

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج بعنوان:

التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لصفحة جيجل نيوز

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

- سارة بوكروك

- شيماء لحر

اللجنة المناقشة:

العضو	الجامعة الأصلية	الصفة
1- د/ سمير لعرج	جامعة جيجل	رئيسا
2- د/ مسعود بوسعدية	جامعة جيجل	مشرفا ومقررا
3- د/ آسيا العجروود	جامعة جيجل	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2017 / 2018



# شكر وتقدير

" تَعَلَّمُوا الْعِلْمَ وَعَلَّمُوهُ النَّاسَ ، تَعَلَّمُوا الْوَقَارَ وَالسَّكِينَةَ ، وَتَوَاضَعُوا  
لِمَنْ تَعَلَّمْتُمْ مِنْهُ ، وَلَا تَكُونُوا جَبَابِرَةَ الْعُلَمَاءِ ، فَلَا يَقْوَمُ عِلْمُكُمْ بِجَهْلِكُمْ "

عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ

وبعد ...

ما نحن إلا مبتدئين  
وما من مبتدئ أو منتهي بلغ الكمال  
فالكمال لله وحده  
وهذه محاولتنا  
فإن أصبنا فهذا فضل من الله  
وإن أخطأنا فلنا محاولتنا  
أولا نشكر الله عز وجل على نعمته التي أنعمها علينا لإتمام  
إنجاز هذا العمل المتواضع.  
كما نتقدم بالشكر إلى الأستاذ الفاضل "مسعود بوسعدية"  
الذي أشرف على هذه المذكرة  
كما نتقدم بالشكر إلى كل من علمنا حرفا نافعاً وعملاً صالحاً

وشكراً جزيلاً

## سارة وشيماء

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
أ - ب	مقدمة.....
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
04	أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.....
06	ثانيا: فرضيات الدراسة.....
06	ثالثا: أسباب اختيار الموضوع.....
08	رابعا: أهمية الدراسة.....
08	خامسا: أهداف الدراسة.....
09	سادسا: تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
13	سابعا: الإجراءات المنهجية للدراسة.....
23	ثامنا: حدود الدراسة.....
24	تاسعا: الدراسات المشابهة.....
33	عاشرا: المقاربة النظرية للدراسة.....
37	مراجع الفصل.....

## فهرس المحتويات

الفصل الثاني: ماهية الخبر الصحفي	
43	تمهيد.....
44	أولاً: الخبر الصحفي وتطوره.....
46	ثانياً: وظائف الخبر الصحفي.....
48	ثالثاً: خصائص الخبر الصحفي.....
51	رابعاً: القوالب الخيرية الصحفية.....
54	خامساً: تقسيمات الخبر الصحفي.....
60	سادساً: القيم الخيرية الصحفية.....
65	سابعاً: الخبر الصحفي الإلكتروني وأهميته.....
68	ثامناً: قواعد جمع الأخبار الإلكترونية وتحريرها.....
71	تاسعاً: أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.....
73	خلاصة الفصل.....
74	مراجع الفصل.....
الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي	

## فهرس المحتويات

78	تمهيد.....
79	أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
80	ثانياً: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.....
81	ثالثاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.....
83	رابعاً: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....
85	خامساً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار.....
87	سادساً: الفيس بوك.....
93	خلاصة الفصل.....
94	مراجع الفصل.....
<b>الفصل الرابع: التناول الإعلامي للأخبار في صفحة جيجل نيوز</b>	
98	تمهيد.....
99	أولاً: التعريف بصفحة جيجل نيوز.....
99	ثانياً: فئات ووحدات التحليل.....

## فهرس المحتويات

138	ثالثا: عرض النتائج العامة للدراسة.....
141	رابعا: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....
143	خامسا: نتائج الدراسة من منظور الأهداف.....
146	خاتمة.....
148	قائمة المراجع.....
	الملاحق
	ملخص الدراسة

## فهرس الجداول والأشكال

أولاً: فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
22	يوضح مفردات عينة الدراسة	01
100	يوضح تاريخ نشر الأخبار في صفحة جيغل نيوز	02
101	يوضح اللغة المستخدمة في نشر الأخبار في صفحة جيغل نيوز	03
104	يوضح طبيعة عرض المادة الخبرية في الصفحة	04
107	يوضح أنواع العناوين المرافقة للأخبار	05
110	يوضح تكرار القوالب الصحفية في كتابة الأخبار	06
113	يمثل الصور المستخدمة في الأخبار عبر صفحة جيغل نيوز	07
115	يوضح الألوان الموظفة في الصور المرافقة للأخبار في صفحة جيغل نيوز	08
118	يمثل نوع الأخبار المنشورة في صفحة جيغل نيوز	09
120	يوضح أشكال التفاعل مع المنشورات في صفحة جيغل نيوز	10
123	يوضح فئة الجمهور المستهدف من الأخبار المنشورة في صفحة جيغل نيوز	11
126	يوضح تكرار المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة في الحصول على الأخبار	12
129	يوضح طبيعة الأخبار التي تنشرها صفحة جيغل نيوز	13
132	يوضح تكرار الأهداف في الأخبار المنشورة	14
134	يوضح تكرار القيم في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	15

## فهرس الجداول والأشكال

ثانيا: قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح تكرار اللغة المستخدمة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	103
02	رسم بياني يوضح تكرار طريقة المادة الخبرية في الصفحة جيغل نيوز	106
03	يوضح تكرار نوع العناوين المرافقة للأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	109
04	يوضح تكرار القوالب الصحفية المعتمدة في كتابة الأخبار عبر صفحة جيغل نيوز	112
05	يوضح تكرار طبيعة الصور المستخدمة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	114
06	يوضح تكرار الألوان الموظفة في الصور المرافقة للأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	117
07	يوضح تكرار نوع الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	119
08	يوضح تكرار أشكال التفاعل مع المنشورات عبر صفحة جيغل نيوز	122
09	يوضح تكرار فئة الجمهور المستهدف عبر صفحة جيغل نيوز	125
10	يوضح تكرار المصادر المعتمدة في جمع الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	128
11	يوضح تكرار طبيعة الأخبار التي تنشرها صفحة جيغل نيوز	131
12	يوضح تكرار فئة الأهداف	133
13	يوضح تكرار طبيعة القيم الموجودة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز	137

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي حركة تقنية متسارعة في عالم الاتصال حيث لازمت تطور الإنسان على المستوى الجمعي والفردى.

إذ كانت النقلة النوعية الذي شهدها العالم إبان القرن المنصرم بعد ابتكار شبكة الأنترنت وانتشارها في أنحاء المعمورة ميلادا لنهج جديد من التواصل، ميزته السرعة في نقل المعلومة لحظة ميلادها.

في خضم التطور عبر شبكة الأنترنت والذي ظهرت في طياتها وسائط أخرى أكثر تخصصا والتي تندرج تحت مسمى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وأكثرها شعبية لما تتسارع فيها الأحداث وتتدفق فيها المعلومات بشكل تراكمى كبير، والتي أتاحت لجميع الأفراد الفرصة في نقل معارفهم وتجاربهم على اختلاف مستوياتهم إذ أصبحت وسيلة اتصالية لها القدرة على التأثير في جل الأحداث اليومية.

إذ أصبحت هذه المواقع فضاء واسعا ينشر من خلالها الأخبار والمعلومات والأحداث التي تجري في العالم فور وقوعها، كما أتاحت للجمهور إمكانية التعرض لهذه الأخبار، حيث تجاوزت مواقع التواصل الاجتماعي كل الحواجز الزمانية والمكانية وهذا ما جعلها تحتل الصدارة، لتفرض نفسها بقوة منافسا لمصادر المعلومات التقليدية.

ومن هنا قمنا بدراسة حول التناول الإعلامى للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي وللإحاطة بالموضوع قسمنا دراستنا على النحو الآتى:

الفصل الأول: وهو الإطار المنهجي، تناولنا فيه إشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية ومفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، المقاربة النظرية للدراسة، منهج الدراسة وعينته، وأدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: وهو الإطار النظري، تضمن هذا الفصل ماهية الخبر الصحفي، خصائصه، تقسيماته والقوالب الصحفية، كما تطرقنا إلى ماهية الخبر الإلكتروني من مميزاته، أهميته، إضافة إلى مهام محرر الخبر الإلكتروني، أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.

الفصل الثالث: استعرضنا في هذا الفصل ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، مميزاتها، أنواعها، مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في التغيير، كما تطرقنا إلى فيس بوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي، نشأته، خصائصه، موقع فيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار، وكذلك سلطنا الضوء على التأثيرات من إيجابياته وسلبياته .

الفصل الرابع: ويمثل الإطار التطبيقي، قمنا فيه بتحليل عينة من الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز بالاعتماد على استمارة تحليل المحتوى المتضمنة لفئات التحليل، وبعدها تطرقنا إلى النتائج العامة للدراسة وفقا لفئات الشكل و فئات المضمون الواردة في استمارة تحليل المحتوى، ثم نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات ونتائج الدراسة من خلال منظور الأهداف، وأخيرا خاتمة الدراسة، قائمة المراجع وملخص الدراسة.

**الفصل الأول :**

**الإطار المنهجي للدراسة**

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

أصبح العالم المترامي الأطراف كأنه قرية صغيرة مثل ما وصفها العالم "مارشال ماكلومان" خلال القرن العشرين والواحد والعشرين، وهذا نتيجة التكنولوجيا التي غزت العالم في الآونة الأخيرة، إذ أصبحت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، وكما أن الاستغناء عنها أصبح شبه مستحيل لأنها أحدثت نقلة نوعية في جميع المجالات ومن بينها مجال الإعلام والاتصال.

يعتبر الإعلام وسيلة للتواصل بين المجتمعات، حيث يمثل وجه من أوجه الحضارة قديماً وحديثاً، إذ تطور شيئاً فشيئاً فمع ظهور الورق بدأت الرسائل الإعلامية تنتشر وتصل إلى فئات عديدة من الجماهير، ثم ظهرت وسائل جديدة تمثلت في الإلكترونيات (المذياع، التلفاز)، وبهذا أصبحت مساحة الإعلام في الحياة أكبر عن سابقاتها، واكتسب قوة كبيرة في المجتمع حتى أطلق عليه مصطلح السلطة الرابعة بما له من هيمنة على أفكار الناس وتوجهاتهم، وتعبئة الرأي العام بالأخبار.

ومع مرور الوقت ظهر الإنترنت والذي يعتبر الركيزة الأساسية لكل أبعاد التكنولوجيا لأنه لا فائدة لأي تطور تشهده هاته التكنولوجيا دون وجود إنترنت والذي أنتج بدوره ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، حيث أصبحت ميداناً تفاعلياً خصباً تتنوع فيه الآراء والمعلومات والأخبار بشكل يترجم خصائص

تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومزاياها، خصوصا بعد أن أصبحت ضمن الوسائط الأولى التي من خلالها تتناول وتنتشر مختلف الأخبار، حيث أتاحت للجمهور المستخدم للشبكة إمكانية التعرض لهذه الأخبار المتعلقة بالعديد من الأحداث التي تعتبر من بين أهم المصادر التي يعتمد عليها الإنسان في معرفة ما يجري حوله وحول العالم، إذ كانت الأخبار في شكلها التقليدي عبارة عن أوراق فقط، أما اليوم فقد تغيرت وواكبت الثورة التكنولوجية وأصبحت إلكترونية، سهلت المهمة على القائمين بالاتصال والجمهور المستهدف لها نشرها واستقبالها بمعدلات عالية السرعة والعمل على تقديمها بكفاءة عالية، فقد صارت تنشر في أوانها وفور وقوعها تتناولها معظم مواقع التواصل الاجتماعي إلى أبعد الحدود، وتداول من موقع إلى موقع آخر ومن صفحة إلى صفحة أخرى.

