيفة الورقية ، حيث قررت اغلب المؤسسات الإعلامية العالمية التوجه نحو النشر الإلكتروني والقفز من الإعلام الكلاسيكي إلى الإعلام الجديد، خصوصا بعد الأزمة المالية من 2008-2009 وذلك نظرا لعدة أسباب يمكن تلخيصها في ما يلي:

نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان تقتضي تطور الوسيلة وفرضها لنمط حياتي معين كون أنها امتداد للحواس الفيزيولوجية، حيث يرى أن وسائل الاتصال هي امتداد للسمع و البصر وأيضا للوعي والإدراك فهي بذلك تصنع واقعنا ، وبالتالي فان الجمهور يتوجه نحو الوسائل الجديدة والتكنولوجيات المبتكرة في مجالات الإعلام والاتصال ويندمج في منظومتها مستغنيا تدريجيا عما هو تقليدي ،لان الوسيلة تحتم ذلك وعليه فان الناشرين أو القائمين على شؤون المؤسسة الإعلامية يذهبون حيث يذهب الجمهور ويعرضون مختلف الخدمات التقليدية أو المتجددة في الفضاءات الحديثة، وقد تم تسجيل إحصاءات تؤكد اتفاق عدد هائل من الأفراد بالشاشة المتصلة بشبكة الانترنت (Always Online) و تراجع قراءة الجريدة و الاستماع للإذاعة و حتى مشاهدة التلفزيون فيما يرتفع عدد مستخدمي الانترنت المتنقل web Mobile التطور التكنولوجي و ظهور مفاهيم للطرق السريعة للإعلام و الوسائط المتعددة أو الملتيميديا ، بظهور شبكة الانترنت وتطورها وارتفاع عدد مستخدميها

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

في العالم إلى أكثر من مليار ونصف سنة 2011، بعدما كان عددهم لا يتجاوز عشرة ملايين سنة 1994. وحوالي مليون فقط سنة 1988، إضافة إلى التطورات التي عرفتها شبكة الانترنت إذ تعد سنة 2000 فاصلة بين الجيل الأول والجيل الثاني 2.0 الذي ظهرت فيه المنصات الالكترونية التشاركية مثل "ماي سبايس" سنة 2003 و فيسبوك سنة 2004 وتويتر سنة 2006، وتعرف تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنها "مجلد المعارف والخبرات والمهارات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها للأفراد والمجتمعات.

- تراجع سحب وتوزيع كبريات الجرائد في العالم بسبب النمو الموازي الاستخدام شبكة الانترنت فمثلا في فرنسا تراجع سحب الجرائد من 3.8 مليون نسخته يوميا سنة 1974 إلى 1.9 مليون فقط سنة 2007، كما قامت العديد من المؤسسات الإعلامية بإغلاق مكاتب لها بالخارج و تقليص شبكة المراسلين لتخفيض النفقات.

• تراجع نقاط البيع بالنسبة للصحافة المكتوبة و انخفاض مداخيل الإشهار من ذلك انخفاضها في فرنسا من 30 بالمئة الى 15 بالمئة في ظرف سنوات مع ارتفاع حجم المديونية للمؤسسات الإعلامية مع الإشارة إلى أن المعلمين لا يبالون بوضعيه المؤسسات الإعلامية او القطاع ككل وإنما يبحثون عن المصلحة التجارية في توزيع الإشهار بغية الوصول إلى اكبر شريحة ممكنة من جمهور المستهلكين والزبائن، ومع

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

تطورات الحديثة وشبكة الانترنت والهاتف النقال كسوق جديد نسبة من مداخل

الإشهار و ظهور مفهوم الإشهار اونلاين

LA Publicité Online، السلوكي LA Publicité Comormentale، والإشهار

المشخص La Publicité Personnalise، الذي يعتمد على خصوصيات المستخدم و

أدوات التخصيص التكنولوجيا (مثل برامج الإشهار الرقمي الذي أطلقه فيسبوك سنة 2007)

الذي حاز على ما بين 300 الى 400 مليون دولار سنة 2011، كما تحول مواقع مثل

ياهو yahoo و غوغل google و يوتيوب youtube ما بين 10 الى 15 بالمئة من مداخل

الإشهار التي كانت تتدفق سابقا على الصحافة الورقية⁴⁰.

المبحث الثالث : الصحفي الالكتروني

هو من يقوم بوظائف منتظمة على مستوى مؤسسة مهيكلة تنشط عن طريق موقع على

شبكة الانترنت، بحيث تختلف وظائفه ومهاراته إلى حد ما عن الصحفي التقليدي و يسمى

بصحفي الرقمي نظرا لارتباطه بالوسيلة ، و يجب على الصحفي الالكتروني ان يحوز على

تكوين متواصل وتدريب على استخدام مختلف التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال

المستعملة في صناعة الأخبار وتطوير أساليب العمل من حيث الوصول إلى مصادر

المعلومات المفتوحة والسرعة والتحديد الجغرافي و المعالجة الصحفية الحديثة لمختلف المواد

والدراية بآليات النشر السريعة وكيفيات الذهاب أين يذهب الجمهور وايصال المحتوى عبر

⁴⁰صالح فلاق شبيبة، صحافة الويب 2.0 (لستخدامات أدوات الرقمية والمنصات التفاعلية)، مرجع سابق، ص26-28

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

مختلف المنصات الالكترونية بطريقة متزامنة إضافة إلى عمله بكيفيات التعرف على خصائص الجمهور و حاجاته ورغباته وتوجيه محتويات تتناسب مع ذلك واليقظة الدائمة ومتابعته لمختلف ما يقع من أحداث وما تنشره مختلف أنواع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة و المنصات الالكترونية التشاركية التفاعلية على شبكة الانترنت. وإطلاعه بطرائق الوصول إلى الجمهور المستهدف والإمام بخبرات تطويع البرمجيات والتطبيقات على أجهزة الكمبيوتر والألواح الالكترونية والهواتف الذكية و استعمال الانترنت المتنقل والتصوير ونتاج الفيديو والتحكم في مختلف مقومات الصناعة الإعلامية الحديثة في علاقتها بالتكنولوجيات المتطورة وما ينجر عنها من انعكاسات على الأنماط الاستهلاكية لدى الجمهور والمجتمع.

- كما يظهر في الصحيفة الالكترونية دور أساسي للتقني الذي لم يكن له حضور قوي في وسائل الإعلام التقليدية إلا بعدما سيطرت التكنولوجيا على مظاهر الإنتاج والعرض، حيث يحتاج المحتوى الالكتروني إلى التقني بقدر الحاجة للصحفي ويسمى هؤلاء ب: "الواب ماستر " web Master، يشرفون على عرض الصحيفة وتحسين الواجهة وتصميم استغلال الخدمات بفاعلية والتحكم في البنية الرقمية للمحتويات و ارغونوميا الواجهة بطرق تؤدي إلى ظهور المحتوى الذكي وتحديد الخدمات بمختلف التطبيقات على الموقع وضمان تدفق الأخبار والتفاعل مع الجمهور اي مختلف السمات الاتصالية التي تم عرضها سابقا، للتقني دور كبير في إرسالها بالموقع ويقوم الصحفي بالاستفادة من نتائجها وتحريكها بالممارسة، كما تتلشى الحدود ما بين الصحفي و التقني حيث يتعين على الصحفي

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

الالكتروني الاستفادة من أساسيات استخدام مختلف الأدوات التكنولوجية والمنصات والتدرب على استخدامها لتطوير ما ينتج من محتوى في كل زمان ومكان، إذ يمكن استغلال مختلف التطبيقات المجانية أو المدفوعة للمبتدئين و الخبراء التي تسمح بمعالجة المحتوى الرقمي في الصحافة الالكترونية وتحسين الجودة بتعديل الصور مثلا أو مقاطع الفيديو والصوت وجعلها أكثر احترافية و التي تتوافق مع نظم التشغيل للأجهزة المستعملة في الكمبيوتر أو الهواتف الذكية وفقا لأخر التحديثات (IOS, android , Windows Phone , Windows) و هي أدوات ذات استخدام سهل و تحكم كامل في الإعدادات مثل:

Rotodirection , Picsart , PhotoShope Xpress, SnapSeed,Viva Videos
,Magisto , filnorogo , Kine master , Wave PAdaudivesition,Record
Plus.

ومن بين البرمجيات الرئيسية التي يمكن الاعتماد عليها في موقع الصحيفة الالكترونية مجموعة من البرامج لتنفيذ النشر الديناميكي أو النشر الحي مثل برامج "راير براوز" RB وهو نظام إدارة الأخبار وإنشاء دورات عمل التحرير إضافة إلى برامج ريب أركيف RA ، و التي تستعمل لإنشاء الأرشيف للحفاظ على المعلومات وضمان استرجاعها من نص وصورة وصوت وفيديو، و محول الملفات من pdf إلى XML والذي يضمن الاستفادة من الملفات الموجودة أو تحويل الملفات المنتجة في وسائل الإعلام التقليدية مثل نسخ الـ pdf الخاصة بالجريدة الورقية والتي يمكن الاستفادة منها بتحويلها للموقع إضافة إلى برنامج

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

ADOB SUITE مثل RSS و Flash Acrobat و Photo SHOPE مع الإشارة إلى

أن التطبيقات تخضع لتحديث دوريا و التي من شأنها تحسين الخدمات الالكترونية

وعصرتها وفقا لاحتياجات الجمهور وموجة تطور التكنولوجيا.⁴¹

-كما تشترط الصحافة الالكترونية تغير طرق تنفيذ المحررين من الاعتماد على النصوص

فقط إلى استعمال الوسائط المتعددة أو الملتيميديا و تغيير قاعة التحرير إلى غرفة أخبار

والاستفادة من المصادر المفتوحة على طريق استطلاعات الرأي الالكترونية والتعليقات

والمناقشات والمدونات و الويكي و تشجيع المستخدمين على المشاركة في تحرير الصحيفة.

ومنه يمكن تعريف الصحفي الالكتروني على انه "كل صحفي ينشر بشكل منتظم في موقع

أو في مواقع الكترونية مهيكلة بشكل قانوني ويحترم أخلاقيات المهنة و القوالب الصحفية

المختلفة.فيما يتطلب التحرير الالكتروني⁴² الانسجام مع التحولات الجديدة في طرائق الانتاج

و الاستهلاك والعمل بالبرامج الالكترونية في المعالجة التحريرية للنصوص والصور

والفيديوهات و الإخراج واستخدام البيانات و الانفوغرافيا والاستفادة من تدفق المعلومات عن

طريق المصادر الحديثة، و استخدام القوالب الصحفية التي تتلائم مع الصحافة الالكترونية

وبالتالي فإن عصر الصحافة الرقمية دفع المؤسسات الصحفية للتوجه نحو غرف

الأخبار الرقمية.⁴³ (digital news room)

⁴¹ - صالح فلاق شبرة " صحافة الويب 2.0 " ، إستخدامات الأدوات الرقمية و المنصات التفاعلية ، مرجع سابق ص 88-

90.

⁴² - عبد الجواد سعيد ربيع ، إدارة المؤسسات الصحفية ، دراسة في المواقع و المستحدثات ، دار الفجر للنشر و التوزيع ،

2004 ، ص 103.

⁴³ -Stephen Quinn , (Know ledge management in The digital News Romm)

المبحث الرابع: التفاعلية

تشير دراسات في الإعلام والاتصال إلى أن النموذج الذي كان سائدا في البداية هو النموذج الخطي أو العمودي على اعتبار أن عملية الاتصال أحادية الاتجاه من المرسل إلى المستقبل، أين لا يكاد يظهر دور المستقبل أو ردود أفعاله ومع تطور الأبحاث بداية الأربعينيات تم تعزيز دور "المستقبل" بظهور ما يسمى بـ "الصدى" أو رد الفعل، وتدرجيا ظهرت دراسات التلقي في التسعينيات و أصبح المستقبل "متلقي" نظرا لتعاظم دوره في العملية الاتصالية التي تطبع الإعلام ثم تدرجيا أتاحت شبكة الانترنت واستخدامات مختلف التطبيقات مفهوم التفاعلية ليتحول المتلقي إلى مستخدم الذي أصبح له علاقة قوية وبارزة بالمرسل والقائم بالاتصال وعلى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تفنقد إلى رجع الصدى وفرص المشاركة في العملية الاتصالية، فان شبكة الانترنت و منه الصحيفة الالكترونية في ظل المجتمع الاتصال الذي يغزو المجتمع المعلوماتي⁴⁴ ترفع سقف التفاعلية إلى حد المشاركة في إنتاج المحتوى إذ يعرف الاتصال التفاعلي على انه الاتصال الذي يسمح بتبادل الأدوار ما بين المرسل و المستقبل، ويعرف "فيري كواموتو" " التفاعلية" بأنها عملية اشتراك الآلة أو الفرد في عملية إدارة البحث عن المعلومة وعملية المشاركة في المعلومات.⁴⁵

Firste Published , Focal Press Great Britagain , 2002 , P52.

⁴⁴ -Coordonne Par jean Paul La france ,(Critique de la societ  De linformation)CNRS,  dition , Essentiels Hermes ,2009 P 22

2- عباس مصطفى صادق " التطبيقات التقليدية و المستخدمة للصحافة العربية في الانترنت " مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي : المواقع و التحديات ، جامعة الشارقة ، 22 / 24 نوفمبر 2005.

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

بحيث يعتبر ذلك من أهم سمات التكنولوجيات الحديثة والتي تتجاوز مرحلة القراءة والاستماع والمشاهدة إلى مرحلة الاستخدام و المشاركة، إلى درجة يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل، فبعدما كان النشر يتم من النخبة إلى الكل أصبح الكل ينتج للكل والاستهلاك جماعيا.

يمكن توضيح ذلك من خلال محدودية التفاعل لدى جمهور وسائل الإعلام التقليدية، حيث تنحصر والتفاعلية لدى القراء والمستمعين والمشاهدين بالنسبة للجريدة و الإذاعة والتلفزيون في حق الرد والرسائل المفتوحة الموجهة عبر البريد و الزيارات المحدودة للمؤسسة والاتصالات الهاتفية والمشاركة الضيقة في بعض الحصص المتاحة للجمهور، فيما يخص الأمر بالنسبة لجمهور الصحافة الالكترونية الذي ارتفع سقف التفاعلية لديه بفعل الأدوات التكنولوجية التي توفرها شبكه الانترنت و مختلف التطبيقات التي تسمح بالمشاركة في تحرير الصحيفة و التي يحصرها محمد منير حجاب في عملية التفاعل مع الزوار من خلال المنتديات وساحات الحوار المكتوبة وغرف الدردشة والحوارات الصوتية التفاعلية إضافة إلى المجموعات البريدية.⁴⁶

-التفاعلية في وسائل الإعلام.

وهي قدرة المتلقي على المشاركة في البيئة الوسطية للإعلام و التأثير عليها، بالتفاعل مع الأجهزة بما يحقق تلبية اختياراته والمشاركة مع القائم بالاتصال في بناء المحتوى وتقديمه،

⁴⁶محمد منير حجاب ، " مدخل الى الصحافة " ، دار فجر للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى سنة 2010 ، ص 481.

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

والقدرة على التجول الحرفي للمحتوى والاختيارات المتعددة التي يتميز بها هذا المحتوى لتلبية حاجات المتلقي إلى محتوى ذي خصائص معينة، وفي إطار الدعم الفني للتفاعلية يرى فليمان أن التفاعلية مفهوم آخر غير طرق الوصول والتجول في قاعدة البيانات الالكترونية بفاعلية بين الصور والفيديو والنصوص والصوت في تالف كمصدر واحد للمعلومات.⁴⁷

هذا وتصف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الجيل الثاني ويب 2.0 لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بحيث يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، ومشاركة صورته هي مذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات انتشرت المواقع التواصل الاجتماعي وذاع حيث هذه المواقع بين المجتمعات والشباب بشكل كبير في أنحاء لتصبح الأشهر استخداما بين العالم بين ومرتادي الانترنت.