وتعد صفحة جيغل نيوز من بين أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متابعة عبر الفضاء الأزرق في ولاية جيغل؛ وهذا ما دفعنا كباحثين للتطرق إليها بالتحليل، ومن هذا المنطلق نحاول في دراستنا هذه البحث في التناول الإعلامي للأخبار عبر هذه الصفحة، ومنه طرحنا التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف يتم تناول الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحة جيغل نيوز؟

وللإجابة عليه طرحنا التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هي طبيعة الأخبار التي تهتم بتناولها صفحة جيغل نيوز؟

2- ما هي طبيعة اللغة المستخدمة عبر صفحة جيغل نيوز؟

- 3- ما هي أشكال التفاعل التي تحظى بها صفحة جيغل نيوز من طرف مستخدميها؟.
- 4- ما هي مصادر الحصول على الأخبار عبر صفحة جيغل نيوز؟
- 5- ما هي القيم الخبرية الأكثر تواجدا وانتشارا في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز؟

### ثانيا: فرضيات الدراسة

- 1- تهتم صفحة جيغل نيوز بتناولها للأخبار المحلية.
- 2- تستخدم جيغل نيوز اللغة العربية الفصحى واللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية.
- 3- تحظى صفحة جيغل نيوز بنسبة كبيرة من التفاعلية من طرف مستخدميها.
- 4- تعتمد صفحة جيغل نيوز على المراسلين في الحصول على الأخبار.
- 5- تحتوي الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز على قيم إيجابية وأخرى سلبية.

### ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

إن اختيار موضوع البحث قرار يسبقه الكثير من الملاحظات والإطلاع الواسع على كل ماله علاقة مباشرة أو غير مباشرة بمضمون البحث وهذا ما يساعد الباحث على التعرف على عناصر الظاهرة بشكل واسع ومن ثمة بإمكانه بعد هذا الإطلاع تحديد الجوانب الغامضة تستدعي البحث فيها ودراستها وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بشخص الباحث أو موضوعية متصلة بمضمون البحث.

الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي للبحث عن كل ماله علاقة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- الفضول العلمي الذي يدفعنا لمعرفة مدى تناول مواقع التواصل الاجتماعي للأخبار.
- السعي لإثراء المكتبة بدراسة تتناول موضوع جديد في علوم الإعلام والاتصال نظرا لحاجتنا الملحة للمزيد من الدراسات الجديدة في مجال الإعلام والاتصال ومصادر الأخبار.

الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه منهجيا ومعرفيا ونقص الدراسات الجزائرية التي تناولت هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل بالرغم من أهميته البالغة.
- حداثة الموضوع: من خلال ما نشهده بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المرجع الأول لكافة أفراد المجتمع لمعرفة مختلف الأخبار التي تحدث.
- التعمق ومواصلة البحث في الموضوع: حيث قمنا بقراءات خاصة حول هذا الموضوع، وهذا ما دفعنا إلى التفكير في البحث الجدي والتعمق حول كيفية تناول الإعلام للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن الموضوع يطرح نفسه بإلحاح.

### رابعاً: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تصدت لموضوع مهماً ألا وهو التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي والدور الكبير الذي تلعبه هذه الأخيرة في نقلها للأخبار، كما أنه لهذه الدراسة أهمية كبيرة تكمن في كونها دراسة حديثة تتناول قضية حيوية انعكست آثارها في الوقت الراهن، وإثراء ميدان البحث العلمي بإحدى المواضيع الراهنة والهامة جداً.

أما من الناحية العلمية فتكمن أهمية موضوعنا في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي تتناول بكثرة حيث أنه بحسب علمنا لم نجد إلا دراسات قليلة جداً مشابهة لدراستنا تناولت موضوع التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.

### خامساً: أهداف الدراسة

كل بحث أو دراسة لها عدة أهداف توضح وتحدد بدقة بغية الوصول إليها في النهاية ومن خلال تناولنا للموضوع رسمنا أهدافاً محددة كالآتي:

- 1- تسليط الضوء على طبيعة الأخبار التي تهتم بتناولها صفحة جيجل نيوز.
- 2- معرفة مدى متابعة الجمهور لصفحة جيجل نيوز.
- 3- الكشف عن الإشباع التي توفرها صفحة جيجل نيوز للجمهور المستهدف.
- 4- الوصول إلى مصادر الأخبار التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي.

5- التعرف على القيم التي تحتوي عليها الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.

سادسا: تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة

التعريف الإجرائي للتناول الإعلامي:

بمعنى البحث في قضية ما ومحاولة معالجتها بالتحليل والشرح والتفسير بواسطة أدوات مهنية، والقواعد العملية والعلمية من مجموع الأشكال الإعلامية والقوالب الصحفية المتنوعة لإظهار المضمون الإعلامي في صورة جيدة ليفهمها الجمهور ويتفاعل معها ولتحقيق الأهداف المرجوة من وراء تقديم مضمون ما.

مفهوم الخبر:

لغة:

"هو ما ينقل ويحدث به قولاً وكتابة، وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته، والخبر جمعه أخبار هو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر، فالخبر في اللغة هو العلم بالمر ومعرفته على حقيقته والخبر بالأمر أي العالم به". (الفار، ص155).

اصطلاحا:

- يعرف محمود أدهم الخبر: "هو وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد، لافلت للنظر أو فكرة أو قضية بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وتثقيفهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها". (رزقي، 2011، ص36).

- يعرف الدكتور أبو زيد الخبر: "هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة تمس مصالح عدد كبير من الناس وتثير اهتمامهم". (نصر، عبد الرحمن، 2012، ص48).

- عرف جيرالد جونسون الخبر بأنه: "وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر". (ناجي، 2012، ص15).

التعريف الإجرائي للخبر:

هو كل ما يتم نقله من معلومات وحقائق جديدة وآنية الحدوث، يتم تناولها بطريقة واقعية وموضوعية لها علاقة بالواقع الذي يعيشه الأفراد، بهدف إعلام الناس بما يجري في العالم الخارجي.

موقع: Site

"يستخدم من خلاله أجهزة الحاسب، ومثال ذلك إذا ما استخدمت شركة حاسبات IBM فقط فغنها تعرف كوقع ل IBM. ويستخدم المصطلح أيضا للحاسبات التي تعمل كخادم للملفات Server التي يمكن النفاذ أو الوصول إليها من خلال الشبكة العنكبوتية العالمية، ويسمى أيضا بموقع الشبكة Web Site". (الخليفي، 2008، ص276).

مواقع التواصل الاجتماعي:

"هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ)". (الشمائل، اللحام، كافي، 2015، الإعلام الرقمي الجديد، ص199)

- يعرفها كاستل (Castells) "على أنها قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار، دون المساس بشكل هذه البنية، مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي". (خليل أبو يعقوب، 2015، ص30).

- يعرف زاهي راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها". (مركز المختب للاستشارات، 1438هـ، ص16).

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن تقنيات متوفرة من خلال شبكة الإنترنت يتواصل من خلالها الناس مع البعض والاطلاع على آخر الأخبار فور وقوعها.

مفهوم فيس بوك (Face book):

- "فيسبوك أو فيس بوك (بالإنجليزية Face book) موقع ويب وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية وتديره شركة "فيسبوك" شركة ساهمة".

(<http://ar.m.wikipedia.org-21:15-2018/03/04>)

- "هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وبذلك تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وبذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى هيئة أعضاء التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم". (البياتي، 2014، ص390).

- ويعرف الفيس بوك كذلك: " بأنه يتكون من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الإقليم ، ومكان العمل والجامعة والمدرسة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها. داخل المجموعات هناك مساحة للتداول والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة". (الدليمي، 2011، ص183).

#### سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

سيتم فيها تحديد منهج الدراسة وكذا التعريف بأداة جمع البيانات وكذلك توضيح مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة.

#### ❖ نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية ذلك أنها تستهدف وصف وتحليل الأخبار المعروضة على صفحة جيغل نيوز على موقع الفيسبوك، وذلك من خلال نوع الأخبار المنشورة على الصفحة وطبيعة المواضيع التي تركز عليها الصفحة والجمهور المتفاعل معها وهذا يندرج ضمن تحليل هذه الصفحة.

وللقيام بأي دراسة علمية لابد من تحديد المنهج المناسب فالمنهج هو المسار والطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى حل مشكلة ما.

ولقد اعتمدنا في دراستنا المعنونة بـ التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب والملائم لتحقيق أهداف دراستنا والمنهج الوصفي "هو مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلا كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث". (شحاتة، 2005، ص337).

"ويرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية وبدراسة أي من الظواهر الطبيعية المختلفة، حيث يقوم الباحث بجمع معلومات دقيقة عن هذه الظاهرة، ويهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوافرة، ويعبر عنها تعبيراً كفيها بوصف الظاهرة وتوضيح خصائصها أو تعبيراً كميًا ووصفا رقميا يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى". (الثل، فحل، 2007، ص48).

#### ❖ أداة الدراسة:

نعتمد في إنجاز هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون ذلك أنها الأداة الأنسب لهذه الدراسة والمنهج المستخدم حيث يتاح لنا من خلال هذه الأداة استخراج المادة الاتصالية المتمثلة في الأخبار

ومدى اهتمام الوسيلة الإعلامية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي لصفحة جيغل نيوز على فيسبوك": وكل هذا نتطرق إليه من خلال فئات الشكل وفئات الموضوع.

ويعرف بيرلسون Berelson تحليل المحتوى بـ "هو أحد الأساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال".

(طعيمة، 2004، ص 70).

ويعرف أيضا: "أنه الأسلوب العلمي الذي يستخدم للكشف عما يهدف إليه القائم بالاتصال في مادة اتصالية (خطبة، مقال صحفي، برنامج إذاعي، فيلم سينمائي، منشور دعائي، كتاب مسلسل، فيلم وثائقي، إعلان تليفزيوني، عمود صحفي، صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجلات.... الخ)". (حمدي، 2007، ص 51).

وكذلك من تعاريف تحليل المحتوى أنه "هو أسلوب كمي ونظامي يوصف ظاهرة ما ، أو حدث ما، أو تحليل ظاهرة أو حدث أو شخصية أو قصيدة". (عدس، ذوقان، كايد، 2012 ، ص 132).

وبالتالي فإن الهدف الأساسي لاعتمادنا على هذه الأداة هو أن يكون التحليل موضوعي ومعم لجميع عناصر موضوع دراستنا.

وقد اعتمدنا على وحدات وفئات التحليل كما عرضنا الاستمارة على أساتذة لتحكيمها.

❖ وحدات وفئات التحليل:

- وحدات التحليل:

يقوم تحليل المحتوى على وحدات عديدة يعتمد عليها في تحليل المادة الإعلامية ومن بينها (وحدة الكلمة، وحدة العبارة، وحدة الجملة، وحدة الفكرة، وحدة الفقرة، ووحدة الموضوع).

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على وحدة الموضوع التي تعتبر الأنسب لتحليل المواضيع المتضمنة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز التي هي محل دراستنا.