الاتصال التفاعلي: ارتبط الاتصال بشكل وثيق بتطور استخدام الأفراد والجماعات لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وخصوصا الانترنت، و طبقا للخدمات التي يقدمها نظام الاتصال عبر الانترنت و تبعا للأغراض التي يستهدفها الأفراد من خلال استخدامهم حيث تتركز في ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين لهذه الشبكة :

⁴⁷ - عبد الحميد محمد: الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت ، عالم الكتب - الطبعة الأولى ، 2007 ص 21-22.

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

1- **الاتصال:** حيث يتم الاتصال بأشكال ومواقف مختلفة من فرد لأخر أو من فرد إلى جماعة أو جماعات أخرى وقد يتم لأغراض بحثية أو شخصية، وللاتصال الجماعي أو تبادل الحوار والنقاش.

2- **التفاعل:** الأفراد يلجؤون لاستخدام الانترنت من اجل الاتصال أو التسلية أو التعلم وغالبا ما يتم اللجوء لأغراض اجتماعية كتثقيف.

3- **الإعلام والمعلومات الالكترونية:** فالأفراد يستخدمون الانترنت لنشر و استرجاع المعلومات التي تغطي مجالا واسعا من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.⁴⁸

المبحث الخامس: ثلوث الإعجاب، التعليق، والمشاركة. (Like/comment /Share)

التواجد على موقع التواصل الاجتماعي أصبح أكثر من ضرورة بالنسبة للصحف الالكترونية ذلك أن هذه الفضاءات تسمح بالالتقاء بالجمهور والتفاعل معه بمختلف الأشكال والتعرف عليه عن قرب، وإن المستهلك أو المستخدم لم يعد يتخذ قرارات بمفرده لأنه محاط بشبكته الاجتماعية إضافة إلى استخدامها في التعريف في المؤسسة الإعلامية والترويج لمستعملها الالكترونية (e-réputation)، عن طريق صورة ذهنية ايجابية وتداولها ما بين اكبر عدد ممكن من المستخدمين مثل أن تكون هذه المؤسسة ذات الماركة أو العلامة المعينة هي احترافية و تتمتع مخرجتها بالمصداقية و التغطيات الشاملة للأحداث والسرعة في النقل و

⁴⁸ محمد يوسف : موسوعة التخطيط الإستراتيجي في الاعلام الجماهيري ، أثار الاتصال و ادواته الإلكترونية على الأمن الاجتماعي ، دار الكتاب الحديث ، طبعة اولى ، 2013 ص 839.

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

جودة ونوعية المحتوى و تقديم التحليل وغيرها كما تعتبر الآليات الثلاثة التي تسيطر على

مواقع التواصل الاجتماعي الإعجاب التعليق و المشاركة.(Like/comment /Share).⁴⁹

المحرك الأساسي لانتشار المحتوى الذي تنتجه الصحيفة الرقمية عبر مختلف المنصات الإلكترونية، كما تعتبر من خصائص التوصية (La Société de Recommandation)

أين تطفو محتويات على حساب آخر نظرا لأنها حازت على أكبر نسبة من المشاهدات أو

الإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو النقد بصفه عامة فيكون ذلك مرغوبا لدى المستخدمين

الذين لم يتعرضوا لهذه المحتويات بعد وكأن هناك نوعا من النصح و التوصية الجماعية

بالنقد للتعرض لهذا المحتوى.

- من اجل ذلك فان الصحف الإلكترونية تهتم بزيادة عدد النقرات على المحتويات التي

تنتجها ، وتدخل وذلك حتى في طريقة التحرير حيث تقدم خلاصات غير مكتملة للقصة

الخبرية و التي تحمل نوعا من الاثارة والتشويق وتدفع القارئ إلى ضرورة النقر للاطلاع

على الجزء الناقص من المعلومة والتفاصيل، ويكفي أن ينقر المستخدم على إيقونة

"تفاصيل" ليحتسب ضمن مؤهلات انشار المحتوى حتى وان لم يتابع القراءة أو لم يعجبه

الموضوع ما معناه إحداث تغيير حتى في طريقة المعالجة بقلب الهرم المقلوب الذي يحرر

فيه القصة الخبرية من الأكثر أهمية إلى الأهم ثم المهم و من مقدمة تلخيصية في جامعة

إلى بقية التفاصيل، إذ يتركز الآليات الجديدة على تقديم مقدمة منقوصة المعلومات التي

⁴⁹ - Dennis Pommeray , « le Pan lmarketing , communication Digital Préparer , Dévelooer et Piloter son Plan Web Marketing »Paris,DUNOD,2016 ,P18

الفصل الثاني: صحافة الويب 2.0

تحتّم على المستخدم النقر لأخذ الفكرة كاملة و يرفق ذلك بعنوان مشوق أو بمثابة "الغز" مثير بحاجة للاطلاع على ما وراءه .⁵⁰

خلاصة الفصل:

إن أهم ما يميز الويب 2.0 عن الويب 1.0 أن المحتويات فيه أصبحت من الكل إلى الكل بعكس الويب 1.0 أين كانت المحتويات توجه من قبل أفراد قليلين نحو مجموعة المتلقين دون إمكانية التفاعل والتواصل بفعالية في الويب 2.0 بإمكان المستخدم أن يضيف شيئاً للموقع سواء كان تعليق أو تقييماً أو مشاركة بموضوع أو مقال أو صورة أو فيديو...

⁵⁰ - صالح فلاق شبرة ، " صحافة الويب 2.0 " ، استخدامات الأدوات الرقمية و المنصات التفاعلية ، مرجع سابق ، ص 137 ، 138 .

الفصل الثالث

شبكات التواصل الإجتماعي

خصائصها و استخداماتها

- تمهيد.

المبحث الأول :نشأة الشبكات الإجتماعية و تعريفها .

المبحث الثاني:خصائص و أنواع الشبكات الاجتماعية.

المبحث الثالث :الفيسبوك ، خصائصه و مميزاته .

المبحث الرابع : مجالات استخدام فايسبوك .

المبحث الخامس: نموذج عن الصحافة الالكترونية في

الجزائر "الشروق أونلاين"

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

تمهيد:

بلغت تكنولوجيا الاتصال درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم، و أتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة وفي مقدمتها الشبكات الاجتماعية التي تطورت لتتحول إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال جملة من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر وهذا التطور يعبر عن ضجة تكنولوجية أثارت العديد من المواضيع والقضايا وأحدثت تفاعل و تواصل مستمر عبر الشبكات الاجتماعية التي فتحت أبواب الحوار والتعبير والمناقشات وسلطت الضوء على مختلف الآراء والتوجهات حول كل المجالات.

المبحث الأول: نشأة الشبكات الاجتماعية و تعريفها.

1/- نشأة الشبكة الاجتماعية:

كان أول ظهور للموقع الاجتماعية في أواخر التسعينيات، حيث ظهر موقع

Class1995

Mates.com للربط بين زملاء الدراسة ثم تلاه موقع Six Degress.com عام 1997

حيث ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، حيث إعتمدت هذه المواقع

على فتح صفحات شخصية للمستخدمين على إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء، ولكن

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماتها

تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح لمالكيها.⁵¹ وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين عام 1999-2001. ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من غوغل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير، و يعتبر من أوائل واكبر الشبكة الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فايسبوك والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حيث قام فايسبوك في عام 2007 ، بإتاحة تطبيقات أخرى مما أدى إلى زيادة عدد المستخدمين بشكل كبير ويعتقد حاليا أن عددهم يتجاوز 400 مليون مستخدم على مستوى العالم.⁵²

2/ - تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مجتمعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل، و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة والمراسلة والمحادثة الفورية وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات والمشاركة فيه الأحداث والمناسبات مشاركة الوسائط مع الآخرين الصور والفيديو والبرمجيات.⁵³

⁵¹-وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر فايسبوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ، ط1 ، السودان ، الخرطوم ، نوفمبر 2012 ، ص 07

⁵²-امل الكندي ، مواقع الشبكات الاجتماعية و طريقة عملها نقلا عن <http://kvol.google.com>

⁵³- سهيلة ضيف ، المدونات الإلكترونية في الجزائر ، دراسة في الاستخدامات و الإشباع ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، 2009 ، ص 77-78

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

تعرف أيضا : أنها خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين كما أنها تعتبر مجموعة من الواقع على شبكة الانترنت العالمية تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي نقل المعلومات.⁵⁴

ويعرفها كل من بريسا ولونيكريشمار أنها ما كان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.⁵⁵

أيضا تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية.

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم.

كذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في المجتمع الافتراضي، يجمع بين أفرادها

⁵⁴ - عثمان محمد الشمراني ، شبكات التواصل الاجتماعي ، جامعة الملك خالد ، السعودية ، 2014 ص 50
⁵⁵ - wasine kittiwong .pimon pharak knngan (2010à Face book Yourdeam Master thess , P20

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة....) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية.

المبحث الثاني : خصائص وأنواع الشبكات الاجتماعية:

1- خصائصها تتمتع الشبكات الاجتماعية بجملة من الخصائص نبرز أهمها في ما يلي:

- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية و المكانية و تتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بسهولة وبساطة .
- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب مشترك، فهي تلغى السلبية المقيمة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ.
- التنوع: وتعدد الاستعمالات فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء وهكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكة الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- التوفير والاقتصادية : اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي،

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

و ليست حكرا على أصحاب الأموال أو جماعة دون أخرى.⁵⁶

• **الاهتمام:** هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب و الموسيقى

سوق المال السياسة الصحة والشؤون الخارجية وغيرها.

• **التعريف بالذات :** الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء

صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها و يقوم

من خلالها بالتعرف على نفسه من خلال النص والصورة، و الموسيقى والفيديوهات

وغيرها من الوظائف الأخرى ، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص

بتعبئة وتنظيم علاقتهم الاجتماعية و صفحاتهم الشخصية بطريقه التي يجب

أصدقائهم رؤيتهم بها.

• **طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق

صداقات مع أصدقاء يبادلونهم اهتمام المحتوى،⁵⁷ وبالتالي فهي تساهم بشكل كبير

وفعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت

غير أن الشبكة الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس و مستخدمي

هاته المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل: الوسم و

⁵⁶ - حمزة اسماعيل أبو شنب ، تقنيات التواصل الاجتماعي و المميزات 2013 ، ص 85.

⁵⁷ - Rominacahia , Social commuting Study On The USE and impact of Oline Social Netwaork .JRC scientific and technical Report Optic ,

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

التطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول كتب التي أحيوها⁵⁸ وغيرها من الخدمات.

2/-انواعها: هناك عددا للمواقع الاجتماعية منها :

• **الشبكة الاجتماعية الشخصية** : وتسمى أيضا نوع أساسي وهو النوع الأكثر شهرة حيث يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم، يوفر له خدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية و مشاركة مستخدمي هذا الموقع في ما بينهم العديد من الصور و الملفات المرئية والروابط.

• **الشبكات الاجتماعية العامة** : وتسمى أيضا بالنوع المرتبط بالعمل و هي المواقع التي ترتبط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، كما يعطى هذا النوع من الشبكات للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وخبراتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهنية.⁵⁹

وهذا النوع يعتمد على توفير مميزات أخرى مثل التدوين المصغر كموقع تويتر والشبكات الجغرافيا مثل موقع براينكايت ابرز مواقع الشبكات الاجتماعية العالمية.

⁵⁸-wassine , kittorgvivar , pimonpha Rkkanngan, Opcit P20

⁵⁹- وائل مبارك خضر فضل الله ، المرجع السابق ، ص 09.

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

أظهرت آخر الإحصائيات التي أجراها موقع (Topteen reveuls .com) المعنى بإجراء الترتيبات والتفوييمات وفي ما يخص ترتيب ابرز مواقع الأولى للشبكات الاجتماعية كما يلي:

- موقع تويتر (TWITTER) :

موقع تويتر هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين من الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقربائهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم و الهواتف النقالة و تسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل الى 140 حرف يمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما اذا هذه الشخصيات وضعت مشاركة جديدة و يمثل تويتر شبكة معلومات أنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة و اكتشاف ماذا يحدث الآن حيث يطرح الموقع في وجهته السؤال: ماذا يحدث الآن ويجعل الايجابية تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور.⁶⁰

لقد أصبح تويتر جزءا من نظام وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن المستخدمين من استخدام استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام .

- موقع لنكدن (LinkedIn .com):

⁶⁰ - Wassine , kitt worgvivat , pimomphkanngan , optic P 33

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماتها

هي شبكة اجتماعية مختصة بالعمل والتجارة تضم العديد من المحترفين المحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعه اهتمامات.

وفي هذا الموقع هو شبكه اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك على العلاقات الشخصية والاجتماعية لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على علاقات في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية.

ورغم بدايتها سنة 2000 إلى انه اليوم أصبح من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية، ويعرفه موقع التكنولوجيا على انه موقع يضمن فيه المستخدمون معلومات مهنيه شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعملي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية وكل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم.

- **موقع فليكر (Flicker):** هو موقع اجتماعي خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الانترنت ويستخدم الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء وكذا من طرف الخبراء أو الهواة الذين يرغبون في نقل الصور التي التقطها إلى العالم، يسمح الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية او مجموعة تشترك في صفحات معينه

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماتها

كليهما معا⁶¹، و يوفر هذا الموقع خدمة حفظ الصور بشكل عام للزائرين حيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها او يستطيع محمل الصور جعلها خاصة فلا تتوفر الا لصاحب الحاسب او من يسمح لهم بمشاهدتها، يستطيع المستخدم عند تحميل صور ان يحدد من يستطيع مشاهدته الصور أولاً، الصور الخاصة بمشاهدها مالك الحساب بشكل دائم، و يمكنه تحديد الصور المسموح للجميع مشاهدتها العامة وحسب إحصائيات 2010 يضم الموقع ما يقارب 5 مليارات صورة ويحظى الموقع بأكثر من 3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة مما يجعله المخزن الأول للصورة في شبكة الانترنت وفي العديد من مواقع التقنية⁶²

- **الانستغرام:** هو تطبيق مجاني لتبادل الصور و شبكة اجتماعية أيضا أطلق في أكتوبر 2010 يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعه متنوعة من خدمات المواقع الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها، في كل ثانية يتم إضافة 58 صورة جديدة و في الثانية الواحدة أيضا يحصل الموقع على مستخدمين جديد موقع انستغرام حاجز المليار صوره فتحه.

- **اليوتيوب (You tube):** عبارة عن موقع الكتروني لمشاهدة مقاطع مختلفة من الفيديوهات تم إنشاؤه سنة 2005، ويمكنك من خلاله مشاهدته مقاطع فيديو تحميلها

⁶¹-rominacachia , Optic , P41

⁶²-خالد سليم،ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبني للنشر، قطر، 2008،ص65

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

ومشاركتها وتبادلها مع كل من تعرفهم مشاهدته أكثر من 4 مليارات مقطع من الفيديوهات يوميا ، أصبح هذا الموقع يمكن مشاهدته 39 مترجمه إلى 54 لغة.⁶³

- **ماي سبيس : (My space)** الموقع الذي كان اكثر رواجاً ، قبل ان يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخرًا .

- **اوركوت : ORKUT** منتج قوقل والذي لم يبقلقى رواجاً كبيراً في امريكا لوجود العملاقين " فيس بوك " و " ماي سبيس "

- **لينكدان linkedin** : و هو شبكة إجتماعية للمحترفين يضم قرابة مليوني محترف في مجالات متنوعة يتشاركون في مجموعات إهتمام و يتميز بخاصية الترتيبات حيث بإمكان المدير او الزملاء السابقين في الوظيفة تزكيتك عن عملك في الشركة .

- **Xige Net** : و هما عبارة عن شبكة اجتماعية لمستخدمين محترفين حول العالم .⁶⁴

وهكذا فان المواقع السابقة لنا عرضها فتحت أفقا جديدة في مجال الاتصال والتواصل بين الأفراد في مجالات افتراضية وأتاحت لهم فرصا متطورة للتفاعل فيما بينهم ومشاركه اهتماماتهم ولكن موقع فيسبوك يتصدر هذه المواقع نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل والتفاعل بحيث يعد أكثر المواقع الاجتماعية التي تمكن مستخدميها تبادل الآراء

⁶³ - عثمان محمد الشمراني، شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع السابق ص 75 .
⁶⁴ - خالد سليم ،ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، المرجع السابق ، ص 67 .