- فئات التحليل:

لنجاح عملية تحليل المحتوى، لا بد من التحديد الجيد لفئات تحليل المحتوى categorie.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على فئة الشكل : كيف قيل؟ وفئة المضمون: ماذا قيل؟ وهذا انطلاقاً من الأهداف التي نحاول الوصول إليها. وقد حللنا الفئات التالية:

- فئة الشكل: (كيف قيل؟) How is said categories

"هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون". (حمدي، مرجع سابق، ص58).

وقد اعتمدنا في دراستنا المتمثلة في تناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي

على:

- فئة الإخراج الصحفي:

1- فئة اللغة: "اللغة هي الوعاء التي يصب فيه الفكر، واللغة المستعملة في وسائل الإعلام، هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بمشكلة الدراسة والهدف منها". (المرجع السابق، ص60).

2- فئة الشكل أو نمط المادة: "تستخدم للفرقة بين الأشكال أو الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة". (حسين، 1999، ص268).

3- وفي دراستنا استخدمنا في تحديد فئة شكل الأخبار المعروضة عبر صفحة جيغل نيوز: (خبر مجرد، خبر مفسر، وخبر ملون).

4- العناوين المستخدمة: تبلغ أهمية الخبر الصحفي حسب شكل ومضمون العنوان، وهذا ما اعتمدنا عليه في دراستنا حيث قسمنا العناوين إلى: (عنوان مباشر، عنوان مفسر، وخبر بدون عنوان أي غير موجود).

5- القوالب الصحفية: وهي الأنماط التحليلية التي تستخدم لعرض المادة الإعلامية.

وفي دراستنا اعتمدنا على . قالب الهرم المقلوب، قالب الهرم المعتدل، قالب الهرم المتدرج.

إضافة إلى هذه الفئات فقد اعتمدنا على وسائل الإبراز الأخرى: (الصور الفوتوغرافية، مركبة، ورمزية) والألوان المستخدمة في هاته الصور (باردة، ساخنة، ومعتدلة).

### -فئات المضمون: (ماذا قيل؟) What is said categories

يدور هذا النوع حول مضمون المادة الإعلامية وما تنقلها من معاني، وقد اعتمدنا على:

#### 1- فئة المصدر:

يقصد بالمصدر ب: من أين نتحصل على الأخبار؟ وتمثلت مصادر دراستنا في: مواطنين، مراسلين، وسائل الإعلام، مصادر مجهولة.

2- فئة الموضوع: "وهي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون والتي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته وتجب على التساؤل الأساسي الخاص بالموضوع أو بمجموع الموضوعات التي تدور حول المادة الإعلامية". (حسين، مرجع سابق، ص265).

فمن خلال هذه الفئة نكشف عن مراكز الاهتمام في محتوى المادة الإعلامية لصفحة جيغل نيوز وتشمل هذه المواضيع: مواضيع سياسية، مواضيع ثقافية، مواضيع اجتماعية، مواضيع اقتصادية، ومواضيع رياضية.

3- فئة الجمهور المستهدف: "وهي التي تستهدف التعرف على الجمهور الذي يستهدفه القائم بالاتصال في توجيه المادة الإعلامية إليه بصفة خاصة". (مزايرة، 2010، ص173).

وتشمل: شباب، رجال، نساء، سلطات عليا، المجتمع.

4- فئة الأهداف: وهي تسعى لمعرفة ما يريد مضمون محل الدراسة تبليغها.

وقد حددنا هذه الأهداف انطلاقا من محتوى الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز كما يلي:

الإعلام والإخبار، التحذير، التوعية، والتحسيس.

5- فئة القيم: "وهذه الفئة تصلح في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات

والأشخاص والتي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم اتجاه الموضوعات والقضايا المطروحة، وتتخذ

أساسا لتخطيط السياسات الإعلامية أو الاستدلال عليها من خلال المحتوى". (عبد الحميد، 2009،

ص126).

ودراستنا تشمل على القيم التالية: الأهمية، الاهتمامات الإنسانية، الشهرة، الإثارة، الفائدة،

الضخامة، والسلبية.

#### ❖ تحكيم الاستمارة:

للتأكد من صحة بيانات استمارة تحليل المحتوى، وهذا بعد إجراء التعديلات اللازمة عليها

وذلك بحذف بعض الفئات وإضافة أخرى كحذف فئة الفاعلين وإضافة القوالب الفنية في صياغة

الأخبار، بعدها عرضت على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام والاتصال كل من الدكتور "سمير

لعرج" والأستاذ "محمد بوقرة"، والغرض من هذه الخطوة هو تحديد مدى توافق هذه الاستمارة وموضوع البحث.

#### 8-4- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة مجموعة من الوحدات الإحصائية معرفة بصورة واضحة بحيث تميز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع عن غيره". (النعي، البياتي، خليفة، 2015، ص77).

فمجتمع دراستنا يتمثل في مجموعة الأخبار المنشورة على صفحة فيس بوك "جيجل نيوز" من الفترة الزمنية 14 فيفري 2018 إلى 15 مارس 2018.

#### 8-5- عينة الدراسة:

العينة هي جزء من المجتمع الكلي "ويمكن تعريف العينة على أساس أنها مجموعة من الوحدات التي يتم اختياره من المجتمع الإحصائي ويتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة مثلاً ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة". (المرجع السابق، ص78).

وتتمثل عينة دراستنا في العينة العشوائية البسيطة حيث تعرف على أنها: "أبسط أنواع العينات ويتم الاختيار العشوائي للعينة بعدة طرق منها طريقة كتابة الأسماء أو الوحدات المطلوبة على قصاصات من الورق واختيار العينة من بينها بشكل عشوائي وكل مفردة لديها الحق في الظهور مرة واحدة". (الشريف، 2008، ص114، 113).

وتعرف أيضا "بأنها المجموعة من المفردات التي يتم اختيارها من بين المفردات المجتمع بطريقة تتيح لكل فرد فيه نفس الفرصة المتاحة لغيره، ليصبح عضوا في العينة وان الوحدة المسحوبة لا تعاد إلى المجتمع بعد السحب، حتى لا يكون هناك احتمال لسحبها مرة أخرى". (المغربي، 2011، ص 141).

"ويعتمد في سحب مفردات العينة العشوائية البسيطة على الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين عن طريق القرعة انطلاقا من توفير الفرص المتساوية للظهور لكل المفردات مجال السحب (المجتمع الأصلي)". (بن مرسل، 2005، ص 181).

تم اختيار عينة دراستنا بالاعتماد على الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين وذلك بعد متابعتنا للصفحة جيغل نيوز على موقع فيسبوك حيث أخذنا 10 % من المجتمع الكلي لأنه يصعب علينا تحليل كل الأخبار المنشورة في شهر من الفترة 14 فيفري 2018 إلى 15 مارس 2018 التي تقدر ب 120 خبر ولهذا قمنا بالاختيار العشوائي وأعطينا لكل وحدات العينة الفرصة في الظهور مرة واحدة وعدم التكرار وقد وقع الاختيار على:

جدول رقم (01): يوضح مفردات عينة الدراسة

الرقم	التاريخ
-01-	15 فيفري 2018
-02-	21 فيفري 2018
-03-	05 مارس 2018
-04-	24 فيفري 2018
-05-	08 مارس 2018
-06-	01 مارس 2018
-07-	12 مارس 2018
-08-	26 فيفري 2018
-09-	02 مارس 2018
-10-	10 مارس 2018
-11-	04 مارس 2018
-12-	17 فيفري 2018

المصدر: إعداد الطالبتين

ثامنا: حدود الدراسة

❖ الحدود الزمانية:

وتتضمن ثلاث مراحل بداية بجمع المعلومات والمصادر ثم الإعداد للعمل التطبيقي ثم تحرير

الدراسة بشكلها النهائي

- المرحلة الأولى: والخاصة بالإطار المنهجي للدراسة الذي كانت بدايته 7 فيفري 2018 على غاية

13 مارس 2018 وقد تناولنا فيه:

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة أسباب اختيار الموضوع أهداف الدراسة مفاهيم

الدراسة حدود الدراسة الدراسات السابقة منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينة وأدوات جمع

البيانات.

- المرحلة الثانية: وتعلق بالإطار النظري للدراسة حيث بدأ في 15 مارس 2018 إلى غاية 2 أبريل

2018.

اقتصرت هذه الدراسة على متغيرات البحث في تناول الإعلامي الأخبار في مواقع التواصل

الاجتماعي تناولنا في الفصل الخاص بالأخبار كل ما يتعلق بالخبر الصحفي نشأته خصائصه وظائفه

تقسيماته والقوالب الصحفية كما تطرقنا إلى ماهية الخبر الإلكتروني من مميزاته وأهميته إضافة إلى مهام

محرر الخبر الصحفي الإلكتروني أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني.

أما فيما يخص الفصل الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي فد تطرقنا إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي مميزاتها، أنواعها مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير وبعده تطرقنا إلى ماهية فيس بوك النشأة الخصائص موقع فيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار وكذلك سلطنا الضوء على التأثيرات الناتجة عن فيس بوك من إيجابياته وسلبياته.

**- المرحلة الثالثة:** وتعلق بالإطار الميداني للدراسة والذي بدأ في 2 أبريل إلى غاية 21 ماي 2018 حيث قمنا في هذه المرحلة بجمع المادة الإعلامية الخاصة بالتحليل والمتمثلة في مجموعة من الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز والتي قمنا باختيارها وفق العينة العشوائية البسيطة وإجراء الدراسة التحليلية عليها اعتمادا على البيانات المتضمنة في استمارة تحليل المحتوى وفي الأخير قمنا بعرض النتائج التي توصلنا إليها مع التحليل والتفسير المفصل.

### تاسعا: الدراسات المشابهة

قبل أن ينطلق الباحث بإجراء أولى الخطوات الخاصة ببحثه من الضروري أن يستعين بدراسات ومؤلفات ومراجع سابقة، من أجل الإلمام بالموضوع من جميع جوانبه ومعرفة تاريخ تطوره، وبالتالي العمل على تجميع المعلومات من مصادرها المختلفة والمتنوعة يساعد وبشكل كبير على سبر أغوار الموضوع والوصول على أدق تفاصيله ونتائجه.

ولإجراء دراستنا اعتمدنا على الدراسات الآتية نظرا لوجود تشابه بينها وبين الدراسة الخاصة

بنا:

- الدراسة الأولى:

- دراسة بعنوان: اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار،

دراسة وصفية لعينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، للطالب عيادي

منير، أجريت الدراسة بجامعة محمد بوضياف - المسيلة - سنة 2014-2015.

إلى أي مدى يستخدم الصحفيون الجزائريون شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار؟.

واعتمد على أسئلة فرعية مفادها:

1- كيف يتمثل الصحفيون الجزائريون مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار؟

2- ما هي أهداف الصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟

3- ما هي درجة المصداقية التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الصحفيين الجزائريين

مقارنة بمصادر الأخبار التقليدية؟

4- ما مدى التزام الصحفيين الجزائريين بأخلاقيات المهنة من خلال اعتمادهم على مواقع التواصل

الاجتماعي كمصادر للأخبار؟

5- ما مدى تأثير هذا الاعتماد على الممارسة المهنية للصحفيين الجزائريين؟

كما اعتمد الباحث من أجل إجراء دراسته على المنهج المسحي باعتبار المنهج الأنسب لدراسته.

أما الأداة التي استخدمها الباحث في دراسته هي الاستبيان.

وقد تمثل مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة هو فئة الصحفيين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للخبر والصحفيين المعنيين بالدراسة صحفياً وسائل الاتصال الجماهيري أي الصحفيون الذين يشتغلون بقطاع الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون في الجزائر العاصمة.

ونظراً لاختصار عينة الدراسة على الصحفيين الجزائريين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة الصحفية قتم الطالب باختيار أسلوب العينة العمدية أو القصدية.

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج ومن أهمها نذكر:

- 1- أن الصحفيين الجزائريين لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بما نسبته 32.7% وأحياناً بنسبة 30.12% ثم غالباً بـ 12.16% وبعدها نادراً بـ 7.7% في حين نجد أن نسبة 7.7% من الصحفيين ليس لديهم اهتمام حيال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نهائياً.
- 2- غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون استخدام فيس بوك ثم اليوتيوب ثم تويتر بينما ينذر أو يندم استخدامهم لموقع لينكدن وماي سبيس.

3-غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الانخراط في مجموعات إعلامية ثم اجتماعية وسياسية وثقافية وترفيهية على الترتيب.

4-معظم الصحفيين الجزائريين عادة ما يعثرون على الأخبار والمعلومات التي تهمهم من مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على الأشخاص والمجموعات الناشطة فيها إضافة إلى بعض الشبكات المهنية.

#### التعقيب على الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، كما أنهم لديهم اهتمامات اتجاه استخدام هذه المواقع كما يعتبرونها مرجعا مهما لاستقاء الأخبار والمعلومات التي تهمهم، هنالك اختلاف كبير بين هذه الدراسة ودراستنا، ومع هذا فقد لأفادتنا هذه الدراسة في بناء خلفية دراستنا واعتمادها كدراسة سابقة لأنها تتضمن موضوع الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي كما هو وارد في الدراسة الخاصة بنا.(عيادي، 2014-2015، ص10-140).

#### - الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان: التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية - دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين - للباحثة سهيلي لامية، أجريت الدراسة بجامعة محمد بوضياف - المسيلة - سنة 2014-2015.

اعتمدت الباحثة على التساؤل الرئيسي التالي:

هل توظف المواقع الإخبارية الجزائرية السمات الاتصالية لشبكة الانترنت المتمثلة في تطبيقات

التفاعلية وما هي الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر هذه المواقع؟

1- إلى أي مدى يتيح موقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين لمستخدميها تعدد في خيارات نظام

الوسائط المتعددة في نشر المادة الخبرية (نصوص، صور، فيديو) واختيار اللغة وخاصة مشاركة النص

كذلك التي تتوفر في مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، يوتوب، تويتر)؟

2- هل يتيح موقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين أدوات الاتصال الشخصي للمستخدمين؟

3- كيف تتوفر موقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين على إمكانية الحصول على المعلومات؟

4- كيف يرد موقع الشروق أون لاين والنهار أون لاين على استفسارات وتساؤلات المستخدمين؟

5- ما مدى توافر موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين على إمكانية إضافة معلومات على

مستوى صفحاتها؟

6- ما سرعة تحديث موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين للمادة الخبرية؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي في دراسته إضافة إلى الأسلوب المقارن.

أما الأداة التي استخدمتها الباحثة في دراستها هي تحليل المضمون أي تحليل محتوى مواقع

الإنترنت وهو المتمثل في مجتمع الدراسة.

وتتمثل عينة الدراسة في العينة العشوائية من المواقع الإخبارية الجزائرية.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج ومن أهمها نذكر:

1- عدم حرص المواقع الإخبارية الجزائرية على إقامة صلة مباشرة بين محررها وجمهور القراء لذا نجدها

لا تحرص على إتاحة عناوين البريد الإلكتروني لمحرريها، والاكتفاء فقط بريد الموقع فقط.

2- عدم حرص المواقع الصحفية على استغلال الإمكانيات الكاملة للإنترنت أو التفكير في ربط

المادة الخبرية بمواد خبرية أخرى تشكل خلفية لها وتساعد القارئ على ربط الخبر بغيره من الأخبار

وتوضيح سياقه.

3- توظيف المواقع الإخبارية الجزائرية تعدد الخيارات أمام المستخدمين، كبديل لها عن إتاحتها لمعايير

التفاعلية الحقيقية، عن طريق إشباع رغبات الجمهور وتلبية رغباته.

4- لا تحرص المواقع الإخبارية الجزائرية على التجديد الفوري للأخبار، بل تكتفي بتحديث مادتها

الإعلامية بشكل يومي.

**التعقيب على الدراسة:**

تناولت هذه الدراسة موضوعا مهما وهو التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، كما تطرقت

صاحبة الدراسة إلى تحليل موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين من أجل الوصول إلى نتائج

توضيح الكيفية التي تعرض بها الأخبار في المواقع الجزائرية حيث توصلت إلى أنه لا توجد موضوعية

من حيث عرض الأخبار في هذه المواقع، تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث الأداة والعينة إلا

أنهما يختلفان من حيث المنهج، أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية أو الميدانية. (سهيلي، 2014-2015، ص14-104).

- الدراسة الثالثة:

دراسة بعنوان: اعتماد الشباب الجزائري على الشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال للباحث أكرم عيساوي، أجريت الدراسة بجامعة العربي التبسي - تبسة - سنة 2015-2016.

اعتمد الباحث على التساؤل التالي:

ما هو واقع اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار بجامعة

تبسة؟

واعتمد على أسئلة فرعية مفادها:

1- ما مدى استخدام شباب جامعة تبسة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2- ما مدى مصداقية الأخبار التي يعتمدها شباب جامعة تبسة من خلال شبكات التواصل

الاجتماعي؟

كما اعتمد الباحث من أجل إجراء دراسته على المنهج الوصفي، وضمن المنهج الوصفي

استخدم المنهج الوصفي التحليلي.

ومن بين الأدوات التي استخدمها الباحث في دراسته نذكر:

الملاحظة، الاستبيان.

وقد تمثل مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة كل الشباب الجزائري أما المجتمع المتاح فهم كل طلبة جامعة تبسة، ونظرا لاستحالة الدراسة على كل الطلبة فقد اختار الباحث في دراسته العينة القصدية متكونة من 40 فردا من مختلف أطوار طلبة الإعلام والاتصال.

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج ومن أهمها نذكر:

1- أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا مهما من مصادر استقاء الأخبار للشباب الجزائري، حيث أن معظم الأفراد يعتمدون عليها اعتمادا مباشرا وبصفة مستمرة في الحصول على الأخبار بشتى أنواعها.

2- أكدت نسبة كبيرة من المبحوثين وبنسبة 60 بالمئة انه وضمن الأسباب المتعددة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو استقاء الأخبار وفي نفس السياق أكدت نفس الفئة وبنفس النسبة على خيار تقصي المعلومات والبحث عن الحقائق بكافة أنواعها.

3- أكدت الدراسة أنه من خلال المضامين المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي فإنه وبنسبة 80 بالمئة من فئات المبحوثين فإنهم يجدون ضالتهم من أخبار ومعلومات ومواد إعلامية تلبي حاجاتهم.

4- من خلال الدراسة اتضح تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية في مجال توفير الأخبار كالصحف المكتوبة على عكس الوسائل المرئية والسمعية أو الوسائط التكنولوجية وذلك بنسبة 80 و50 بالمئة، إذ استفاد الخبر الإلكتروني من تكنولوجيات الإعلام والاتصال وحل مكان الصحيفة الورقية الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية فائقة السرعة والأجيال الجديدة للإنترنت. (عيساوي، 2015-2016، ص101-02).

### التعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار أجريت على عينة من الطلبة وتوصل إلى نتائج توضح أنه من ضمن الأسباب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو استقاء الأخبار والحصول على المعلومات والحقائق بكافة أنواعها، ويرجع الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسة الخاصة بنا كون أن هذه الدراسة ميدانية، بينما دراستنا فهي دراسة تحليلية، وكذلك الاختلاف من حيث المنهج والأداة، إلا أن هذه الدراسة ساعدتنا في الاستفادة منها في بناء دراستنا.

عاشرا: المقاربة النظرية للدراسة

تعتبر المقاربة النظرية المحرك الأساسي الذي يوجه الباحث ويحدد اتجاهه حيث يسير الباحث وفق اتجاه معين فالمقاربة النظرية لديها أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، وسنعمد في دراستنا هذه على المنظور الوظيفي.

❖ مفهوم البنائية الوظيفية

"تعد البنائية الوظيفية من أهم المنظورات وأكثرها واقعية، باعتبارها شبكة العلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق و الانسجام في شبكة العلاقات". (شبية، 2012، ص98).

"والتنظيم هنا هو غاية كل بناء في المجتمع، حتى يحافظ على استقراره وتوازنه، ولا يسمح بالتنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف، يؤثر على التوازن والاستقرار". (العبد الله، 2006، 174).

والوظيفة تعرف بأنها: "تحليل الظواهر الاجتماعية والثقافية استنادا إلى الوظائف التي يؤديها في نسق اجتماعي ثقافي". (ألسون، 2011-2012، ص52).

"وتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام يفترض أن هذه الوسائل هي عبارة عن عناصر الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع وتقوم العلاقة بين هذه العناصر، وباقي العناصر، والنظم الأخرى في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه". (العبد الله، المرجع السابق، ص174-175).

"وتقوم هذه العناصر النظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل اجتماعية تتفاعل بطرق محددة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، حيث يقول هبيرت أن النظم الإعلامية تقدم وظائف الإعلام والتحليل والتفسير والتعليم والترويج والإعلان والترفيه، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع". (المشاقبة، 2014، ص99).

"كما تفترض النظرية أن المجتمع يشكل بناء اجتماعيا ويحدد البناء في أنه عبارة عن أنماط ثابتة نسبيا من السلوك الاجتماعي، وداخل البناء الكلي هناك أبنية جزئية مهمة في التحليل الوظيفي". (مصباح، 2009، ص160).

"وعلى هذا الأساس يمكن القول أيضا بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي ولا يستطيع المجتمع المعاصر بالشكل الذي نعرفه أن يستمر بدون هذه الوسائل". (مكاوي، السيد، 1998، ص14).

"وجاءت أهمية النظرية الوظيفية للاتصال الجماهيري، نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من ناحية، وإجراءات الدراسة الميدانية من ناحية أخرى، وذلك بهدف التعرف على الخصائص والسمات العامة لوسائل الاتصال الجماهيري ولاسيما بعد أن تزايدت أهمية هذه الوسائل وأصبحت تشكل جزءا من الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في كافة المجتمعات الحديثة وخاصة المجتمعات الغربية لرأسمالية الديمقراطية, تلك المجتمعات التي أصبحت تعيش مرحلة الرفاهية أو مرحلة مجتمعات ما بعد الصناعة نتيجة استخدامها لوسائل الاتصال والتكنولوجيا المعرفية والمعلوماتية المتقدمة، وفي الوقت نفسه اهتم الكثير من علماء البنائية الوظيفية لتحليل الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري وتشكيل الوعي الفردي والجمعي ونمو السلوك والشخصية والاتجاهات الطبقية والعنصرية ومفاهيم الحرية والشخصية والديمقراطية والعدالة وغيرها في تشكيل عناصر الرأي العام في المجتمعات الغربية والنامية". (ثيو، 2010، ص43-44).