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

والمعلومات وتفعيل المشاركة في ما بينهم حول مختلف القضايا ، و سنتعرف على هذا الموقع مميزاته وخدماته.

المبحث الثالث . فايسبوك خصائصه ومميزاته:

1- نشأة فايسبوك:

انطلق موقع فايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتش Face match التابع لجامعة هارفرد وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، و قد قام مارك زوكربيج بإبتكار الفيس ماتش 28 اكتوبر 2003 ، عندما كان يرتاد جامعة هارفرد طالبا في السنة الثانية، وفي هذه الأثناء و كي يتمكن زوكربيج من تأسيس الموقع، فانه يلجا إلى احتراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد وقام بنسخ صورة خاصة بالطلبة بهدف إنشاء شبكة للتعرف بين الطلاب البكالوريوس في جامعه هارفرد ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم ونظرا للإقبال الشديد من قبل طلاب قرر مارك توسع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى و طلبة الثانوية الذي يسعون الى التعرف على الحياة الجامعية في سنة 2004 أما سنة 2006 قرر مارك كان ان يفتح أبوابه أمام كل من يرغب في استخدامه، وقد حقق الموقع في

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماتها

عدد المشتركين حيث تجاوز 200 مليون مشترك وقد بلغ عدد مستخدمي حوالي 8 مليون مستخدم.⁶⁵

وفي أكتوبر عام 2008 أعلن القائمون على ادارة فايسبوك ان اتخاذ مدينة دبلن عاصمة ايرلندا مقرا دوليا له ..

اما في اكتوبر 2007 اشترت شركة مايكروسوفت وحصة الفيسبوك نسبة 1.6 % بقيمة 240 دولار حيث تقدر قيمه الموقع بنحو 15 مليار دولار يحتل الموقع المركز الخامس عالميا نطبق للتصنيف العالمي لترتيب الموقع أكثر تصفحا.

وتأكد رسميا أن عدد المشتركين في الموقع الاجتماعي فيس بوك بلغ 500 مليون مشترك كما أفاد مؤسس الموقع والرئيس التنفيذي له مارك زوكربيج ، حيث كتب في مدونه الموقع الرسمية " سوف نرحب بالمشترك رقم 500 مليون في وقت ما من هذا اليوم...."

إن الزيادة المتسارعة في المشتركين تشكل بداية جديدة لكنها لطلما علمنا انه من اجل ان نعمل موقع فايسبوك على مساعدة الناس في كل ما يمثلونه في العالم وما يحدث فيه، فان كل شخص يحتاج إلى أن يكون له صوته المسموع ورغم الزيادة الكبيرة في عدد المشتركين facebook، إلا أن القائمين عليه ينكرون انه يحقق أرباحا طائلة.⁶⁶ وتصل نسبه المشتركين فيه الى اكثر فيه الى اكثر من 900الف في مصر 250 الف في السعودية

⁶⁵ - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فايسبوك على المجتمع، المرجع السابق ، ص 13.
⁶⁶ - بن عربية محمد جمال الدين ، الشبكات الاجتماعية، مجلة الجيش ، مؤسسة المنشورات العسكرية العدد 58 ، سطاولي ، الجزائر ، نوفمبر 2011 ص 84.

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

بالإضافة إلى 300 ألف في لبنان الموقع الإلكتروني الأكثر شهرة لأنهم متاح بأربعين لغة مختلفة و ان العمل يجري لإطلاقه بأكثر من 60 لغة مختلفة أخرى.⁶⁷

2/- موقع الفيس بوك :

يعتبر الفيس بوك اليوم أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى عالمياً على عرش الشبكات الاجتماعية و المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على الشبكة حسب ترتيب اليكسا.

بدأ الفيسبوك تحميل فكرة بسيطة لأحد طالبات هارفارد مارك الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، فكرة زوكربيرج كانت تقتضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلالها طالبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم بعد التدرج.

وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 4 / 2 / 2004 ومع إطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً في غضون أسبوعين بدأ نصف تلاميذ بوسطن بمطالبة بالإنضمام للشبكة فيسبوك لان الشبكة كانت مقتصرة على هارفرد فقط.

فاستعان زوكربيرغ بصديقه Dustin Mokowttz و Chrishugles لبناء الفيسبوك الذي استطاع في غضون أربعة أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى.⁶⁸

⁶⁷- بن عربية محمد جمال الدين ، الشبكات الاجتماعية، المرجع نفسه ص 85

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

بفضل النجاح انتقل مؤسس الموقع الى Palo alto، التي أصبحت فيما بعد المقر الرسمي للفيديو.

انضم خلال تلك الفترة مساعد مؤسس نابستر Napster الشهيرة إلى زوكريج و فيديو حيث قام بجلب أول مستمر في الفيديو هو Peter Thiel احد مؤسسي شركة Paypal الشهيرة في مجال المعلومات المالية عبر الشبكة كانت قيمه الاستثمار نصف مليون دولار حاولت Friendster وهي الشركة المالكة للموقع الذي يحمل نفس الاسم وهو الموقع الذي يحمل نفس الاسم و هو موقع تعارف ملايين المستخدمين أن تتحوذ على الفيديو مقابل 10 مليون دولار في منتصف 2004 لكن رفض الصفقة .

في سبتمبر 2005 انفجرت الشبكة على طلبة المدارس الثانوية في أكتوبر في نفس السنة أتاح فايديو لمستخدميه تبادل الصور مما اكسبه شعبية كبيرة و توالى الاستثمارات عقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه و زيادة الطاقة الاستيعابية التي امتدت لتشمل شبكات الأعمال قبل أن تفتح أخيرا على الاستخدام العام في سبتمبر 2006 حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا الكترونيا أن ينضم إلى فيديو اليوم أصبحت الشبكة تضم حوالي 900 مليون مستخدم نشط.

⁶⁸ - <http://www.crunhbase.com/comany/facebook>.

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

احصائيات شهر أبريل 2012 اكثر من نصفهم خارج ادارة الكليات فلو كان فايسبوك

دولة تنتج سيكون ثالث اكبر دولة في العالم سكانها قبل اليابان وروسيا ونيجيريا.⁶⁹

3- ما هو فايسبوك:

فايسبوك كما سبق وذكرنا وأشهر شبكة اجتماعية حيث يضم أكثر من 900 مليون مستخدم فعال يتيح لهم الموقع إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث، يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهاتهم عليها وكذا والروابط التي يريدون مشاركتها عبر الموقع حيث تم نشر الأخبار المستخدم و أصدقائه ونشاطاتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره و مدى خصوصيته و إتاحة محتوياته للغير .

يعتمد فايسبوك على البرمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن المستخدمين والمطورين ابتكار وتطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع و إتاحتها للمستخدمين العاديين وذلك بدءاً بأبسط الاختيارات الترفيهية وصولاً إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع

⁶⁹ - [http:// www.ait News .cim /news /784 .Html](http://www.ait News .cim /news /784 .Html)

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

الخدماتية الأخرى كاليوتيوب التويتر وغيرها من تطبيقات الإعلام الاجتماعي Social

70.Meia

4- مميزات وخصائص فايبيوك :

يتميز فايبيوك كغيره من الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص واستخدامات أهمها:

• **خاصية wall :** أو لوحة الحائط هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة

الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل الى هذا

المستخدم أو الكتابة على الحائط المخصص له.

• **خاصية Pakes :** أو الغمزة وتتميز هذه الخاصية بإرسال غمزه افتراضيه لإثارة

الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن احد

الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

• **خاصية status:** أو الحالة تمكن المستخدمين من إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و

يقومون به من أعمال في الوقت نفسه.

• **خاصية Notes او التعليقات :** و هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بالإضافة

العلامات والصور التي يمكن تضمينها كما تمكن المستخدمين من جلب أو ربط

المدونات وقد تم تقديم هذه الخاصية في 22 أوت 2006.⁷¹

⁷⁰ - [http ; news .bbc .co .ul /go /pr /fr /arabic / Sci -tech news sid 706300 /7063142 .stm](http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/arabic/Sci-tech/news/sid/706300/7063142.stm)

⁷¹ - حمزة اسماعيل ابو شنب ،تقنيات التواصل الاجتماعي والمميزات، المرجع السابق، ص70

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

- **خاصية Fess News** : أو التغذية الإخبارية تم الإعلان عنها في 2006/09/06 وهي تظهر على صفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ،حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي كذلك الأحداث المرتقبة أو أعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء المستخدم.
- **خاصية GIFL** : أو الهدايا انطلقت هذه الخدمة في 2007/02/08 حيث أتاحت للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على ملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية .
- **خاصية Marketplace** : أو التسويق توتيح حاليا الخدمة للمستخدمين نشر اعلانات مبنوبة مجانية وقد أطلق الفيس بوك هذه الخدمة في 14 ماي 2007.
- إرسال رسائل فورية أو دردشة : بدأ تطبيق هذه الخدمة في 07 افريل 2008 باستخدام برنامج comet وقد أطلق عليه اسم chat .
- **face book beta** : وهي عبارة عن إعادة تصميم مبتكر واجهات الاستخدام الخاصة بالمستخدمين على شبكات محددة وهي نسخة تجريبية من الفيس بوك قدمها في 2008/07/20
- **خاصية التواصل عبر الصوت** : أطلق موقع التواصل الاجتماعي الشهير فاييبوك خاصية جديدة تسمح بالتواصل عبر الصوت للمستخدمين الموجودين

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

على الموقع حين الدخول على الحساب الشخصي بدلا من الاكتفاء بالدرشة وتبادل الرسائل النصية.⁷²

- **الإعجاب like**: خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات متاحة بين الأصدقاء و المجموعات والصفحات المنظمين لها وذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة كما يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب لاي نص أو صورة أو فيديو لاصدقائه
- **poke** تحدث فقط للأصدقاء في ما بينهم بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على احد أصدقائه ويعمل الآخر يرد poke لصديقه.

المبحث الرابع: مجالات استخدام فايسبوك

بفضل انتشار الواسع لهذا الموقع الاجتماعي والخدمات المتنوعة التي يتميز بها فقد أصبح وسيلة الاتصال لا يمكن الاستغناء عنها ويمكن الاستفادة منها بطرق متعددة وفي مجالات مختلفة نذكر منها:

- 1- **المجال الاجتماعي**: يساعد الفيسبوك على التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر جميع أنحاء العالم وذلك من خلال إضافة أصدقاء مراسلاتهم ومعرفة أخبارهم والنقاش معه والاطلاع على آرائهم وأفكارهم وتجاربهم مما يسهل عملية تبادل المعلومات والخبرات عن طريق هذا الموقع.

⁷²- محمد عبد المحسن ، فايسبوك يدخل خاصية التواصل عبر الصوت ، نقلا عن <http://www.gntne.com>

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

2- المجال العلمي: لقد أسهمت المجموعات و الصفحات المختصة بالجامعات على الفيسبوك في بناء مشاركة علمية فعالة ، تمكن الطالب من التواصل المباشر مع الأساتذة، وهنا الأمر إلى التمييز في تحديد الأهداف وانتقاء مناهج الأبحاث مما اوجد نوعا من الانتفاخ العلمي والتلقائية في سرعة وسهولة الحصول على كل ما هو جديد .

3-المجال الاقتصادي: يكون الدخل هنا على مستوى الأعمال والتسويق ونظم الفترة الهائلة التي أحدثها فإيسبوك محل إعجاب وجذب من شريحة واسعة من رجال الأعمال ورؤساء الشركات والقائمون على الإدارات في مختلف الميادين حيث ساعدتهم هذا الموقع في نشر وتسويق أعمالهم بشكل بسيط وذلك بإنشاء صفحة خاصة بهذا النشاط أو العمل، تقوم مقام الموقع الخاص بشركة او المؤسسة، بل ان فإيسبوك كوسيلة تسويق سهلة ومجانية أصبح الكثيرون من أصحاب المشاريع الصغيرة يستفيدون من إمكانياته الهائلة وخدماته المتنوعة التي تمكنهم من الانتشار بسهولة، و التواصل المباشر مع عملائهم عبر الموقع.

4- المجال الترفيهي : لم يهمل فإيسبوك حاجه المجتمع العصري إلى المرح و الاسترخاء بعيدا عن الملل الذي تسببه روتينية العمل اليومي، لذا فهو يحتوي على العديد من الوسائل المسلية والممتعة من مجموعات ترفيهية أو تطبيقات أو العاب.....الخ.⁷³

⁷³ - عثمان محمد الشمراني، شبكة التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 62

المبحث الخامس: نموذج عن صحافة الالكترونية " الشروق اونلاين ":

الشروق كجريدة ورقية تأسست في الفاتح من نوفمبر سنة 2000 وتدرجيا بدأت تتوسع بخلق مكاتب جهوية على مستوى الشرق والغرب والجنوب ، وفي ظرف خمس سنوات استطاعت ان تجد لها مكانا وسط العناوين الصحفية الصادرة بالجزائر سواء الناطقة بالفرنسية او العربية بحيث كانت مجموعه الجرائد تحتل الريادة وفي ظل التنافسية ما بين هذه العناوين وتطور استخدامات الصحافة العالمية ولتكنولوجيا الإعلام و الاتصال فضلت "الشروق" أن تأسس موقعا الكترونيا في سنة 2005 "الشروق اونلاين" وكان مؤسسه الصحفي بجريدة المطبوعة نسيم لكل ووضعه حينها الموقع الالكتروني تحت التجريب ليتحسن تدريجيا من حيث الخدمات التي يقدمها في ظرف أربع سنوات تحول إلى أحسن موقع الكتروني للصحف الجزائرية، خصوصا أن خدماته متوفر بالعربية والفرنسية والانجليزية ونفضل هنا تسميتها بالصحيفة الالكترونية لأنها لم ترتقي لمستوى الصحافة الويب 2.0 على الرغم من مبادرتها إلى إنتاج بعض المستحدثات.

وقد صنفته مجلة "فوريس" الأمريكية الشهيرة في المركز الأول في الدراسة اليكسا المنشورة في سنة 2010 إلى أن الشروق اون لاين يتصدر الصحف الجزائرية والعربية

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

بالمقاييس العلمية والتقنية، وفي المرتبة الثانية بعد موقع "اليوم السابع المصرية" من حيث التأثير في الشارع العربي.⁷⁴

• **التطور:** مر موقع شروق أون لاين بثلاث مراحل أساسية منذ تأسيسه وهي:

(1) من 2005 / 2007 : كان الموقع عبارة عن وجه الاكترونية في النسخة الورقية الشروق اليومي نسخته مصورة +مقالات .

(2) من 2007 2009: تم تحديث الموقع من حيث الشكل والمضمون لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ليدخل مرحلة تفاعليه وتميزت بفتح المجالات أمام القراء للتعليق على المقالات المنشورة و إطلاق استفتاءات حول الأحداث والقضايا المطروحة على الساحتين الوطنية والدولية كما تم لأول مره فتح مساحات اشهارية للموقع.

- انشاء منتديات الشروق حاليا قرابة 200 ألف عضو وهي من اكبر المنتديات في الوطن العربي، حيث تعد فضاء واسع عند القراء للنقاش وتبادل الأفكار .

(3) ابتداء من 2009: شرعت إدارة الموقع في إستراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة الكترونية مستقلة لمسايرة التطور الحاصل في هذا النوع الجديد من الإعلام في متابعة الأحداث ساعة وقعها بعد الانتشار الكبير للانترنت في الجزائر وخارجها.

¹- صالح فلاق شبرة ، صحافة الويب ، استخدامات الأدوات الرقمية و المنصات التفاعلية ، مرجع سابق .

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها و استخداماته

ويقوم تحديث الموقع على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الالكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك تويتر يوتيوب غوغل بلاس)

خلاصة الفصل:

ختاما لهذا الفصل يمكن القول بان مواقع الشبكات الاجتماعية شكلت نقلة في عالم الاتصالات والتكنولوجيا عموما نظرا للتقنيات والخدمات العالية التي أتاحتها لمستخدمي الشبكة العالمية فضلا عن التفاعلية التي تتمتع بها هذه المواقع مما يسمح لأي نشاط اتصالي فعال أن يمارس من خلالها.

الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي خصائصها واستخداماته

الإطالة

الفصل الرابع

تحليل التفاعلات على صفحة
" الشروق اولاين بفايسبوك "

- تمهيد.

- المبحث الأول: التعريف بالمؤسسة و صفحتها .
- المبحث الثاني: تحليل المحتوى (التفاعلات) .
- 1-2: و حدود التحليل .
- 2-2: فئات التحليل (ماذا قيل ؟) .
- 3-2: فئات التحليل (كيف قيل ؟)
- المبحث الثالث: عرض النتائج العامة .
- المبحث الرابع: نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات .

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

تمهيد:

يعتبر هذا الفصل من أهم فصول دراستنا، و ذلك لاحتوائه على الجانب التطبيقي للدراسة أين سيتم عرض نتائج هاته الدراسة و تحليها من خلاله، و كلما سبق ذكره في الإطار المنهجي لجأت الطالبة إلى استخدام أدوات مختلفة في البحث من ملاحظة المنشورات الصفحة إلى تسجيل وحدات التحليل و فئاته المتعلقة بالشكل و المضمون.

المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة وصفحتها

1/- التعريف بمؤسسة الشروق:

أ /- الشروق تي في :

معلومات عامة :

- النوع : كل أنواع البرامج.

- شعار تجاري: قناة كل العائلة.

- المالك : علي فوضيل

- تاريخ التأسيس: 6 مارس 2011.

- تاريخ أول بث: 6 مارس 2011.

تاريخ آخر بث: حتى الآن.

- صيغة الصورة: HD

-البلد: الجزائر.

- اللغة : اللغة العربية ، اللغة الجزائرية

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

-باقة الشروق (القنوات الأخرى) : الشروق نيوز ، سي بي سي بنة .

- المقر الرسمي: الجزائر العاصمة.

- الموقع الرسمي: [/https://tv.echoroukonline.com](https://tv.echoroukonline.com)

معلومات البث :

-ساعات البث : 24/24 .

- الحامل : ترددات القناة .

-النايلسات : Euel Sat 7WA .

الدرجة : 7 غربا الشروق تي في بصيغة عالية الوضوح 10922 عمودي 27500 الشروق تي في العادية .

الشروق الإخبارية وسي بي سي نية بالدقة العادية : 10921 عمودي 27500.

Eutelsat 12 WB الدرجة 12.5 غربا .

-أنظمة البحث الأخرى : الانترنت . [/https://tv.echoroukonline.com](https://tv.echoroukonline.com).

الشروق TV هي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق ضمن باقة الشروق .

نبذة عن القناة : انطلاق البث التجريبي في عيد الثورة ذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) حيث اتخذت من العاصمة الأردنية عمان مقرر لها مكتب معتمد بالجزائر تبث القناة على نايل سات وعرب سات وهوت بيرد، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعات الصفر اليوم الاول نوفمبر 2011، البث التجريبي لقناه الشروق على القمر الصناعي نايل سات وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة 11 لتأسيس يومية الشروق، في ما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012 . تملك القناة

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني وما كتب عالمية أخرى ، تمتلك شركة الشروق هذه القناة جريدة الشروق مجلة الشروق العربي.

البرامج : تبث القناة مجموعه من البرامج المتنوعة طول فترات اليوم ، صباحيه مثل : صباح الشروق، برامج دينية ، مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات ، وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعة .

ب/- الشروق نيوز : بالفرنسية : EChourouk News

معلومات عامة

- النوع :إخبارية

- شعار تجاري: كن أول من يعلم.

- المالك علي فوضيل.

- المدير: علي فضيل .

- تاريخ التأسيس: 2011.

- البلد: الجزائر.

- اللغة : العربية .

- القنوات الأخرى: الشروق تي في ، البنة تي في .

- المقر الرسمي: عمان ، الأردن .

- نايل سات: التردد: 10922 الاستقطاب : V معدل الترميز : 27500

عبر الساتل : نايل سات .

الشروق نيوز أو الشروق الإخبارية: هي قناة جزائرية تابعة مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق الجزائرية تبث بنظام HD لها عدة برامج متنوعة و تربة و من ناحية المضمون كما يعمل فيها

تحليلًا لتفاعلات على صفحة "الشروق أونلاين بفيسبوك"

إعلاميين أمثال : سليمان بخليلي و ليلي بوزيدي قاده بن عمار ولا قنوات شقيقة مثل: Echoueouk TV و CBC BENNA .

ت/- جريدة الشروق اليومي:

"رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب."

معلومات

تاريخ التأسيس: 1990.

- البلد: الجزائر.

- اللغة: العربية.

- النوع: إخبارية.

المسؤولون:

- الناشر : علي فوضيل

- المدير العام: علي فوضيل.

- رئيس التحرير: سميرة بلعمري وجمال لعلمي .

متفرقات :

- السعر : 15 دينار جزائري.

- المقر الرئيسي: دار الصحافة عبد القادر سفير - القبة-

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

- الشروق اليومي: هي صحيفة جزائرية يومية تصدر بالعربية شعارها: " رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب"، لها نسخة الكترونية بالعربية والانجليزية والفرنسية متوفرة على موقعها الرسمي.

التأسيس: تأسست الجريدة سنة 1990 و كانت تسمى جريدة الشروق العربي.

تعتبر من الجرائد الجزائرية الخاصة: يبلغ سحبها اليومي حوالي 600.000 نسخة .

ث/- الشروق أونلاين :

الشروق أون لاين موقع إخباري يصدر من الجزائر ، و يوفر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية ، والانجليزية والفرنسية وهو يمثل النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي

التأسيس :

تأسس موقع الشروق أون لاين عام 2005 بعد قرار إدارة الشروق إنشاء واجهة إلكترونية للطبعة الورقية لتمكين شريحة من القراء على الشبكة العنكبوتية وكذا الجالية الجزائرية في الخارج من الاطلاع على محتويات الجريدة.

هيكل الموقع:

يسهر على سير موقع الشروق اون لاين طاقم صحفي وتقني مجند على مدار الساعة ، تتوزع مهامه كالآتي :

1/- **قسم التحرير:** يتابع الاحداث الوطنية والدولية .

2/- **قسم التعليقات:** ويقوم بالسهرة على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم بعد معالجتها.

3/- **قسم تقني:** يتابع سير الموقع تقنيا الى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة التحرير.

تحليل لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

المبحث الثاني : تحليل المحتوى (التفاعلات)

1.2- وحدات تحليل:

وحدة التحليل Unité D'analyse في في ابط معانيها هو ما يتم حسابه فعلا، و هي اصغر عنصر في تقنية تحليل المضمون وفي معناها الدقيق، هي الوسيلة القياسية التي يتبناها الباحث عند تحليله لمضمون قياس مدى وجود او عدم تواجد مكونات الفئة ، وقد عرف كل من بوبار و بولاقيت Robert et Bouillaguet وحدات تحليل بانها مقاطع محددة في المضمون و التي قرر الباحث إدراجها ضمن تحليله⁷⁵ . اما جون دونيفيل " ti Jean de Bonville فهو فهو يقدم تعريف أكثر دقة في ما يخص وحدات التحليل يقول عنها انها " مقطع من الرسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلات لنفس خصائص وطبيعة الفئة .⁷⁶

وقد حددها كريستيان لوراي Christian Leray ، في الكلمة أو الجملة أو الفقرة وفي حالات نادره قد تكون الوثيقة برمتها⁷⁷

وكمال للفئات شروط في اختيارها ووضعها ، فان للوحدات ايضا شروط في اختيارها، وقد لخص اويل برافي Weil -Bravais اهمها قائلا ينبغي ان يخضع بناء وحدات تحليل Unites Danalyse الى قواعد الحصر D'exclusion والتجانس Dhonogénéité ، والاقتصاد Déconomie ، و التبسيط De Simplicité و الموضوعية D'objectivité و الوفاء و التحليل De Fidélité و الإنتاج De Productivité .⁷⁸

⁷⁵ - André Robert , et Anniek Bouilla guet , L'analyse de contenu France : PUF , 1997 P 30.

⁷⁶ -Jean de Banville , L'analyse de Contenu des médias , de la Problématique à l'analyse Statistique , Brucelles :De Boeck ,2000 .P 120.

⁷⁷ - Christian Leray , Lanalyse de contenu , de la Théorie à la pratique , la méthode moin - charien , Québec : Presse universitaire de Québec , 2008 P 56.

⁷⁸ - Weil + bravais A , les méthodes en psychologie, Paris : Bréal .1970 .P10

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

اختيار وحدة التحليل تملئها طبيعة الموضوع المدروس من جهة ثم إلى طبيعة المضمون محل التحليل، كما أنها تحدد وبقي طبيعة الفئة أول الفئات المختارة أيضا ، سواء كان ذلك من حيث الشكل أو المضمون وعليه فهي وحدات إحصائية محددة ، لها قيم ثابتة ، يمكن الرجوع إليها لحسابها فهي بهذا المفهوم لا تصلح لإعطاء معنى او معاني⁷⁹ أما عن الوحدات المستعملة في دراسته فيها التالي:

1/- النص: يعتبر النص نقطة تلاقي العديد من المجالات المعرفية ، بل لا يخلو مجال من وجود النص إلا أن وجهة النظر وطريقة الاستغلال ، أو أشكال المقاربة ، تختلف من مجال إلى آخر ومن شخص إلى آخر ومن نص إلى آخر أما في دراستنا فنقصد به مجموعة من المعاني التي تصب في اتجاه واحد تتيح للمستخدم التعبير عن آرائه وتوجهاته اتجاه موضوع ما.

2/- الصورة : الصورة هي الأخرى وحده من وحدات القياس في دراستنا، فهي عبارة عن نقل باليد او عن طريق آلة التصوير لواقع تمثل نماذج من الحياة والمجتمع كما انها أيضا تشخيص عبر الرسم أو النحت أو التصوير اليدوي أو الفوتوغرافي أو السينمائي.

أما اصطلاحا فهي تمثيل شبه أمين لجزء من الحياة الواقعية ذات وجوه و زوايا متعددة يمكن ان توجد قيادة بسيطة لمواقع كما تحمل الصورة المقدمات المادية مثل البعد هو الوزن والألوان إلى جانب احتلالها حجم معين او مقياس معين.

3/- الفيديو : تسجيل مرئي او تسجيل فيديو باللاتينية Vidéo ، تقنيه الترتيب الإشارات الالكترونية لتشكل صورة متحركة ، الفيديو وسيلة الكترونية لتسجيل ونسخ والتشغيل و عرض لنقل الوسائط البصرية والسمعية .

4/- الرمز: الوجوه التعبيرية التي نستخدمها في تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الفيسبوك و واتس اب و سنايشت وغيرها من البرامج و المواقع المتشابهة تختصر

⁷⁹- يوسف تمار ، أصول تحليل المضمون و تقنياته ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2017 ، ص 152

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

الكثير من الكلمات برمز بسيط يعبر عن مشاعرنا في تلك اللحظة ، حيث أصبحت هذه الرموز لغة عالمية غير رسمية

يتداولها مستخدموا الهواتف واللوائح الذكية ضمن محادثاتهم وتعليقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى تطبيقات التراسل الفوري.

5/- **النقرة** : عندما ينقر شخص على إعلان ما، كما يحدث على العنوان الأزرق بالإعلان النصي ، تحسب إعلانات google ذلك النقرة .

- يتم احتساب النقرة حتى اذا لم يصل الشخص إلى الموقع الإلكتروني ، وربما يرجع ذلك إلى عدم توفره بشكل مؤقت ، ونتيجة لذلك وقد يلاحظ اختلافا بين عدد النقرات على الإعلان عدد الزيارات الواردة إلى الموقع الإلكتروني.

يمكن ان تساعد النقرات في معرفة مدى جاذبية الاعلان للاشخاص الذين تشاهدونه ، كما ان الاعلانات الملائمة و المستهدفة بشكل كبير يزداد احتمال حصولها على نقرات.

- تجدر الإشارة الى ان نسبة النقر الى الظهور الجيدة ترتبط بالاعلانات التي تعرض والشبكات التي تعرض عليها تلك الإعلانات المساعدة على زيادة النقرات ونسبة النقر الى الظهور ، يجب البدء بانشاء نص إعلان رائع كلمات رئيسية فعالة كي تصبح الإعلانات على قدر كبير من الملائمة والإقناع بالنسبة للعملاء.

2.2- فئات المضمون (ماذا قيل ؟)

ليس هناك إجراء في تقنية تحليل المضمون أهم من عملية وضع الفئات عليه تبنى كل الخطوات الأخرى لهذه التقنية لقد حدد جون ديونفي ل Jean de Bonville ثلاث تصورات لمفهوم الفئة ، الا ول تشترك فيه العديد من المجالات المعرفية ولها معنى مجرد يقصد بها مجموعة من المواد محددة وفق ما تمتاز به من خصائص تنفرد بها.⁸⁰

⁸⁰ - André la Lande , Vocabulaire Technique et Critique De la Philosophie IN : Jean De Bon Ville , OPCIT , P146.

تحليل لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

الثاني يري ان الفئات هي مجموعه الفئات هي مجموعه من الرسائل الخصائص المشتركة تختلف عن الخصائص التي تملكها المجموعات الأخرى ، التصور الثالث مجازي عين فيه الفئات في تحليل المضمون، العلامات *étiquettes* التي عن طريقها يمكن للباحث جمع الرسائل ذات الطابع المشترك.⁸¹

الجدول رقم (01) :

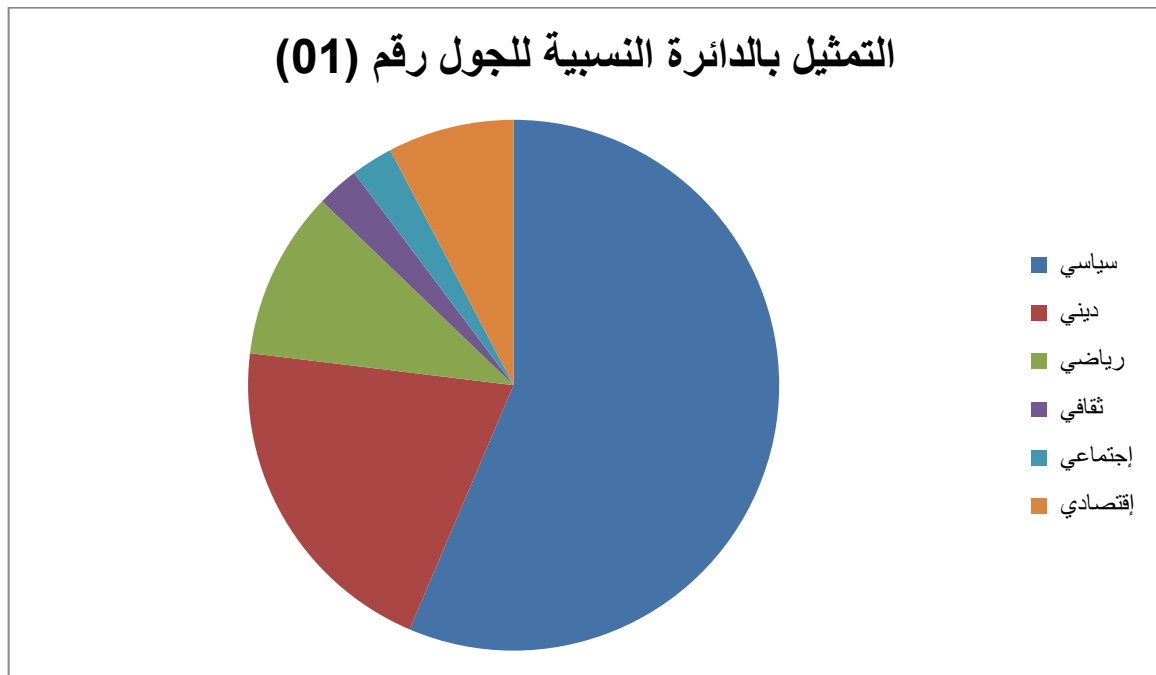
يوضح عينة الدراسة لفئة طبيعية المضمون لصفحة " الشروق أونلاين "

النسبة	التكرار	طبيعة المضمون
55%	22	سياسي
20%	08	ديني
10%	04	رياضي
2.5%	01	ثقافي
7.5%	03	إجتماعي
5%	02	إقتصادي
100.0	40	المجموع

⁸¹ - Françoise Cordier, les Représentation Cognitives Privilégiées Lille : presse universitaire de Lille ,1993 ,P09.