وقد تعرضت هذه النظرية لمجموعة من الانتقادات من بينها:

- "عدم الاتفاق بين الوظيفيين على وحدات الدراسة ف مالينوفيسكي. مثلا اختار الجماعة الاجتماعية التي أطلق عليها نظاما، أما روبيرت ليند وهيلين ليند فقد اهتمتا بدراسة الحاجات الإنسانية التي يشبعها المجتمع .

- إن الوظيفية لم تهتم بالتغيير الاجتماعي لأنها ركزت اهتمامها الشديد على تكامل البناء الاجتماعي". (القرشي، 2011، ص170-171).

❖ علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

بما أن نظرية البنائية الوظيفية من أهم النظريات الاجتماعية التي تعتمد في دراسة مختلف الظواهر الاجتماعية في العديد من المجالات وخاصة في مجال الإعلام والاتصال، وهذا ما دفعنا للاعتماد عليها في دراسة موضوع تناول الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها الأنسب لمثل هاته الدراسات، التي نحاول من خلالها الكشف عن كيفية تناول الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي عبر صفحة جيغل نيوز -فيسبوك- من أجل الحصول على أكبر قدر من الجمهور المعجب والمتابع لها يهدف التأثير عليه، وذلك بطبيعة المواضيع التي يراها القارئون على الصفحة من اهتمامات الجمهور فتتناولها الصفحة نظرا لتلبية حاجات ورغبات الجمهور.

فالأتجاه الوظيفي يقوم على ترابط الأجزاء فكل جزء داخل النسق يؤدي وظيفته لتكامل هذه الأجزاء الوظيفية وذلك لتلبية حاجات النسق ومن يشملهم في الواقع. وبالتالي فقد استفدنا من هذا المنظور من خلال إطلاعنا على بعض المعلومات حول الطريقة التي تؤثر بها مواقع التواصل الاجتماعي (صفحة جيغل نيوز موقع فيسبوك) في سير النظام الاجتماعي (الجمهور المتابع للصفحة) وكيف تؤثر فيهم من خلال طريقة تناولها للأخبار.

مراجع الفصل:

الكتب:

- 1- بن مرسللي، أحمد. (2005). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. (الطبعة الثانية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 2- البياتي، ياس خضير. (2014). *الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة*. (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار البداية ناشرون وموزعون.
- 3- التل، وائل عبد الرحمن، قحل، عيسى محمد. (2007). *البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية*. (الطبعة الثانية). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 4- حسين، سمير محمد. (1999). *بحوث الإعلام*. (الطبعة الثانية). القاهرة: عالم الكتب.
- 5- حمدي، محمد الفاتح. (2017). *منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقات*. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 6- الحوراني، محمد عبد الكريم. *النظرية المعاصرة في علم الاجتماع*. ترجمة: رث، وولف، أسون. ط1. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 7- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). *الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية*. (الطبعة الأولى). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

- 8- رزاقى، عبد العالى. (2011). كيف تصبح صحفيا الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والأنترنت. الجزائر: دار هومة للطباعة النشر والتوزيع.
- 9- شحاتة، سليمان محمد سليمان. (2005). مناهج البحث بين النظرية والتطبيق. مركز الإسكندرية للكتاب.
- 10- الشريف، عبد الله محمد. (2008). مناهج البحث العلمي. الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية.
- 11- الشمايلة، مهر عودة، اللحام، محمود عزت كافي، محمد مصطفى يوسف. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. (الطبعة الأولى). دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 12- شيبية، شدوان علي. (2012). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 13- طعيمة، رشدي أحمد. (2004). تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- 14- عبد الحميد، محمد. (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. لبنان: دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر.
- 15- العبد الله، مي. (2006). نظريات الاتصال. (الطبعة الأولى). لبنان: دار النهضة العربية.

- 16- عدس، عبد الرحمن، ذوقان، عبيدات، كايد، عبد الحق. (2012). البحث العلمي مفهومة أدواته وأساليبه. (الطبعة الرابعة عشر). المملكة الأردنية الهاشمية. عمان: دار الفكر.
- 17- القرشي، علي ناصر. (2011). المداخل النظرية لعلم الاجتماع. (الطبعة الأولى). عمان: دار للنشر والتوزيع.
- 18- مركز المحتسب الإستشارات. (1438). دور مواقع التواصل الإجتماعي في الإحتساب توتير أنموذجا. (الطبعة الأولى). المملكة العربية السعودية: دار المحتسب للنشر والتوزيع.
- 19- مزاهرة، منال هلال. (2010). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- 20- المشاقبة، عبد الرحمن. (2014). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 21- مصباح، عامر. (2009). المدخل إلى علم الأنثروبولوجيا. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 22- المغربي، كامل محمد. (2011). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (الطبعة الرابعة). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 23- مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين. (1998). الإتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
- 24- ناجي، عباس. (2012). الخبر الصحفي. (الطبعة الأولى). العراق: دار صفاء للنشر والتوزيع.

25- نصر، عبد الرحمن، حسني محمد، سناء. (2012). التحرير الصحفي في عصر

المعلومات. (الطبعة الأولى). العين الإمارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي.

26- النعيمي، محمد عبد العال، البياتي، عبد الجبار، خليفة، غازي جمال. (2015). طرق

ومناهج البحث العلمي. (الطبعة الثانية). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

27- يوسف، كافي مصطفى. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. (الطبعة الأولى). عمان:

دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

#### القواميس والمعاجم:

1- الخلفي، طارق سيد أحمد. (2008). معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي-عربي. (الطبعة

الأولى). دار المعرفة الجامعية.

2- الفار، محمد جمال. معجم ومصطلحات الإعلامية. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

#### الرسائل الجامعية:

1- ثنيو، فاطمة الزهراء. (2011). البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، رسالة لنيل درجة

الدكتور في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة منتوري.

2- خليل أبو يعقوب، شدان يعقوب. (2015). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي

السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة منشورة مكتملة

للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية.

3- سهيلي، لامية. (2014-2015). التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية دراسة تحليلية

لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين، مذكرة منشورة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم

الإعلام والاتصال.

4- عيادي، منير. (2014-2015). اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل

الاجتماعي كمصادر للأخبار دراسة وصفية لعينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة

والسمعية البصرية في الجزائر، مذكرة منشورة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام

والإتصال.

5- عيساوي، أكرم. (2015-2016). اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل

الاجتماعي في الحصول على الأخبار دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام

والإتصال، مذكرة منشورة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي: تبسة.

المواقع الإلكترونية:

(<http://ar.m.wikipedia.org-21:15-2018/03/04>)

**الفصل الثاني:**

**ماهية الخبر الصحفي**

### تمهيد:

الخبر هو كل ما يتم تناوله في أي وسيلة من وسائل الإعلام، وإعلام الناس بكل ما يجري في العالم الخارجي وتزويدهم بآخر الأخبار والمعلومات التي تجري في بلدهم أو في العالم بأسره، كما يسعى الخبر على نقل الأحداث فور وقوعها أي تكون آنية، و قد يتم الحصول على الخبر من مصادر مختلفة في أنحاء العالم وفي شتى المجالات ونقله إلى أفراد المجتمع على اختلاف أماكن تواجدهم، ومع ظهور التطور التكنولوجي ظهر ما يسمى بالخبر الإلكتروني.

وقد تناولنا في هذا الفصل ماهية الخبر والقيم الإخبارية و قواعد جمع الأخبار وتحريرها، كما تطرقنا إلى الخبر الإلكتروني ومميزاته بالإضافة إلى أهميته، كما سلطنا الضوء على مهام محرر الخبر الإلكتروني وأخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني، باعتبار أن هاتين الأخيرتين عنصرا مهما لابد على كل صحفي أن يلتزم بها.

أولاً: الخبر الصحفي وتطوره

يعد الخبر الصحفي الركيزة الأساسية في الصحافة إذ أطلق عليه تسمية أبو الفنون الصحفية (مقال، تقرير...) فهو قديم منذ وجود البشر على سطح الأرض وهم يتبادلون الأخبار فيما بينهم وقد مر الخبر منذ ظهوره بثلاث مراحل هي:

❖ مرحلة الخبر المسموع:

"لقد بدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة حين عرف الفرد عمليات تبادل الأخبار عندما كان ينفخ الأبواق معلنا حالة من الحرب والسلام أو احتفالاً بمناسبة دينية أو بتنصيب حاكم جديد أو غير ذلك وكان ناقل الخبر هو الراوي أو الرسول أو المنتشر أو الشاعر إذ لم يظهر في ذلك الحين الخبر المتخصص وكانت وسائل انتقال الأخبار بذلك بدائية بطيئة حيث كان المنادون يجوبون الأسواق ويقومون بمهمات اتصال وإعلام" (الصالح، 2015، ص22).

"وكان لظروف التطور الاجتماعي في العصور القديمة والوسطى أثر في اقتصار تبادل الأخبار على الوسائل السمعية أو الصوتية فقط ، إذ لم تكن القراءة والكتابة قد عرفت بعد وبعد معرفة القراءة والكتابة ظل من يعرفونهما أقلية نادرة بين كل الشعوب من الشعوب المعروفة في ذلك الوقت".

([www.startimes.com-08/03/2018-22:13](http://www.startimes.com-08/03/2018-22:13))

❖ مرحلة الخبر المخطوط:

" لقد أطلت مرحلة الخبر المخطوط أو المنسوخ باكتشاف القراءة والكتابة بدأت مرحلة الخبر المخطوط بالنقش على الأحجار والرسم على الجدران المعابد والمقابر والقصور وقد عرف قدماء المصريين تبادل الأخبار عن طريق النقش على الحجر ثم الكتابة على الجلود أو ورق البردي". (الصالحى المرجع السابق، ص 22).

❖ مرحلة الخبر المطبوع:

"لقد ارتبط ظهور الخبر المطبوع باكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد يوحنا جوتنبرغ والذي تم طباعة عدد كبير من النسخ من خبر واحد. حيث أتاح إمكانية وصول الخبر إلى أكبر عدد من القراء والذي ساعد أيضا على ظهور الطباعة إلى توفير الوقت والجهد والتكاليف". (مصطفى، 2009، ص 101).

وقد عرف العالم العربي الخبر الصحفي المطبوع في زمن الحملة الفرنسية على مصر حيث صدرت أول صحيفة بالعربية وهي صحيفة الوقائع المصرية التي أنشأها محمد علي وقد بدأت الوقائع المصرية كصحيفة إخبارية فهي تنشر الأخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين والجمهور" (الصالحى، المرجع السابق، ص 22-24).

وفي نهاية القرن 19 وأوائل القرن الـ 20 عرف الخبر تطورا كبيرا حيث استفاد من تكنولوجيا الحاسب الآلي والاتصال العنكبوتي الذي أنتشر في العالم سنوات التسعينيات من القرن العشرين فقد أصبح الخبر ينقل ويذاع وينتشر إلكترونيا عبر شبكة الانترنت ويصل إلى القارئ في أي وقت ومن هذا ظهور ما يسمى بالخبر الإلكتروني.

"والخبر الإلكتروني يشير إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الأخبار المختلفة على الشبكة على مدار الساعة وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزود شائها شان الأخبار الصحفية والتليفزيونية بالصور والخلفيات بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المشاهدة وقواعد البيانات والمعلومات" (نصر، عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص30).

### ثانيا: وظائف الخبر الصحفي

الخبر وظائف عديدة نلخصها كالآتي:

- 1- "يؤدي إلى تحقيق الترابط بين أفراد المجتمع وذلك عن طريق استعراض الأحداث والقضايا الهامة التي تهم كل الناس والتي تؤثر على المجتمع ككل.
- 2- تكوين رأي عام تجاه الأحداث.

3- التنسيق بين أعمال الأجهزة الحكومية المختلفة ومعرفة كل جهاز ما وصل إليه الآخر في مجال الخدمات.

4- الربط بين السلطة التنفيذية وجماهير المتلقي.

5- توصيل رغبات القاعدة الشعبية إلى القائم بصنع القرار.

6- التسلية والترفيه وكسر حدة الملل للواقع المعاش.

7- زيادة أفق وسعة اطلاع المتلقي.

8- ربط المتلقي بعالمه ومشاكله وتطلعاته.

9- مساعدة الفرد على تخطيط أولوياته ورسم خططه الحياتية (تسديد فاتورة التليفون - الضرائب -

الاوكازيون - انقطاع المياه - وفاة شخصية ما محل اهتمام).

10-التقليل من حدة التناقضات السلوكية والشذوذ والانحراف بين أفراد المجتمع ( من خلال نقد

الانحرافات وفضحها ) أي عملية التطهير للمجتمع أولاً بأول ". (الحتو، 2012، ص56-57).

وعموما نقول أن هذه هي وظائف الخبر التي تعتبر مهمة إضافة إلى الوظيفة الأولى والأسمى

للخبر وهي وظيفة النشر وإعلام الجمهور بما يدور حوله.

ثالثا: خصائص الخبر الصحفي

يتميز الخبر بجملة من الخصائص نذكر منها ما يلي:

1- "أن الخبر الصحفي ليس حدثا أو إعلانا عن حدث أو واقعة بسيطة وإنما هو عملية لها عناصرها وتفاعلاتها، وعليه فإن سمة التغير تعد سمة أصيلة في الخبر، فمن ناحية هو متغير في طبيعته من حيث أنه يبدأ بموقف ليصل خبر سلسلة من الأسباب والنتائج إلى موقف متغير تماما، كما أنه متغير بتغير الزمان والمكان والشخص والمواقف.

2- الخبر الصحفي معرفة تضيف إلى مدركات الفرد ووعيه أبعاد لم يكن يخبرها من قبل، هذه المعرفة تعد بالنسبة للفرد المتلقي كشفا لمواطن الأمور وما يجري من أحداث خارج نطاق عالم الفرد المدرك.

3- إن المعرفة التي يحملها الخبر الصحفي، ينبغي أن تكون حقيقية وليست شكلية، أساسية وليست فرعية، ترتبط بصميم الحياة في المجتمع وتعلق بجوهر ما يجري من أحداث في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية". (عبد النبي، ص 24، 26).

وبالتالي ضمن خصائص الخبر أنه لا بد أن يكون واقعي ويشمل كافة المجالات وينقل مختلف الأخبار والأحداث التي تجري بكل صدق ودون تحريف أو تكذيب، وإطلاع الجمهور بكل ما هو جديد.

4- "نسبية الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر هو المعرفة، فإن المعرفة بطبيعتها نسبية تتفاوت من موضوع

إلى آخر، ومن شخص إلى آخر ومن جماعة لأخرى.

5- السمة الجمعية للخبر، فإذا كان الخبر الصحفي يرتبط بالأمور الجوهرية في المجتمع، فإن ذلك يعني

بأنه ليس معلومة تعنى فردا معينا.

6- الرواية الخبرية تحمل في طياتها احتمالية الصدق أو الكذب، وبالتالي يغلب عليها سمة الظن أو عدم

اليقين.

7- النتيجة أو العاقبة، لكل خبر نتيجة أو عاقبة، والرواية الخبرية التي لا يترتب عليها أثر ما لا تدخل

في إطار الأخبار الصحفية، وتتفاوت أهمية الأخبار بتفاوت نتائجها وقدرتها في التأثير على العلاقات

القائمة". ( المرجع السابق، ص 26-28).

❖ من بين صفات الخبر الأساسية ما يلي:

1- "الصحة: وهي من أهم صفات الخبر حيث أنها تعطي الملتقي الثقة بالقناة أو المصدر الذي يث

الخبر، حيث يجب التأكد من صدق الخبر من أجل الحصول على السبق الصحفي، حيث لا يمكن

لقناة فضائية أن تثبت خبرا ما دون أن تتأكد من صدقه أو كذبه.

2- الدقة: تعني الدقة في الخبر، ذكر الحقيقة كاملة دون تغيير في الخبر لكي تعطي صورة واضحة

للخبر دون معنى مغاير.

3- الموضوعية: يقصد بها عدم تغيير الخبر بالإضافات أو الحذف ويجب أن لا يتدخل المحرر في

الخبر بصورة تغير معنى الخبر أو يجعله يعطي تفسيراً مخالفاً لموضوعه الحقيقي.

4- سياسة القناة: تعتبر سياسة القناة صفة هامة من صفات الخبر فهناك الكثير من الأخبار التي

تثبتها بعض القنوات كونها لا تتماشى مع سياسة القناة وتوجهاتها الإعلامية، في حين أن هناك بعض

القنوات تتهاوت على بعض الأخبار لأنها تدعم سياستها وتوجهاتها الإعلامية، من هنا يمكن

ملاحظة الاختلافات بين الأخبار التي تثبتتها أكثر من قناة فضائية، فهناك قناة تركز على خبر معين

في حين هناك قناة أخرى قد تجعله آخر الأخبار أو تهمشه أو قد لا تثبته نهائياً". (الميتي، 2008،

ص26-27).

5- "التوازن: ويعني عرض وجهات النظر المختلفة حيال القصة الإخبارية عرضاً متوازناً يتيح له فرصة

الظهور بشكل متساو دون الميل لوجه نظر معينة أو لحقيقة على أخرى، حتى يتسنى للجمهور

الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية أو إحدى الأحداث.

6- الحياد: ويمكن تعريف الحياد بأنه التناول غير المنحاز للموضوعات الإخبارية من وقائع وأحداث

بشكل يتيح لها فرصة التغطية المتساوية في الوسائل الإعلامية للتعبير عن مضامينها التي تنسجم مع

أهميتها الإخبارية المعروفة والحياد يفترض بقاء ميول المحررين الشخصية خارج النص بدلا من التدخل

والمشاركة، واحترام قدسية الخبر وجعله خالياً من آراء الصحفيين". (الجميل، العاني، 2012، ص243-

244).

رابعاً: القوالب الخبرية الصحفية

تتعدد القوالب الفنية لكتابة الأخبار ومن بين هذه القوالب نذكر:

1- قالب الهرم المقلوب: "واحد من بين أشكال الأخبار بساطة، ويستخدم كثيراً في الأخبار الجادة

أو الساخنة، هذه البنية تقوم على استهلال تلخيصي يطرح النقطة المركزية، يتبعه نقاط مدعمة في

تدرج تنازلي الأهمية.

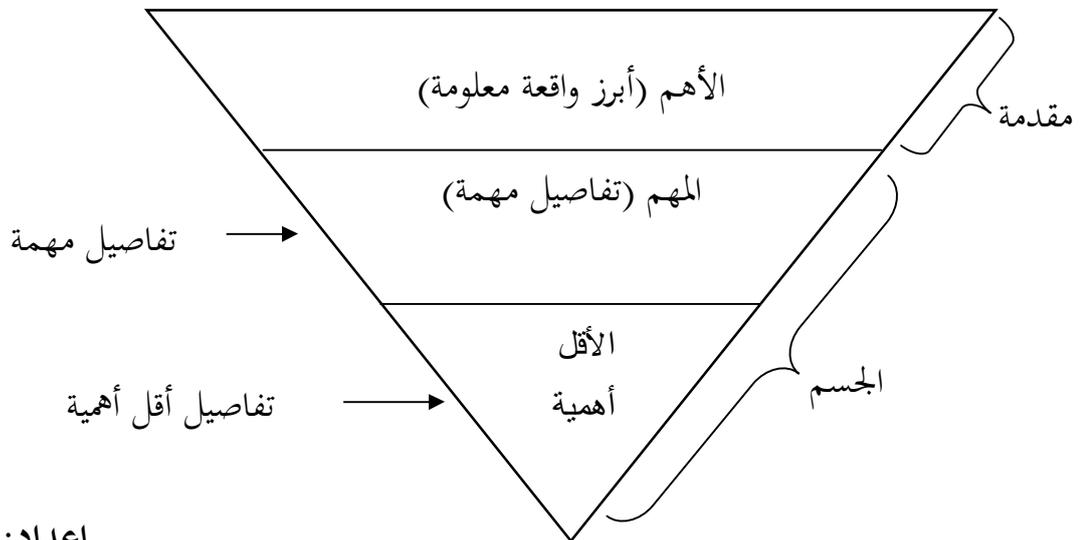
إن ميزة هذا القالب أن القارئ يحصل بسرعة على المعلومات المهمة جداً، كما أنه البنية

الأساسية للأخبار المفاجئة حيث يجد القراء أمامهم اختيارات غير محددة، ويحققون سيطرة على اختيار

موضوعاتهم، وهو طريقة مفيدة تدع القراء يقررون مباشرة ما إذا كانوا متشوقين للخبر".

(ريتش، 2002، ص 268-270).

الشكل الآتي يوضح بنية قالب الهرم المقلوب:

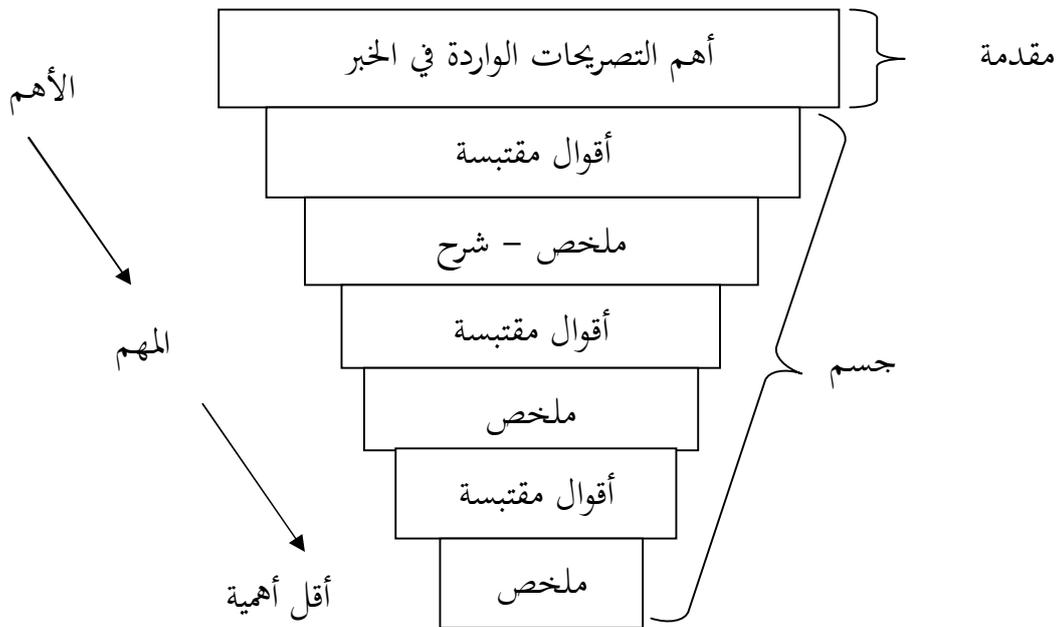


إعداد: الطالبتين

2- قالب الهرم المقلوب المتدرج: "يأخذ هذا القالب شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانبا من جوانب الخبر وبين فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر ليؤكد ما سبق وشرحته الفقرة السابقة على ترتيب المعلومات حسب الأهمية بدء من التصريح الأهم ثم المهم ثم الأقل أهمية.