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

التمثيل بالدائرة النسبية للجول رقم (01)



يتبين من خلال الجدول رقم (01) المتعلق بتكرارات عناصر فئة نوع المضمون للصفحة ، ان

المواضيع السياسية تأتي في المرتبة الأولى و ذلك بورودها 22 مرة بنسبة 55 %

بينما هناك تفاوت في باقي المواضيع بنسبة أقل من المواضيع السياسية للصفحة ، لتكون

المواضيع الدينية في المرتبة الثانية 8 مرات بنسبه 20 % ، تليها المواضيع الرياضية في

المرتبة الثالثة 4 مرات بالنسبة 10 %، ثم الاجتماعية 3 مرات بنسبة 7.5% ثم

المواضيع الاقتصادية مرتين بنسبة 5 % لتحتل المواضيع الثقافية المرتبة الأخيرة بموضوع

واحد بالنسبة 2.5 % مظاهر من خلال الجدول رقم (01) أن الصفحة اهتمت بالمواضيع

السياسية والدينية بشكل كبير خاصة السياسية التي فاقت 50% وهذا راجع لتزامن فترة

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

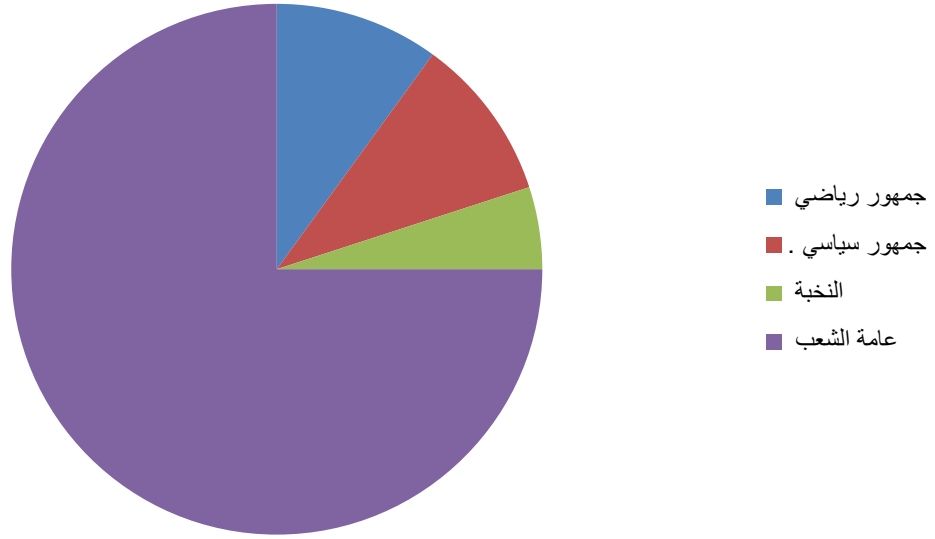
الدراسة مع فترة الاضطرابات السياسية التي طرأت على البلاد مؤخرا وتأجيل الانتخابات والحراك الاجتماعي الذي أصبح الشغل الشاغل للمواطن الجزائري لهذا اهتمت الصفحة بنشر الأخبار السياسية لأنها أصبحت كل ما يهم المواطن الجزائري واهتمت كذلك المواضيع الدينية و هذا بحكم الشهر الفضيل " شهر رمضان " إذ خصصت الصفحة عدة فقرات دينية معنونة تحت اسم : " رياض القلوب " حيث كانت تقدم نصائح دينية ونصائح رمضانة كنشر قصص عن الأنبياء، ليلة القدر وغيرها من المواضيع التي تتناسب مع الشهر كريم.

الجدول رقم (02): يوضح عينة الدراسة على حسب فئة الجمهور المستهدف للصفحة :

النسبة	التكرار	الجمهور
10%	04	جمهور رياضي
10%	04	جمهور سياسي
05%	02	النخبة
75%	30	عامة الشعب
100.0	40	المجموع

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

التمثيل البياني بالدائرة النسبية للجدول رقم (02)



التحليل :

يتبين من خلال الجدول رقم (02) اعلاه و المتعلق بتكرارات و نسبة الجمهور المستهدف للصفحة ، و رد فيه فئة عامة الشعب في المرتبة الاولى 30مرة بنسبة 75 %، ثم تحتل فئتي الجمهور الرياضي و السياسي في المرتبة الثانية بورودها 04 مرات بنسبة 10 % بينما تحتل النخبة المرتبة الرابعة بورودها مرتين بنسبة 05 % و من خلالها نجد أن الجمهور المستهدف من الصفحة يكون غالب و بشكل كبير عامة الشعب و ذلك بنسبة تفوق 70

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

% هذا الأخير الذي تهمة الأحداث التي تطأ في بلده و المواضيع الاجتماعية و الدينية خاصة

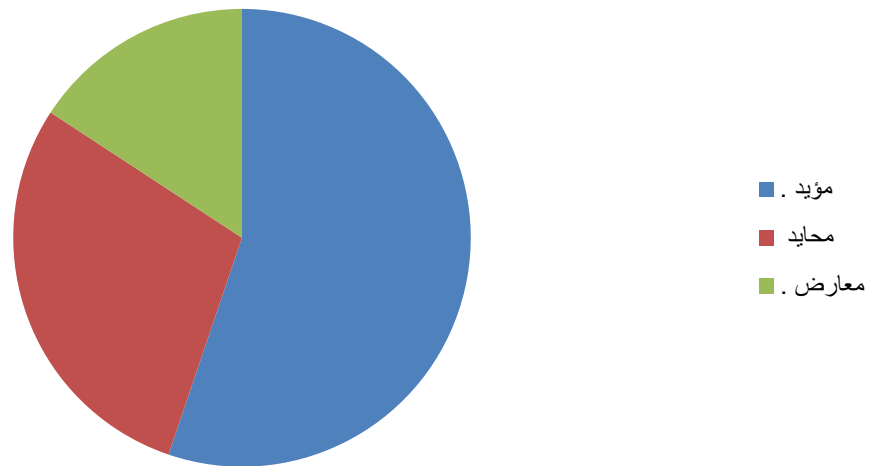
في شهر رمضان ، بينما لا تلقى باقي الفئات اهتماما اكبر من حيث المواضيع الموجهة .

الجدول رقم (03) : يوضح عينية الدراسة على حسب اتجاه المستخدمين .

النسبة	التكرار	الاتجاه
55.19%	913	مويد
29.02%	480	محايد
15.77%	261	معارض
100.0%	1654	المجموع

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

عينية الدراسة على حسب اتجاه المستخدمين بالدائرة
النسبة للجدول رقم (02)



التحليل :

- بين من خلال الجدول أعلاه تكرارات و نسب فئة الإتجاه من فئات المضمون او المحتوى و التي إحتلت فئة الإتجاه " مؤيد " المرتبة الأولى بلغت نسبة 55.19 % لتأتي فئة محايد في المرتبة الثانية 480 مرة بنسبة 29.02 %، لتأتي فئة معارض في المرتبة الثالثة و الأخيرة 261 مرة بنسبة 15.77 % .
- فكما ظهر من خلال الجدول رقم (03) فإن الصفحة تعمل على نشر الأخبار التي تهم المستخدم ، فقد كان هناك تأييد لاتجاهات الصفحة بشكل كبير ، فهي تسعى لإرضاء و إشباع احتياجات المستخدم الإخبارية من خلال تزويده بآخر و أهم المستجدات حول مختلف الأحداث و الأخبار التي تهم المستخدم أو المتصفح .

الجدول رقم (04) : يوضح عينية الدراسة على حسب فئة القيم للمستخدم المتابع

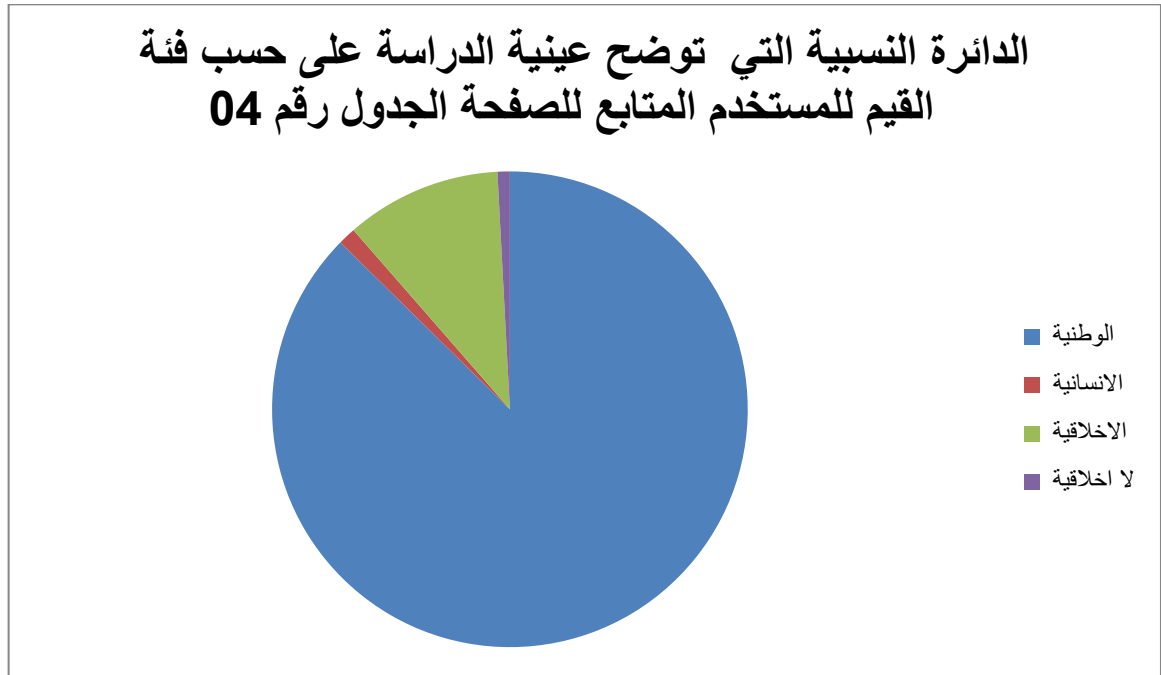
للصفحة :

النسبة	التكرار	القيم
--------	---------	-------

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

الوطنية	1445	%87.36
الانسانية	20	%1.21
الاخلاقية	174	%10.58
لا اخلاقية	15	%0.84
المجموع	1654	%100.0

الدائرة النسبية التي توضح عينية الدراسة على حسب فئة
القيم للمستخدم المتابع للصفحة الجدول رقم 04



• يتضح من خلال الجدول رقم (04) ورود فئة " الوطنية في المرتبة الاولى بنسبة

87.36 %، / لتأتي في المرتبة الثانية فئة " الأخلاقية " 174 مرة بنسبة 10.58%

تليها فئة الإنسانية 20 مرة بنسبة 1.21 %، تحتل فئة اللا أخلاقية المرتبة الأخيرة

15 مرة بنسبة 0.84 %.

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

اما الأمر الذي يرجع فئة " الوطنية " إحتلالها المرتبة الأولى في الصفحة يعود لسبب مهم و هو احتلال المواضيع السياسية حصة الأسد فهي الأكثر متابعة من قبل المستخدمين و هذا ما يجعلهم يأترون بها و يعلقون من جانب وطنيتهم بحكم الاضطرابات السياسية التي طرأت على البلاد في الآونة الأخيرة و ما نتج عنها من تغيرات في انظمة الحكم و الحراك الاجتماعي و المظاهرات و المسيرات ، و الإضرابات ...

و هذا ما يجعلهم متخوفون مما سيحدث بعد كل هذه التغيرات ، لهذا كانت المواضيع السياسية تحضي بأكبر قدر من التعليقات .

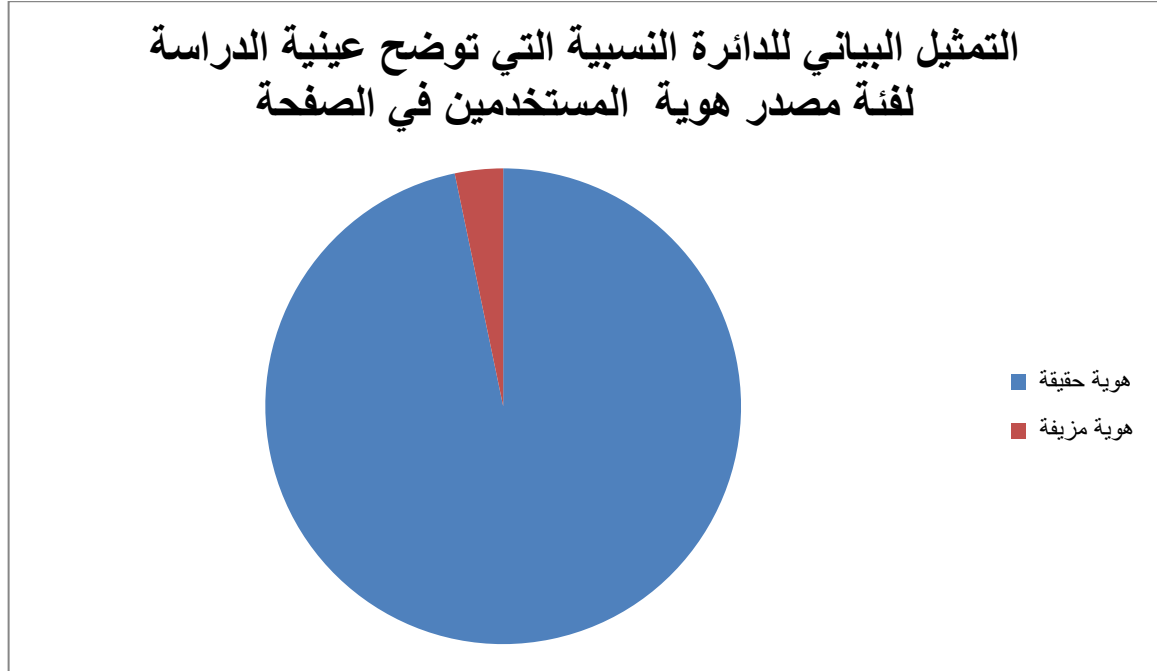
أما التعليقات الأخلاقية فكانت معظمها حول المواضيع الدينية ، اما الإنسانية فكانت حول حوادث المرور أو الوفيات ...

الجدول رقم (05) : يوضح عينية الدراسة لفئة مصدر هوية المستخدمين في الصفحة :

النسبة	التكرار	المصدر
%96.73	1600	هوية حقيقية
%3.27	54	هوية مزيفة

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

المجموع	1654	%100.0
---------	------	--------



• يظهر لنا الجدول رقم (05) : يوضح عينة الدراسة لفئة مصدر المستخدمين في الصفحة و التي إحتلت فيه " هوية حقيقية " المرتبة الأولى بتكرار 1600 مرة و بنسبة 96.73 %، تليها فئة هوية مزيفة "54مرة بنسبة 3.27 %".

من خلال الجدول يتضح لنا ان المستخدمين المتابعون للصفحة يتفاعلون مع منشورات الصفحة بهوياتهم الحقيقية دون اي زيغ فهم يعلقون بأريحية و من اي خوف عن آرائهم و إهتماماتهم و يناقشون مختلف المواضيع التي تجذبهم حيث يشاركوا في مناقشة عامة حول موضوع من المواضيع المنشورة ، فذلك يساعد على التعرف على ميولات المستخدمين و حاجاتهم و رغباته و ردود أفعاله .

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

أما المستخدمون الذين يتفاعلون أو يعلقون بهوياتهم مزورة فغالبًا ما تحتوي على

إساءات أو مسيات فهم يستخدمون أسماء غيرهم مثل : "أسير الظلام "

.Malika Reine

• و في الأخير كخلاصة لما تم عرضه من بيانات متعلقة بفئات المضمون و بعد

تحليلها و التطرق الى ما تحتويه و كإجابة عن التساؤل التالي : ماهي طبيعة

المضامين المنتجة في صفحة " الشروق أونلاين " بموقع فيسبوك فإن طبيعة

المضامين التي تحتويها الصفحة هي مواد إعلامية باعتبار المواضيع المنشورة في

الصفحة تختلف من سياسية ، دينية ، ثقافية ، اجتماعية ، اقتصادية ، موجهة أو

تستهدف جمهور من مختلف الفئات .

3.2- فئات الشكل (كيف قيل؟)

تحليلًا لتفاعلات على صفحة "الشروق أونلاين بفيسبوك"

و هي في العادة تحاول الإجابة عن السؤال كيف قيل ؟ اي ما هو الشكل الذي جاءت عليه المادة أو المحتوى محل التحليل و ما هو دوره في تحديد طبيعة الرسالة ؟

فئات الشكل هي الفئات التي تعني بالمضمون من حيث تقسيمه الى أقسام (فئات) تعمل كلها في إطار تحديد الشكل الذي جاء به المضمون محل التحليل .⁸²

الجدول رقم (06) :

يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (الإعجاب) للصفحة :

⁸² - يوسف تمار ، أصول تحليل المضمون و تقنياته ، مرجع سابق ، ص 115.

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل (الإعجاب)
86.03%	5780	معجب
4.48%	301	معجب جدا
0.71%	48	منبهر
3.02%	203	يضحك
4.5%	269	حزين
1.71%	115	غاضب
100.0%	6718	المجموع

•

تضح من خلال الجدول أعلاه فئة التفاعل (الإعجاب) في الصفحة فقد جاءت فئة معجب في المرتبة الأولى بورودها 5780 مرة بنسبة 86.03 %، يليه مباشرة فئة معجب جدا 301 بنسبة 4.48 %، ثم فئة حزين 269 بنسبة 4.5 %، لتأتي فئة يضحك 203 بنسبة 3.02 %، فئة غاضب 115 بنسبة 1.71 %، لتكون المرتبة الأخيرة من نصيب فئة " منبهر " 48 مرة بنسبة 0.71 % .

• و يرجع هذا التفوق في عدد الإعجابات كون ان المتابعين غالبا ما يتفاعلوا

تحليل تفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

(يعجبوا) بالمنشور دون إظهار أي ردة فعل بل يكتفون بالنقر على زر إعجاب دون

غيره .

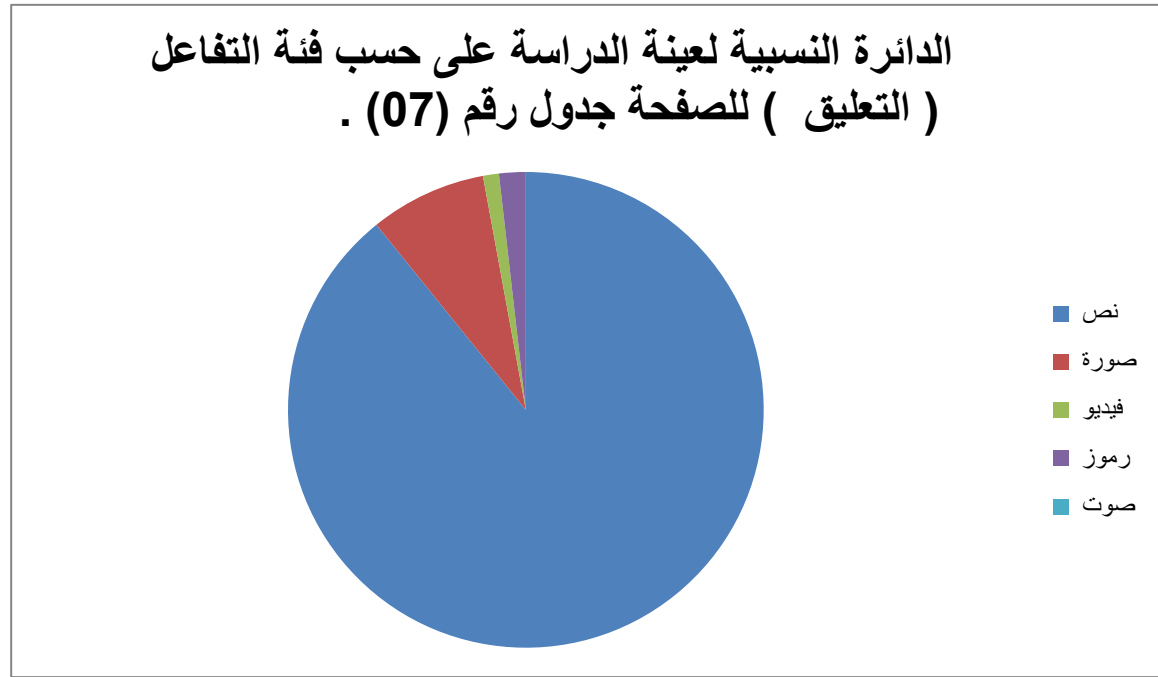
الجدول رقم (07) :

يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (التعليق) للصفحة :

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل (التعليق)
%89.17	1475	نص
%7.92	131	صورة
%1.08	18	فيديو

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

رموز	30	%1.81
صوت	00	%0.0
المجموع	6718	%100.0



- الظاهر من خلال الجدول رقم (07) أن فئة النص جاءت في المرتبة الأولى بورودها 1475 مرة بنسبة 89.17 بالمئة ، ليأتي بعدها فئة الصورة 131 بنسبة 7.92 بالمئة تليها فئة الرموز 30 بنسبة 1.81 بالمئة ثم فئة فيديو 18 مرة بنسبة 1.08 بالمئة بينما الصوت لم يحز على اي شيء .

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفايسبوك "

و منه نستنتج أن معظم التعليقات التي وردت في المواضيع المنشورة في الصفحة وردت على شكل نص ذلك أن النص يعبر أكثر عن مختلف التصورات و الأفكار و وجهات النظر و بحرية واسعة دون أي تقييد و هناك من يستخدم الصورة للتعليق ذلك ان الصورة احيانا تكون أبلغ من ألف كلمة .

الجدول رقم (08) :

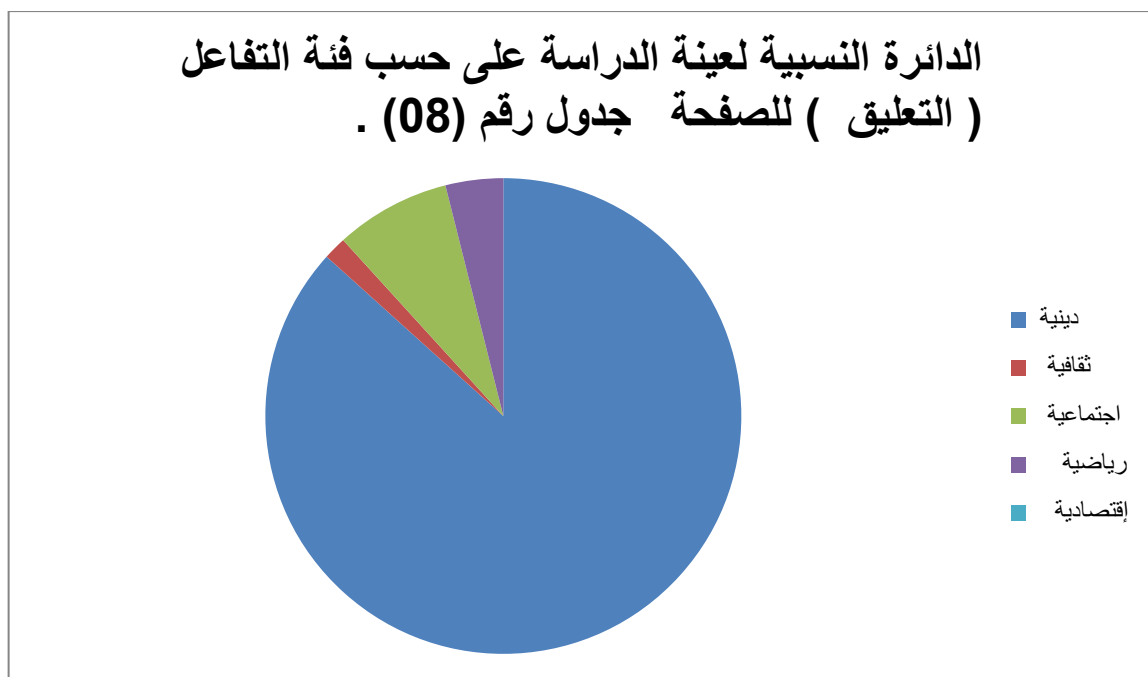
يوضح عينة الدراسة على حسب فئة التفاعل (التعليق) للصفحة :

النسبة المئوية	التكرار	المشاركة المواضيع
77.78%	455	سياسية

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

دينية	110	%18.80
ثقافية	02	%0.34
اجتماعية	10	%1.70
رياضية	05	%0.85
إقتصادية	03	%0.51
المجموع	585	%100.0

الدائرة النسبية لعينة الدراسة على حسب فئة التفاعل
(التعليق) للصفحة جدول رقم (08) .



- يوضح الجدول رقم (08) فئة التفاعل المتعلقة بالمشاركة للمواضيع المنشورة في الصفحة ، حيث احتلت المواضيع السياسية المرتبة الأولى من حيث المشاركة من قبل المستخدمين المتابعين للصفحة فقد وردت مجموع المشاركات للمواضيع السياسية 455 مرة بنسبة 77.78 بالمئة من أصل 40 منشور 18.80 بالمئة للمواضيع الدينية بمعدل 110

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

مشاركة إضافة إلى 10 مشاركة للمواضيع الاجتماعية بنسبة 1.70 تليها المواضيع الدينية ب 5 مشاركات بنسبة 0.85 بالمئة لتأتي بعدها المواضيع الاقتصادية ب 3 مشاركات و بنسبة 0.51 بالمئة تحتل المواضيع الثقافية المرتبة الأخيرة بمشاركتين بنسبة 0.34 بالمئة.

- و لعل أهم سبب في جعل المواضيع السياسية أكثر مشاركة من قبل المستخدمين هو تزامن فترة الدراسة مع فترة الانتخابات و ما تلتها من اضطرابات سياسية ، حيث أصبحت شغل الشاغل للمواطنين دون غيرها من المواضيع .

الجدول رقم (09):

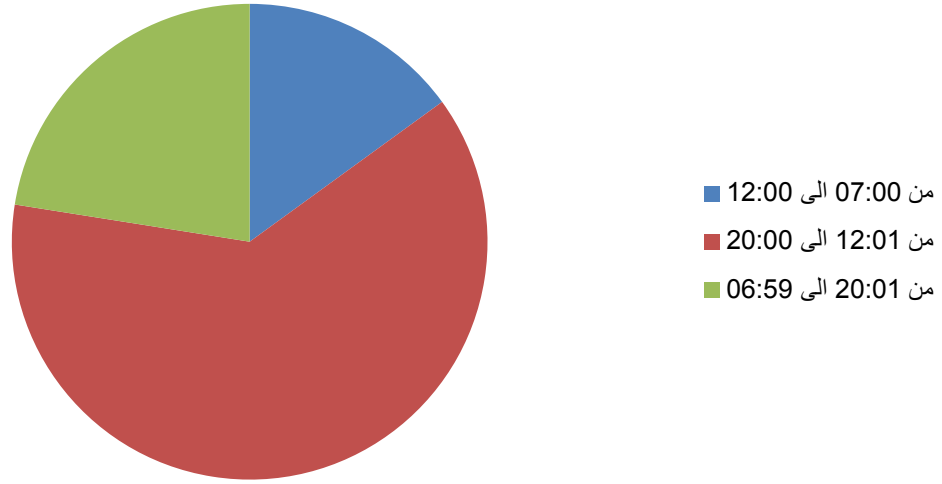
يوضح عينة الدراسة على حسب فئة (توقيت النشر أو التدفق) للصفحة:

النسبة	التكرار	توقيت التدفق
15%	6	من 07:00 الى 12:00

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

من 12:01 الى 20:00	25	62.5%
من 06:59 الى 20:01	9	22.5%
المجموع	40	100.0%

الدائرة النسبية التي توضح عينة الدراسة على حسب فئة
(توقيت النشر أو التدفق) للصفحة للجدول رقم 09



- الظاهر من خلال الجدول رقم (09) اعلاه ان توقيت النشر من 12:01 الى 20:00 يحتل المرتبة الاولى بنسبة 62.5 بالمئة بينما تحتل المرتبة الثانية توقيت النشر من 06:59 الى 20:01 بنسبة 22.5 بالمئة ، لتحتل المرتبة الثالثة توقيت النشر من 07:00 الى 12:00 بنسبة 15 بالمئة .

تحليل لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

و الجدير بالذكر ان الفترة الصباحية الممتدة من 07:00 الى غاية 12:00 منتصف النهار يكون النشر فيها بشكل نادر ، بينما الفترة المسائية الممتدة من الواحدة زوالا الى غاية 12:00 منتصف الليل هي الاكثر حضا من النشر من طرف المسيرين ، و هذا عائد إلى عدة عوامل نذكر منها :

- (1) - فترة جمع المعلومات غالبا ما تكون في الصباح ، وبهذا يصحبها وقت التحرير و النشر الذي يكون غالبا مساء او ليلا .
- (2) - فترة تواجد او تصفح المستخدمين المتابعين للصفحة تكون بكثرة في المساء او الليل ، عكس الصباح الذين ينشغلون فيه بالدوام العملي او الدراسي ... الخ .

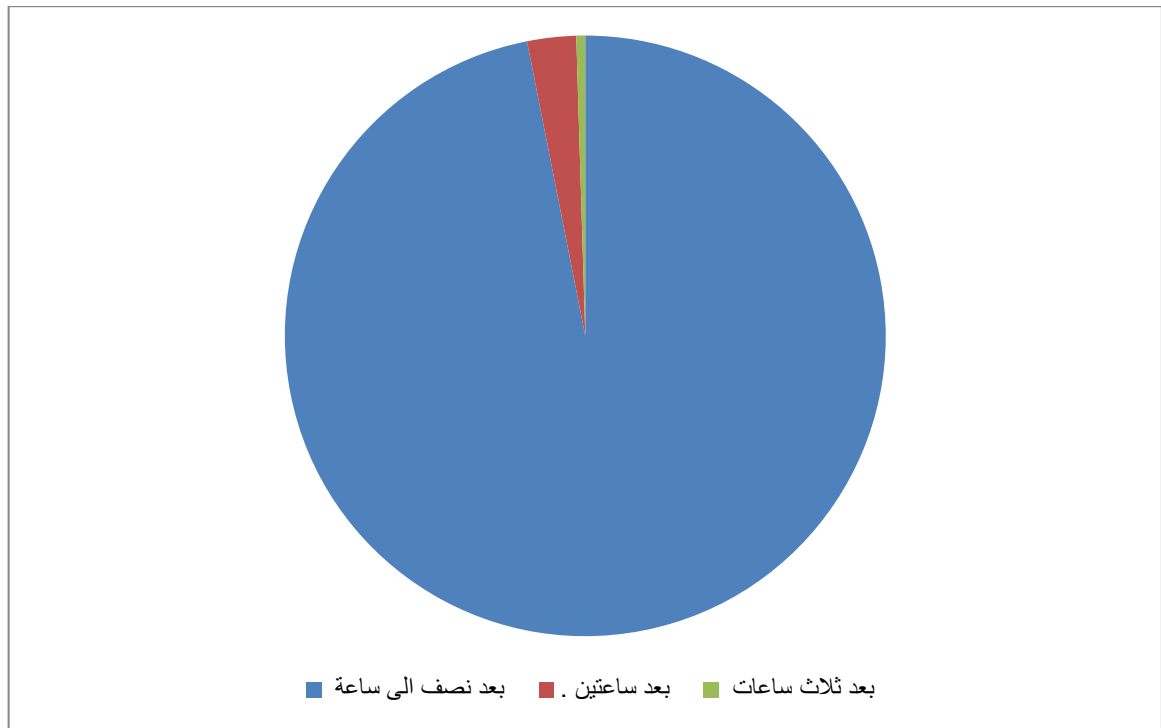
الجدول رقم (10):

يوضح عينة الدراسة على حسب فئة (زمن تفاعل المستخدمين مع المواضيع المنشورة) للصفحة:

النسبة	التكرار	الزمن

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

بعد نصف الى ساعة	8678	%96.90
بعد ساعتين	236	%2.63
بعد ثلاث ساعات	43	%0.48
المجموع	8957	%100.0



التمثيل البياني بالدائرة النسبية للجدول رقم 10

- الملاحظ من خلال الجدول رقم (10) ، أن المستخدمين يتفاعلون مع المواضيع ،بعد نصف ساعة من نشرها و ذلك بورودها 8678 مرة و بنسبة 96.90 بالمئة لتأتي فئة

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

بعد ساعتين من النشر في المرتبة الثانية 236 مرة بنسبة 2.63 بالمئة لتكون فئة

بعد ثلاث ساعات في المرتبة الأخيرة بورودها 43 مرة بنسبة 048 بالمئة .