وهذا القالب هم الأصلح لنشر الأخبار القائمة على سرد التصريحات في المؤتمرات الصحفية أو الخطب أو البيانات السياسية ويمكن أيضا استخدامه في الأخبار البسيطة المركبة". (ناجي، مرجع سبق ذكره، ص 47-48).

الشكل الآتي يوضح بنية قالب الهرم المقلوب المتدرج:

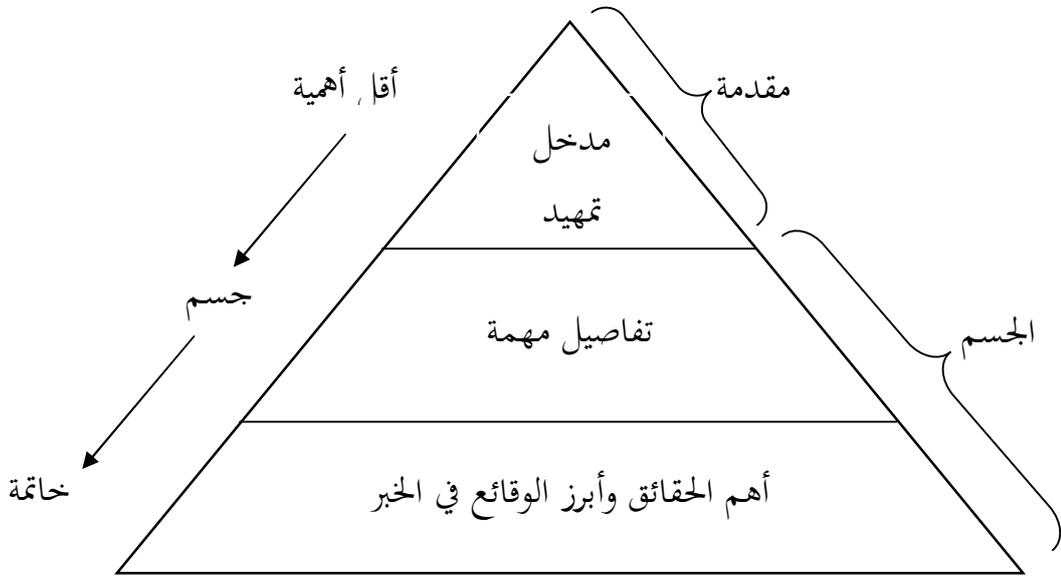


إعداد: الطالبتين

3- قالب الهرم المعتدل: "وينقسم هذا النوع من القوالب إلى ثلاثة أجزاء، وهي عبارة عن مقدمة تشكل مدخلا يمهّد للموضوع ويجذب القارئ إليه ثم جسم الخبر يضم تفاصيل تتدرج من الأقل أهمية إلى المهم، لتأتي خاتمة الخبر والتي تقدم أم ما في الخبر.

ويكثر استخدام قالب الهرم المعتدل في القصص العاطفية والقضايا الإنسانية". (بتصرف).

الشكل الآتي يوضح بنية قالب الهرم المعتدل:



إعداد: الطالبتين

خامسا: تقسيمات الخبر الصحفي

"ترد تقسيمات الخبر تبعا للمعايير التي تقسمه إليها ويمكن أن تدخل جميع العناصر في خبر واحد أو أكثر من تقسيم في نفس الخبر، وهذا يعتمد على كيفية كتابة الخبر الصحفي وهناك تقسيمات عدة للخبر منها:

❖ تقسيم الخبر وفقا للوسيلة:

أي تصنيف الخبر وفقا للوسيلة الإعلامية التي تحمل هذه الأخبار وتقوم بجمع الأخبار ونقلها للجمهور.

- 1- الخبر المطبوع (الصحفي).
- 2- الخبر المسموع (الإذاعي).
- 3- الخبر المرئي (التلفزيون).
- 4- الخبر الإلكتروني.

- **الخبر الصحفي:** هو الذي تتم تغطيته بواسطة المراسلين وقد يرفق معه بعض الصور للإثبات، ويتحمل الخبر الصحفي الإسهاب في التفاصيل كما لا يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة لدى فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي، أما قارئ هذا الخبر يمثل الوقت الكافي لقراءته ومراجعتها متى يشاء لأنه مطبوع ومحفوظ على الورق.

- الخبر الإذاعي: هنا يتحتم على كاتب الخبر أن يكتبه بعبارات سلسلة خالية من أي ألفاظ معقدة ويمتاز بجمل قصيرة كي يمله السامع.

- الخبر التلفزيوني: هو الذي تتم تغطيته بتصوير الفيديو ويتطلب مهارة وسرعة في النقل والنشر ونية يفتخر بعض العاملين بالصحافة بما يسمى (السبق الصحفي)". (الختو، مرجع سبق ذكره، ص 82-83).

- الخبر الإلكتروني: "إن التطور التكنولوجي أثر بشكل كبير في أشكال تحرير الخبر الصحفي، فقد يطرح سؤال هل تلك المعلومات المقدمة بشكل متقطع على شاشات القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية تعتبر أخبار أم لا، فيمكن القول أن هناك ما يسمى:

1- الخبر القصير: والذي هو مؤلف من بضعة أسطر ولا يحمل عنوانا (Brève press).

2- الخبر العاجل: (Flash) وهو الخبر الموجز المهم، إذاعي تلفزيوني والذي يقدم تفاصيله لاحقا.

3- النبأ العاجل: (Bulletin) برقية قصيرة تلخص في بضعة أسطر خبرا مهما.

ويمكن الحديث عن الخبر الإلكتروني انطلاقا من النصيحة التي قدمها الإعلامي (فانك) لمحري الخبر الإذاعي والتلفزيوني فيقول (إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة أحذفها...، وإذا لم تضيف الجملة في توصيل المعلومة شيئا أحذفها... الحشو ما هو إلا إعادة للتفكير ولا تحاول أن تكتب كل

شيء متوفر عن شخص أو حدث أو فكرة إنك لا تستطيع ذلك، وإذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك).

وبهذه الكلمات لخص (فانك) القاعدة الأساسية في التحرير وهي الإيجاز وحسن الاختيار ومراعاة ورغبة الجمهور وطبيعته، فالمرحور الناجح هو الذي يهذب النص الإخباري ليلقى على ما هو ممتع ومهم، فتحرير الخبر الإلكتروني يبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات وهذه عملية أسلوبية تحتاج من المرر إلى مهارة لغوية عالية وذوق فني وحس صحفي بطبائع جمهور الأخبار". (ساعد، 2012، ص62-63).

ومن تقسيمات الخبر كذلك نذكر:

#### ❖ أنواع الأخبار حسب التقسيم الجغرافي:

ومعيار هذا التقسيم هو مكان حدوث الخبر أو موطنه وهو في الوقت نفسه موطن صدور الجريدة ومقرها، وحسب هذا المعيار هناك نوعان من الأخبار:

1- الأخبار الداخلية أو المحلية: وهي الأخبار التي تقع في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

2- الأخبار الخارجية: وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

❖ التقسيم الموضوعي بالنسبة للخبر:

وموضوع الخبر هنا هو معيار التقسيم، فهناك الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية والرياضية والفنية والأدبية والثقافية والعسكرية والعملية وغيرها من الأخبار تبعا لنوع الوقائع التي يعرضها الخبر.

❖ التقسيم الزمني للخبر:

ويقوم هذا التقسيم على أساس الوقت الذي يقع فيه الحدث ومن ثم ينقسم إلى نوعين:

1- أخبار متوقعة: وتلك هي الأخبار التي يعلم المندوب بوقوعها مقدما من حيث مكان وموعد حدوثها.

2- أخبار غير متوقعة: وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئا ولا يتوقع حدوثها، أي تلك الأخبار التي تحدث فجأة مثل أخبار الكوارث والحوادث". (القيسي، 2013، ص47).

❖ تصنيفات أخرى للأخبار:

وضع بعض أساتذة الإعلام تصنيفات فرعية أخرى للأخبار اعتمادا على التصنيفات الأساسية

السابقة، ومن أمثلة هذه التصنيفات:

1- "الخبر الجاهز والخبر المبدع: وذلك على أساس أن الأول هو الذي يحصل عليه الصحفي من مصادر جاهزة ومكتوبة كالتقارير والنشرات والدوريات العلمية، أما الخبر المبدع فهو الذي يبذل الصحفي جهدا للحصول عليه واستكمالها.

2- الخبر السلبي والخبر الإيجابي: على أساس أن الخبر المتوقع والجاهز في نفس الوقت هو خبر سلبي لأنه لا يضيف جديدا من جانب، ومأخوذ من مصادر مكتبية كالنشرات والكتب والمطبوعات من جانب آخر، أما الخبر المتوقع والمبدع فهو خبر إيجابي لأنه يضيف جديدا، ومأخوذ من مصادر حية.

وبين هذين النوعين يأتي الخير الذي يجمع بين الإيجابية والسلبية، أي الذي يتضمن معلومات متوقعة وغير متوقعة.

ويعتمد على مصادر مكتبية ومصادر حية في نفس الوقت". (نصر، عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص64).

3- "الخبر الجاد والخبر الخفيف: وهذا التقسيم على معيار طبيعة الخبر، فالخبر الخفيف هو الخبر الطريف الذي يهدف في المقام الأول إلى تسلية القارئ وإثارة انتباهه، ومن ذلك الأخبار الرياضية والفنية والحوادث والعواطف.

أما الخبر الجاد فهو الخبر الذي يؤثر في حياة الأفراد ويتعلق بموضوعات جادة مثل الأخبار السياسية والاقتصادية وغيرها من الأخبار الحياتية الأخرى". (القيسي، المرجع السابق، ص48).

"وتعرف الأخبار الجادة باسم Hard News بينما تعرف الأخبار الخفيفة باسم Soft News وتحاول وسيلة الإعلام أن تلبي حاجة القراء إلى النوعين من الأخبار وإن كانت الغلبة في الصحف العامة ونشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية للأخبار الجادة على حساب الأخبار الخفيفة، ويرتبط هذا التصنيف بتصنيف وسائل الإعلام حسب سياستها التحريرية إلى وسائل محافظة تركز على الأخبار الجادة، ووسائل تفسح مجالاً للأخبار الخفيفة، وصحف معتدلة تجمع بين النوعين.

4- **الخبر المجرد والخبر المفسر:** على أساس أن الخبر يصبح مجرداً إذا لم يدعمه الصحفي بمعلومات إضافية تشرح تفاصيله وتوضح أبعاده ودلالاته. فالخبر الذي لا يتضمن سوى سرد للوقائع والأحداث والمعلومات هو خبر مجرد، وعلى العكس يكون الخبر المفسر، أي الذي يتضمن تفسيراً موضوعياً وليس ذاتياً للحدث.