• و من خلال الجدول أعلاه يتضح و يتبين لنا أن المستخدمين المتابعين للصفحة

يتفاعلون مباشرة بعد نشر المواضيع سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة ليكون

التفاعل نادرا بعد ساعتين إلى ثلاث ساعات.

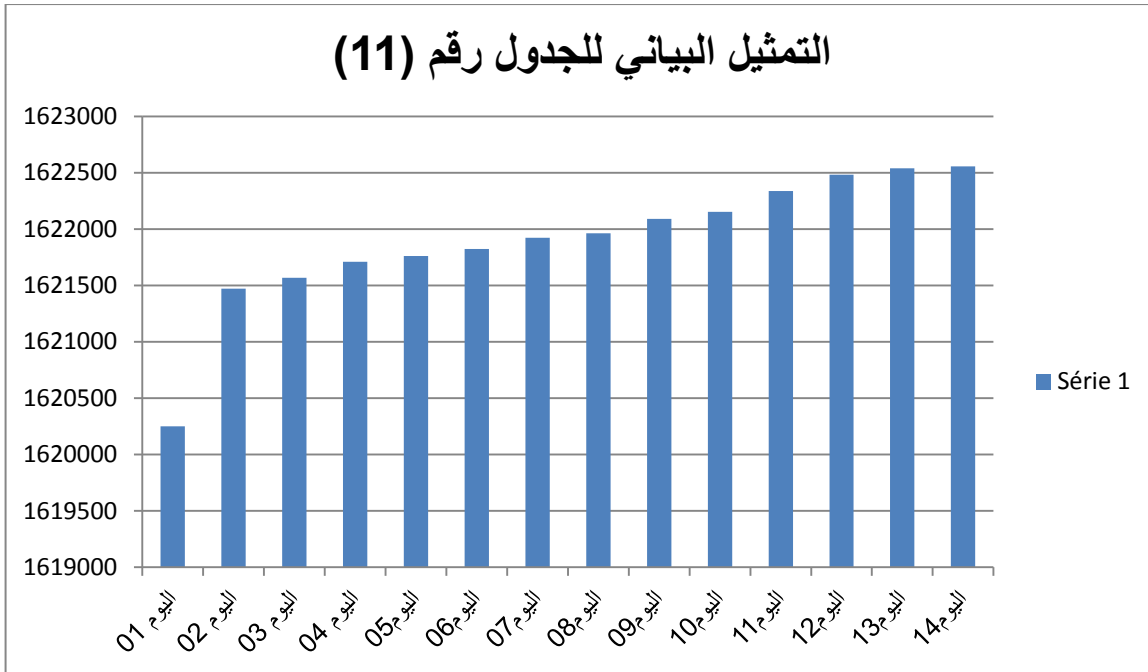
الجدول رقم (11) :

يوضح عينة الدراسة على حسب فئة (عدد المتابعين) خلال فترة الدراسة :

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

عدد المتابعين	الأيام
1620058	اليوم 01
1620250	اليوم 02
1621472	اليوم 03
1621567	اليوم 04
1621709	اليوم 05
1621760	اليوم 06
1621822	اليوم 07
1621924	اليوم 08
1621962	اليوم 09
1622089	اليوم 10
1622153	اليوم 11
1622337	اليوم 12
1622483	اليوم 13
1622540	اليوم 14
1622557	اليوم 15

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "



- يتضح لنا من خلال الجدول رقم (11) أن المتابعين لصفحة " الشروق أونلاين " في فترة الدراسة في تزايد مستمر فلم يشهد يوما خلال فترة الدراسة إلى نقص في عدد المتابعين ذلك أن الصفحة تسمح بتفاعل مستمر للمستخدمين حيث تقدم لهم مختلف المواضيع التي تهمهم و تغذي إحتياجاتهم الإخبارية كما تقدم القضايا المطروحة على الساحة الوطنية و الدولية .

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفايسبوك "

• و في الأخير كخلاصة لما تم عرضه من بيانات متعلقة بفئات الشكل و تحليلها و

كإجابة عن باقي الأسئلة يمكن القول أن صفحة الشروق اولين نتيج للمستخدمين

التفاعل مع المواضيع من وجهات نظر مختلفة و بحرية مطلقة من دون أي تعقيد ،

فمعظم التعليقات كانت إيجابية و أخلاقية إذ تحظى هذه الأخيرة بعدد كبير من

المتابعين الذين يزداد عددهم يوما بعد يوم .

• هذا لأن المواضيع تمثل الحدث و محل اهتمام المستخدمين، فهو يتفاعل معها بشكل

كبير سواء بالإعجاب أو التعليق أو حتى مشاركتها مع باقي أصدقائه سواء في

صفحته الشخصية أو صفحات أخرى.

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة :

✓ نسبة 55% للمواضيع السياسية و التي تهتم الصفحة بنشرها تليها في المرتبة الثانية المواضيع الدينية ، لتكون هناك تفاوت طفيف في باقي الفئات من المواضيع رياضية ، ثقافية ، اجتماعية ، إقتصادية ، الخ ، و منه فإن اغلب المواضيع التي تغطي في الصفحة هي المواضيع السياسية .

✓ إستحواذ جمهور "عامة الشعب " على اكبر إهتمام من طرف مسيري الصفحة بنسبة 75% ، و منه فإن جماهير " النخبة" و الجمهور " الرياضي " و السياسي حظيت باقل المواضيع الممكن نشرها .

✓ نسبة 55.19% من التعليقات غلب عليها طابع التأييد .

✓ 87.36% من التعليقات إسمت بقيمة الوطنية .

✓ 96.73% من المستخدمين يتفاعلون و يعلقون بهوايتهم الحقيقية على الموضوع المنشورة .

✓ معظم التعليقات جاءت على شكل نص بنسبة 89.17% .

✓ تحظى المواضيع السياسية باكبر عدد من التعليقات مقارنة بباقي المواضيع الأخرى .

✓ تحظى المواضيع السياسية بإهتمام كبير من طرف المسيرين للصفحة ، للتفوق بأكبر

عدد من المنشورات دون غيرها من المواضيع ، كما تحظى بأكبر عدد من المشاركة

من قبل المستخدمين بنسبة 77.78% .

تحليلا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفايسبوك "

✓ أكثر الفترات التي تتم فيها نشر الأخبار تكون ما بين 12:00 الى 20:00 بنسبة

62.5 %.

✓ تعتبر الفترة المسائية الممتدة من 12:01 منتصف النهار الى غاية 00:00 منتصف

الليل أكثر الفترات نشرا من طرف مسيري الصفحة ، كما تتميز بعدد كبير من التفاعل

لتواجد اغلبية الجمهور و المستخدمين او المتابعين على الخط ، بينما الفترة الصباحية

تتعدم بسبب الإنشغالات .

✓ يكون التفاعل من قبل المستخدمين على المواضيع بعد نشرها مباشرة أي بعد نصف

الى ساعة من وقت نشرها .

✓ تعتبر المضامين المنتجة من قبل المسيرين في هاته الصفحة الفاييسبوكية عبارة عن

مواد غعلامية تقوم على نشر مختلف الأخبار التي جميع شرائح المجتمع .

تحليلًا لتفاعلات على صفحة " الشروق أونلاين بفيسبوك "

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات :

(1) - أثبتت الدراسة صدق الفرضية الأولى : اغلب التفاعلات مؤيدة لتوجهات محتويات صفحة الشروق أونلاين .

و هذا ما تدل عليه النتائج التالية :

- توصلت نتائج الجدول رقم (03) إلى أن نسبة 55.19% من المستخدمين يؤيدون المواضيع التي تنشر في الصفحة .

(2) -أيضا أثبتت صفحة الفرضية الثانية للدراسة حيث أن اغلب التفاعلات تكون في الساعات الأولى بعد نشر المحتوى BUZZ.

و هذا ما تدل عليه النتائج المتوصل إليها التالية :

-أوضح الجدول رقم (10) ان الزمن من نصف الى ساعة من نشر المحتوى تكون فيه أكبر قدر ممكن من التفاعلات بنسبة 96.90% .

(3) - أيضا أثبتت صحة الفرضية الثالثة للدراسة حيث ان المواضيع السياسية و الدينية هي الأكثر اهتماما و تفاعلا في فترة الدراسة .

و هذا ما تدل عليه النتائج المتوصل إليها :

- أوضح الجدول رقم (01) ان المواضيع السياسية و الدينية أكثر نشرا في الصفحة بنسبة 55% ، للمواضيع السياسية و 20% ، للمواضيع الدينية .

-كما ورد في الجدول رقم (08) ان المواضيع السياسية هي أكثر مشاركة من قبل المستخدم بنسبة 77.78 %تليها المواضيع الدينية بنسبة 18.80 . %

الله

خاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة أن نتطرق إلى موضوع غاية في الجدية وهو بطبيعة الحال موضوع تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية بموقع فايسبوك، حيث حاولنا على مدار فصول الدراسة، ان نقدم فهما من الناحية النظرية و كذا التطبيقية .

فقد تناول الجانب النظري المفهوم العام لصحافة الويب 2.0 و خصائصها وكذا أهم الأسباب والدوافع التي دفعت القراء أو المستخدمين أو المتابعين التوجه نحو النشر الإلكتروني.

وأهم ما ميز الصحفي الإلكتروني عن التقليدي إضافة إلى واحد من أهم العناصر في دراستنا والمتعلقة بالتفاعلية و أهميتها في إعطاء فرصة للمستخدم بإبداء رأيه حول مختلف القضايا والمواضيع.

إضافة إلى التطرق إلى شبكات التواصل الاجتماعي و أهميتها و أنواعها و على رأسها موقع فايسبوك حيث استعرضنا أهم استخداماته و مجالاته و مميزاته و خصائصه.

من خلال الجانب التطبيقي للدراسة تحصلنا على نتائج الدراسة و المتعلقة بتفاعل المستخدم على الصفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلامية بموقع فايسبوك ، من خلال الحصول على نتائج وأرقام تتعلق بتكرارات ظهور فئات التحليل وكذا عرضها عبر جداول إحصائية

تم من خلالها استخلاص مختلف النتائج التي تجيب على التساؤلات المتعلقة بالدراسة وكذا تصديق الفرضيات .

وفي الأخير نستنتج أن المستخدم المتابع لصفحة الشروق أونلاين يتفاعل بشكل كبير مع المواضيع والمحتويات التي تنشر في الصفحة وفي الساعات الأولى بعد نشر المحتوى وهذا ما يسمى BUZZ في صحافة الويب 2.0 و هذا ما يعطيها نوعا من الاحترافية .

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

1. المراجع باللغة العربية :

أ. قائمة الكتب :

1- إبراهيم حمادة يسوني ، دراسات الإعلام و تكنولوجيا الإتصال و الراي العام ، ط.الاولى ، 2008 ، القاهرة .

2- إسماعيل أبو شنب حمزة ، تقنيات التواصل الإجتماعي و المميزات ، 2013.

3- أنجريس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، درا القصة للنشر ، 2008 ، الجزائر .

4- بعيد الحميد العدلي مرزوق ، الإعلانات الصحفية ، دراسة في الإستخدامات والإشباع ، دار الفجر ، ط.الأولى ، 2004 ، القاهرة .

5- تمار يوسف ، أصول تحليل المضمون و تقنياته ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2017 .

6- خور رشيد مراد كمال ، الإتصال الجماهيري و الإعلام ، التطور و الخصائص و النظريات ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، ط.الاولى . 2011 ، عمان .

7- سعيد ربيع عبد الجواد ، إدارة المؤسسات الصحفية ، دراسة في المواقع و المستحدثات ، دار الفجر للنشر و التوزيع ن 2004 .

8- سليم خالد ، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي و المجتمعات المحلية ، دار المنتبي للنشر ، 2008 ، قطر .

9- صالح فلاق شبرة ، صحافة الويب 2.0 ، إستخدامات الأدوات الرقيمة و المنصات التفاعلية ، دار الأكاديميون للنشر و التوزيع 2019 ، عمان ، الأردن .

- 10- طلعة محمود منال، مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، 2001 ، الإسكندرية .
- 11- عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية، 200، القاهرة
- 12- عبد الرحمن المشافية بسام ، نظريات الإعلام ن دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط.الاولى ، الأردن ،عمان .
- 13- عبد الفتاح كنعان علي ، الصحافة الإلكترونية في ظل التكنولوجيا ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2014 ، عمان .
- 14- عماد مكايي حسن ، حسين السيد ليلي ،الإتصال و نظرياته المعاصرة ،دار المصرية اللبنانية ، ط.الأولى 2003 القاهرة .
- 15- العيفة جمال ،مؤسسة الإعلام والإتصال ، الوظائف ، الهياكل ، الأدوار ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010.
- 16- مبارك حضر فضل الله وائل ، أثر فايسبوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ط.2012، السودان الخرطوم .
- 17- محمد السيد سعيد إنتاج الأخبار في الراديو و التلفزيون، عالم الكتب ، ط.الأولى 1988 القاهرة .
- 18- مرسي أحمد -مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال -، ديوان المطبوعات الجامعية 2003 ، الجزائر .
- 19-المصطفى أحمد -البحث العلمي -إجراءاته و مناهجه مكتبة الفلاح .
- 20-مصطفى صادق عباس ، الإعلام الجديد ،المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ،دار الشروق للنشر و التوزيع .ط.الاولى 2008 ، عمان .

21- منير حجاب محمد، مدخل الى الصحافة، دار الفجر للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى 2010.

22- يوسف محمد ، موسوعة التخطيط الإستراتيجي في الاعلام الجماهيري ن اثار الإتصال و أدواته الإلكترونية على الأمن المجتمعي ، دار الكتاب الحديث ، ط.الاولى 2013.

ب. قائمة المذكرات و الأطروحات :

1- سهيلة لضياف ، المدونات الإلكترونية في الجزائر ،دراسة في استخدامات و الإشاعات ،

2-رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، 2009 .

3-محمد أبو لنصر سامية ، دوافع استخدام الشباب الجامعي لبعض الصحف الإلكترونية و

4-الإشباعات المحققة منها ، دراسة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام و ثقافة الأطفال) .

5-نريمان نومان مريم ، إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية ، دراسة على عينة من

مستخدمي فايسبوك في الجزائر ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2011-2012 .

ت . قائمة المقالات و المداخلات :

1-عباس مصطفى صادق ، التطبيقات التقليدية المستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت

،مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي ، الواقع و التحديات ن جامعة الشارقة 24.22 نوفمبر 2005 .

ث .قائمة المواقع الإلكترونية :

1-Dot.com Bubble

2-http:// dictionary .reference .com /bro use web +site.

3-http:// www.modeet.com.

4-http://ec.europa.eu/enterprise/policies_sine/-definition/sine-User-grude-fr.pdf.

5- <http://knol.google.com/k%85>.

6-http://news.bbc.co.VK/go/pr/fr/li/arabic/sci_tech/new_sid.7063000.STM

7-<http://Qu'est-ce-que-une-page-facebook.page-d'aide-pour-le-...>

8-<http://serdal-archive,blogs.pot.com/2006/06/20.html>

9- <http://shrsc.com/libary/1/003.htm>.

10-<http://www.07ibahom.com>

11-<http://www.crunchbase.com/company/facebook>

12-<http://www.dwhall.com./articles/30/>

13-<http://www.Gntne.com>

14-<http://www.oitnewx.com/news/784.html>

15-

http://www.oreillynet.com/pub/aoreilly/time/news/2005/05/30.what_is_web2.0.html

16-la nouvelle defenition des PME ,P12.

17-مواقع الشبكات الاجتماعية و طريقة عملها في <http://Krol.google.com>

ح.قائمة المجلات

1-صيشي يسرى، استخدام الأجهزة الأمنية الجزائرية للشبكة الاجتماعية فايسبوك في مكافحة الإرهاب،مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية ، جامعة 20 أوت 1955 ، سكيكدة، العدد 13- 2006 .

2-محمد جمال الدين بن عربية ، الشبكات الاجتماعية ، مجلة الجيش ، مؤسسات المنشورات العسكرية ، العدد 58 ، سطاوالي ،الجزائر ، نوفمبر 2011.

2. المراجع باللغة الإنجليزية :

أ. المعاجم و القواميس :

1 -A New illustrated Science Dictionary EN/AR AR/EN.

3. قائمة المراجع باللغة الفرنسية :

أ. الكتب

1-André Robert et Anniek Bouillaguet l'analyse de contenu,1997.France

2-Antonio A. Cassilli ; les liaisons numériques vers une nouvelle sociabilité. éditionSeuil,2010 Paris

3-Christial Lery, L'analyse de contenu de la théorie à la pratique la méthode Morin-Chartier, Québec : presse universitaire de Québec,2008*

4-Coordone par Jean Paul La France, Critique de la société del'information CNRS,édition essentiels Hermès,2009

5-David Fayon ,<< géopolitique d'internet qui gouverne le monde ?>>, économia 2013.Paris

6–Dennis Pommeray, <<le plan marketin communication digital :prépare, développes et pilotes son plan marketing,2016 Paris

7–Habib Oualidi, les outils de la communication digitale :10 clès pour maitriser le web marketing,2013 ;Paris

8–Stephane Vial,l'être et l'écran, comment le numérique change la perception .press universitaire de France, 1^{er} édition 2013

9–Weil Bravois A. les méthodes en psychologie,Paris :Bréal.1997

الملاحق





Echorouk online

1 h · 🌐

قرب العاصمة #طرابلس
#قوات_حفتر تقصف #مطار_معيتيقة
التفاصيل من هنا: <https://bit.ly/2JXFjo1>



👍🤔😬 86

7 commentaires



J'aime



Commenter



Partager



Echorouk online

10 h · 🌐

#شبيبة_سكيكدة
#قيطاري مهدد بـ #السجن والأنصار يصرون على رحيله
التفاصيل من هنا: <https://bit.ly/2KuSaNV>



👍🤔😬 47

2 commentaires



J'aime



Commenter



Partager



Echorouk online

10 h · 🌐

اللاعبون قضوا العيد في أجواء استثنائية
#المنتخب_الوطني يقترب من إنهاء تحضيراته استعدادا
لتربص #الدوحة
التفاصيل من هنا: <https://bit.ly/2WhfUqK>



👍❤️😬 97

6 commentaires



J'aime



Commenter



Partager

Toutes 26

👍 23

😬 2

🔥 1



Fares Redjem

Ajouter



Amira Tac

Ajouter



Ali Annaba

Ajouter



Rafik Sidi

Ajouter



وعلي محمد

1 ami(e) en commun

Ajouter



Lakhdar Khoutir

Ajouter



Hamidou Ahmed

Ajouter



Samy Chaouche

Ajouter

933 >

Mohcen Tivesset
دير على روحك يا هادا.
1 h J'aime Répondre

Müstaphâ Öränâis
من جندى أمي الى رتبة الفريق أمي ...
شهادته الدراسية و ابحاثه العلمية هي 4
ابتدائي ... اكبر إنجازاته المهنية هي العمل
تحت إمرة كابراناث فرنسا ومساندته
لانقلاب ضد الشرعية الانتخابية سنة
1992 و حماية العصابة من 1999 الى
يوغما هذا ... و بعد إنتفاضة الشعب ف 22
فبراير أصبح بقدرة قادر توفصيري باديسي
بعمر 80 سنة 🙏🙏
#صدمة_ماضي_عسكرية

2 h J'aime Répondre

Djamal Djamal
لا مرحلة إنتقالية ولا مجلس تأسيسي نحن
مع إنتخابات رئاسية بدون حرس قديم
وزافة و ولا فرنسا مطعون براف

2 h J'aime Répondre

Votre commentaire...

932 >

المجلس التأسيسي طلب ففني صفا ففينة
1 h J'aime Répondre

You iliffe Juventus
لا للمجلس التأسيسي

2 h J'aime Répondre

Mustapha Lawyer
زواف روحو تقودو الصدوق هو الفصيل

17 m J'aime Répondre

Rachid Dride
ذلك لانهم يعلون انهم لن يفوزو بانتخابات
لربعة...

3 h J'aime Répondre

Mohcen Tivesset
دير على روحك يا هادا.

1 h J'aime Répondre

Müstaphâ Öränâis
من جندى أمي الى رتبة الفريق أمي ...
شهادته الدراسية و ابحاثه العلمية هي 4

2 h J'aime Répondre

Votre commentaire...

930 >

Afficher 4 autres réponses

Che GuevaraRbhb ..
حليمة بقا بقا اسم ع...

Khaled Khaled
من أزعجه القائد صالح و
الجيش الوطني الشعبي ، فقبله
القائد بتحليل جدياته الثورية ،
فرنسا مكنت هنا 132 سنة كل
شيء وارد

3 h J'aime Répondre

Afficher 6 autres réponses

Fateh Fateh Real
كلدر في التصيم ولا اروع

Hamid Basmed
الغب من ينادي بالمجلس التأسيسي
اصحاب القرميضة

2 h J'aime Répondre

Afficher une autre réponse

Zeus Si Hadj Mohand Hamid Bas...
تأمر دجماي

Votre commentaire...

151 >

Super fan Djimi Hugo
لا رعب ولاهم بحزنون
والله ما علاياهم بيها المهم بعمره المشاركة
وخلص
الحلول كاينة البلاد معمرة خيرات تاكلوا
ونوتاكلوا كايين ناس حاية البلاد ديما تقعد
روطار
الله لا ترحك في عيد العومنين

7 h J'aime Répondre

Faycel Benz Madrid
وعلاه كي كان 1500مليار دولار
ومعالموش ياه يينو القصاد راحو مرفها
اليوم يقول مرفوعة ا حنا من بكوي في ففر
ويناغلموش.

6 h J'aime Répondre

Sâmir University
غير لكذب صادرات البترول راه في
ارتفاع المشكل مراهش في الاحياط
المشكل راد في ياتحوا قاغ

Votre commentaire...

932 >

الصدوق هو الفصيل
4
2 h J'aime Répondre

Lamine Khalfallah
رجع 1000مليار دولار. هههه

3 h J'aime Répondre

Bahi Bahouze
الشروق سبحان الله. مقال خفيف
ضريف. صحينو

3 h J'aime Répondre

Ali Boudina
هذا أصلا و تسأوا ما هو المجلس
التأسيسي أو المرحلة الانتقالية ايجابوك
راه خالص ايقول هكذا او ما يحوش يفهم

13 m J'aime Répondre

Benmoussa Aymane
لا مرحلة إنتقالية لا مجلس تأسيسي
الصدوق هو الفاصل.

Votre commentaire...

86 >

Foudil Boukbouss
رب يبارك

23 m J'aime Répondre

حسان عبدالقادر أفريل
الله يبارك ولف مبروك

26 m J'aime Répondre

رياض بوخض
ما شاء الله

12 m J'aime Répondre

Votre commentaire...

23 >

Chahine Ihab
انت اليوم تستحق اسمك. انه اليوم
شروق لان افكارك متصل لكل جزائري و
هذا هو الكلام الصحيح. ان الصحوة ستاتي
من عندك ان شاء الله بوركتم

2 m J'aime Répondre

ام امير
لاتنسى ان الذين هم في سلطة هم بدون
صدوق أيضا.

12 m J'aime Répondre

Votre commentaire...

932 >

Aissa Bengharbi
من اراد الحكم فقبله بالصدوق

2 h J'aime Répondre

Didiou Ahmed
تجيا الجزائر تجيا الجيش الوطني الشعبي
خاصة المجاهد القايد صالح

2 h J'aime Répondre

Hacene Abiza
وهذا حلهم منذ مؤتمر الصومام

3 h J'aime Répondre

Afficher 4 autres réponses

Yazid Dahak
سوف نبقى معقلكم الى يوم ...

Mohamed Mokhtar
لا مرحلة إنتقالية لا مجلس تأسيسي
الصدوق هو الفاصل وكل واحد بقرا في
لوحتو

Votre commentaire...

43 >

Les plus pertinents >

Lotfi Dk
الرجل الاعمال من هو؟

9 m J'aime Répondre

Oussama Laa
ايه تفرجتها البارح تاغ اولاد الجلال سي
خالد سلعة وزيناو تحكم 🙏🙏

19 m J'aime Répondre

Roger Duval
Gaid Salah dégage, boucharab dégage, ben Salah dégage.

35 m J'aime Répondre

Afficher une autre réponse

Roger Duval Nouredine Chergui g...

Votre commentaire...

38 >

وحيث التحرير و ليس اليوم او امين عبيد
2 h J'aime Répondre

Zinou Saadi
توزيع يعني يمدوا بلاش 🙏🙏🙏

2 h J'aime Répondre

Adam Bensa
Mel douka w makach el lhoubz f
les boulanger habite yokoun layan
lessence fel sid !!!??

2 h J'aime Répondre

Taha Yacine
فارس مسعود يعمر فل ليخونص

2 h J'aime Répondre

Seyyid Ahmed
بلاد البترول تشرى البنزين من إيطاليا
وفرنسا وتبيعه غالي لشعبها. لا يوجد
تفسير لهذه الظاهرة إلا في شكويستان.

1 h J'aime Répondre

Votre commentaire...

151 >

Les plus pertinents >

Abdelkrim Chetraoui
احسب غير الناصير تاغ الباسور وحدا. ولا
ما نهدرو على عائدات الضرائب والبترول
وغيرها تعرف بلي الدولة عمرها ما تقدر

2 h J'aime Répondre

Diaf Abdelhafid
لانها تم تقدم ولم تاخر في شيء

2 h J'aime Répondre

غانو غانو
كلموها وروحو وكيكلم ربي اشاء يورينا
ربي فيكم نهار كما نناع فرعون وهمان

1 h J'aime Répondre

Petroser Imad
مسامة النهويل سياسة عقود 1800

2 h J'aime Répondre

Abdellatif Zineddine
كعادته الشامة تقعد. السمعة عام.

Votre commentaire...

151 >

Messaoud Fennouh
سعر البترول فوق السعر المرجعي للمرابية
والباقي وين اروح

3 h J'aime Répondre

Meziane Abdeljalil
شكون بخلص... باينة الشعب

6 h J'aime Répondre

Harmiche Mohamed
لا رعب ولا شيء كلينو لبلاد خلاص كلش

6 h J'aime Répondre

Bahi Bahouze
براف ناس تاتالها بلي الخير جاي اليوم ولا
غدا مغلاياهمش بلي حتى بعد نتي
الضارية وتنبخ رجل توافقي وشريف
والكل يتغير حتى الشعب ويتري... هكذا
واح نغونو مرحلة صعبة براف. حينو
البلاد تنسقم لازم نصيرو عليها. جاي عبر
كبير على البلاد يري يستر... وبعد العصر
يسر ان شاء الله

Votre commentaire...

70 >

Les plus pertinents >

Kam Mer
والامير عبد القادر وباربروس مستوهم

2 h J'aime Répondre

Kamel Ait Alia
وين داخل كازيرية

1 h J'aime Répondre

Jawed Miramar
زيدلهم ماسينيسا و سيقافس راهم قاعدنين

1 h J'aime Répondre

Mustapha Saci
دار العجز

1 h J'aime Répondre

Aissa Barika
أي مجموعة تصيبها السلطة القائمة لادارة
الحوار فلا حوار معها

1 h J'aime Répondre

Votre commentaire...

659 >

Les plus pertinents >

Habib Rozale
الهم اجرتي في مصيبي وخلقني خيرا منها
لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم اللهم
اغفر وارحهم ووسع مدخلهم

12 m J'aime Répondre

محمد ك
ربي ارحمهم وادخلهم جنات النعيم اللهم
روبيهم الصبر والسلوان إن لله وإن إليه
راجعون

35 m J'aime Répondre

Fouzia Boumendjel
Rabi yarhamhoum n'challah.

1 h J'aime Répondre

Chelouche Omar
Rabi yarhamhoum

2 h J'aime Répondre

Anis Belkacem

Votre commentaire...

662 >

Moussa Gangani
الله أكبر إنا لله وإنا إليه راجعون

2 h J'aime Répondre

Bilal Bilal
الله يرحمهم

1 h J'aime Répondre

Moussa Gangani
الله أكبر إنا لله وإنا إليه راجعون

2 h J'aime Répondre

Housari Kaddouri
الله يرحمهم متواهم الجنة اشاء الله.

2 h J'aime Répondre

Zohair Fidel
انا لله وانا اليه راجعون

2 h J'aime Répondre

Fouzi Wazwaz
ان الله عالم الاحرار

Votre commentaire...

662 >

naouan merregni
انشاله رب يرحمهم ويصبر اهلهم وبلقوهم
ذخر في جنة الفردوس

2 h J'aime Répondre

Hammou Semmar
انا لله وانا اليه راجعون. لا حول ولا قوة
إلا بالله العلي العظيم. اللهم ارحم والديهما
الصبر والسلوان واجعلهما دخرا لها.

2 h J'aime Répondre

Fellah Soraya
الهم اجعلها دخرا لوالديهما واجعلهم طيور
من طيور الجنة انا لله وانا اليه راجعون
وربي يصبر اهلهم إن شاء الله.

2 h J'aime Répondre

الحمد لله
انا لله وانا اليه راجعون ربي يصبر عيالتهم
مسكينة 🙏

1 h J'aime Répondre

Mohamed Mustapha

Votre commentaire...

662 >

Sofiane Alleg
 ان لله وان اليه راجعون اللهم ارحمهم
 وافرع علي ابويهما صبورا يا رب
 1 h · J'aime · Répondre

Djad Bakache
 اللهم اجعلهما دخرا لوالديهما واجعلهم طيور
 من طيور الجنة انا لله وانا اليه راجعون
 وربي يصبر اهلهم ان شاء الله
 1 h · J'aime · Répondre

Menour Boussadouna
 ربي ارحمهم
 2 h · J'aime · Répondre

Boussadia Mohmed
 اللهم اجعلهما دخرا لوالديهما واجعلهم طيور
 من طيور الجنة انا لله وانا اليه راجعون
 وربي يصبر اهلهم ان شاء الله
 1 h · J'aime · Répondre

Zineddine Boukaikouli
 ان لله وان اليه راجعون. رب ارحمهم
 Votre commentaire...

660 >

Brahim Ilyais
 ربي ارحمهم
 45 m · J'aime · Répondre

Ghanibou Bouzidi
 اللهم ارزق اهلها الصبر والسلوان انا لله وانا
 اليه راجعون
 43 m · J'aime · Répondre

Abde Nnour
 طيور الجنة اللهم ارحم ذويهم الصبر
 2 h · J'aime · Répondre

Nesrine Mkalcha
 Rabi yarhamhoume wayssabare
 waldihoume
 36 m · J'aime · Répondre

Soumia Ben
 لا حول ولا قوة الا بالله طيور الجنة ربي
 برزق الوالدين الصبر والسلوان
 1 h · J'aime · Répondre

Votre commentaire...

660 >

Ania Bolkacem
 ربي ارحمهم ويصبر اهلهم يا رب فاجعة
 كبيرة ربي يخلف عليهم يا رب
 24 m · J'aime · Répondre

Ishak Adem
 ربي ارحمهم ارحم طيور في الجنة ربي
 يعوض الارب والام انشاء الله...الصبر...
 38 m · J'aime · Répondre

Meriem Zitouni
 يا لطيف ربي ارحمهم ويصبر مالهم
 ان شاء الله
 1 h · J'aime · Répondre

Adel Arezaki
 اللهم ارزق اهلها الصبر والسلوان انا لله وانا
 اليه راجعون
 47 m · J'aime · Répondre

Mohcen Mohssen
 ربي ارحمهم ويصبر اهلهم يا رب
 3 3 3 3 3 3
 Votre commentaire...