5- **الخبر الموضوعي والخبر الملون:** ويعني هذا التصنيف بمدى تدخل الصحفي أو الصحفية في الخبر. فإذا انعدم هذا التدخل كان الخبر موضوعياً، أي أمين في نقل المعلومات وتصوير الأحداث، أما إذا تم التدخل كان الخبر ملوناً". (نصر، عبد الرحمن، المرجع السابق، ص65-66).

سادسا: القيم الخبرية الصحفية

هي معيار من معايير المفاضلة بين خبر وآخر، لا يقوم على أساس توفر أكبر عدد من القيم الخبرية في الخبر، وإنما على أساس قيمة ووزن كل قيمة من القيم الخبرية المكونة للخبر.

ويمكن تحديد أبرز قيم الخبر على النحو الآتي:

- 1- الأهمية **Importance**: "إن أهمية الخبر مرهونة بوقوعه على الناس وبارتباطه بالأحداث الجارية وبقربه المكاني، وبذلك فهي قيمة ناتجة من اتحاد مجموعة من القيم الأخرى، ولكنها مع ذلك تمتلك قدرا كبيرا من التميز عن القيم الأخرى، وأبرز ما يميزها هو أنها تحمل في مضمونها معنى جادا، وكلما زادت القيمة الإخبارية لحادث من الحوادث زاد اهتمام الناس به ومن ثم زادت أهميته.
- 2- الصراع **Conflict**: ويقوم في الأحداث التي تعكس صداما بين الأشخاص أو المؤسسات أو الدول بحيث تكتسب قيمة إخبارية.

ويمثل الصراع نزعة إنسانية أو غريزة بشرية لا يمكن إنكارها، ويعطي للحياة طابعها الدرامي، والحياة قائمة عليه، وهو يشكل إحدى مركز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان، لذلك نجد أخبار الحروب والتوترات والانقلابات والانتخابات تحظى باهتمام كبير من قبل الناس لأنها تشبع نزعتهم الإنسانية في هذا الجانب الدرامي من الحياة والذي له أشكال متعددة من العلاقة بحياتهم ومستقبلهم.

3- الجدة أو الحالية **Newness**: إذا كان الخبر هو معلومات عن حدث وقع، فإن الجدة أو الحالية من بين ما تعنيه فورية تقديم المعلومات عن الحادث وفي أسرع وقت ممكن. إذ ينتظر مشاهد والتلفزيون الأخبار الجديدة أو معرفة أحدث خبر، ولا سيما في أوقات الأزمات التي يرغبون بتتبع آخر تطوراتها.

وبذلك فإن هذه القيمة تعني أن دور الخبر حول حدث راهن وآني وأن يقدم وقائع ومعلومات جديدة عنه". (الجميلي، العاني، 2014، ص141-144).

إن الأحداث الماضية التي لم تنتشر لا يعني أنها غير صالحة للنشر أو أنها ليست مادة صحفية، بل أن هناك أخبار تفرض نفسها للنشر خاص إذا كانت تتعلق بقضايا المجتمع وتخص الرأي العام.

4- القرب **Proximity**: "ومن خصائص الأخبار أن يكون الخبر مهما بالنسبة للمتلقين المحليين لأنه وقع قريبا من مدينتهم أو قريبا من وطنهم، إن الناس يهتمون بما يجري على مقربة منهم أكثر مما يجري بعيدا عنهم ويؤثر في غيرهم، لأن الناس يميلون إلى الاهتمام بقربائهم وأبناء وطنهم وجيرانهم، ومن هنا تصيح الأحداث القريبة أو المحلية أولى بالاهتمام الإخباري عن الأحداث البعيدة حتى أن الحادثة المحلية تزداد أهميتها عن مثيلاتها لأنه كلما بعد مركز الحوادث قلق رغبة الإنسان في تتبعها باهتمام". (عبد الرزاق، الساموك، 2012، ص93).

5- الشهرة أو البروز **Prominence**: "وهي قيمة إخبارية تركز على قاعدة صحفية أساسية مفادها أن الأسماء هي التي تصنع الأخبار، وتقوم في الأخبار التي تعتمد على حركات وأفعال وأحداث تصنعها الأسماء الكبيرة أو الشخصيات ذات الشهرة العريضة، وتمتد لتشمل الأخبار التي تتعلق بالأمكان البارزة والأشياء والقضايا الشهيرة. وتؤثر شهرة الأسماء الواردة في الأخبار في تفصيل خبر عن آخر، وكلما كانت الأسماء (الأشخاص أو أماكن أو أشياء أو قضايا) مشهورة ومعروفة كلما كانت فرصة نشر الخبر أكبر.

6- الوقت **Timeliness**: "يقصد بقيمة التوقيت الزمني الذي يقع فيه الحدث نفسه، فتوقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة ويجعله محط اهتمام أكبر عدد من المتلقين، وقد يحدث العكس، أي يقلل من هذه الأهمية أو يلغيها تماما". (الجميلي، العاني، المرجع السابق، ص146).

7- الاهتمامات الإنسانية: **Humaninterest**: "يجذب الناس الاطلاع على أخبار الآخرين الذين لديهم مشكلات أو تجارب أو إنجازات خاصة هذه الأخبار قد تكون صورا ذهنية... إن الأهمية في الخبر هي عنصر غير مستقل بمفرده ويشترك مع عوامل أخرى في خلق الإحساس بالأهمية عند الجمهور، وهو تابع عن اتحاد عناصر عدة مثل المصلحة والفائدة والصراع قد يقود غلى الحكم بالأهمية، وكذلك فن التشويق والمكانية قد يشتركان في إثارة الاهتمام بالأخبار." (عبد الرزاق، الساموك، المرجع السابق، ص93).

8-الإثارة **Exitment**: "تشير الإثارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة غلى لفت انتباه المتلقي، فهي مزيج من الغرابة والتشويق وجذب الانتباه، ولكن الذي يميزها عن الغرابة والتشويق، هو إنها تنصب على مخاطبة الغرائز البشرية وتنطوي أخبارها على قدر غير قليل من تجسيد الحدث وتضخيمه والاهتمام بإبراز كل عناصره من التركيز على الجوانب الدرامية فيه.

9-الضخامة **Numbers or size**: الأحداث الضخمة هي الأحداث الكبيرة التي يتأثر أكبر عدد ممكن من الناس، وبذلك فإن الضخامة كقيمة إخبارية تستمد هذه الصفة من حيث ارتباط الواقعة أو الحادثة التي يدور حولها الخبر بإثارة، اهتمام أكبر عدد من الناس، وكلما تعلق الخبر بحدث مهم وضخم زادت أهميته الإخبارية". (الجميلي، العاني، المرجع السابق، ص148-150).

10-الفائدة أو المصلحة **Personal Benefit**: "الفائدة هنا تعني بنشر أخبار تحمل في مضامينها منافع شخصية أو عامة للجمهور، إلا أن تشكل نقطة سلبية على الوسيلة الإعلامية التي قد تعدها قيمة إخبارية مهمة إذا ما تحولت إلى وسيلة للدعاية السياسية للحكومات". (عبد الرزاق، الساموك، المرجع السابق، ص99).

وقد تكون الضخامة كمية، وقد تكون نوعية، وتتوافر الضخامة الكمية في الخبر إذا كان يمس أكبر عدد من الأفراد أو الأشياء، وتتوافر الضخامة النوعية إذا كان الخبر يمس مرفقا حيويا يهم الجميع أو يمس مشكلة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وكلما زاد حجم الشخصيات أو حجم الأرقام

كلما اكتسب الخبر قيمة إضافة. وضخامة الحدث تستمد هذه الضفة من حيث اهتمام الناس بها بصرف النظر عن موقع حدوثه سواء كان داخليا أم خارجيا.

**11- الغرابة أو الطرافة Novelty Humor:** "وهي القيمة التي تركز على الجانب غير المألوف في مضمون الخبر، بما فيه من غرابة أو طرافة وندرة.

وتحرص النشرات الإخبارية على بث أخبار الغرابة والطرافة للتخفيف من الطابع الجدي للأخبار السياسية والاقتصادية وتسلية المتلقي والترفيه عنه ولشد انتباهه، لمتابعة بقية المواد البراجمية.

وعلى القائم بالاتصال أن يضع خطأ بين ما يصلح خبرا والأحداث الغريبة وما لا يصلح منها لافتقاره إلى الجدارة الخبرية.

**12- التوقع والنتائج Consequence:** وتوجد في الأخبار التي تتناول أحداثها الكثير من العواقب والنتائج على عدد كبير من الناس، وما يوحي به الخبر والاحتمالات التي يثيرها في أذهان المتلقين من جراء نشره، يعد من مقاييس أهمية الخبر التي تسهم في انتقائه وإعطائه الأولوية على غيره من الأحداث". (الجميلي، العاني، المرجع السابق، ص151).

سابعاً: الخبر الصحفي الإلكتروني وأهميته

### 7-1- مفهوم الخبر الإلكتروني:

"يدل على الأخبار التي يتم بثها على المواقع الإلكترونية والمواقع الإخبارية المختلفة والمواقع التلفزيونية والإذاعية على الشبكة وعلى مدار الساعة، تخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة، لتتمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتزويده بالصور والخلفيات، وبالإضافة إلى ربطها بالأحداث المتشابهة وقواعد البيانات والمعلومات وعليه فإن الخبر الإلكتروني هو تقرير عن الحادث يهم الجمهور بمعرفته".

(<http://pulpit.alwatanvoice.com-18/04/2018-16:29>)

"يشير مفهوم الخبر الإلكتروني إلى الأخبار التي يتم نشرها على مواقع الصحف الإلكترونية، ومواقع الإذاعة والتلفزيون والمواقع الإخبارية المتنوعة على شبكة الأنترنت".

(<http://elearn.univ.ouragla.dz-06/03/2018-19:24>)

### 7-2- أهمية الخبر الإلكتروني:

للخبر الإلكتروني أهمية تختلف عن بقية الأخبار وتتمثل هذه الأهمية في:

- "تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار، إذ يشمل الخبر الإلكتروني الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع إلى الخبر صوتياً.

- تعدد المصادر وتنوعها، إذ يكون المستخدم مكرها، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض إلى مختلف الروايات في الحدث الواحد.
- التحديث المستمر للأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الويب.
- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام التصنيف الإلكتروني (خريطة الموقع) المستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإلكترونية.
- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى والتي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر.
- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد". (الدليمي، 2011، ص 252-254)

### 7-3- مميزات الخبر الإلكتروني

من مميزات الخبر الإلكتروني نذكر ما يلي:

- "تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو في حال الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بكل الوسائط السابقة، إذ

يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبر صوتياً.

- تعدد المصادر وتنوعها، إذ لا يكون المستخدم مكرها كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة، وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع لتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد.

- التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.

- البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الأنترنت.

- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المتشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى، وتقديم إضافات

أكثر وخلفيات عن الأحداث والشخصيات والأماكن الواردة في الخبر". (كنعان، 2014، ص 92).

ثامنا: قواعد جمع الأخبار الإلكترونية وتحريها

لكتابة خبر معين لابد من القيام بتغطيته من جميع أبعاده وهذا ينطوي ضمن التغطية الخبرية التي تعني جمع المعلومات الكافية والتفاصيل الدقيقة لحدث معين والإحاطة بكل زواياه لتحويله إلى خبر صالح للنشر للإجابة على استفسارات المتلقى من خلال الأسئلة الستة المكونة للخبر (من؟ متى؟ ماذا؟ لماذا؟ أين؟ وكيف؟)

لكتابة أي خبر لابد على كل محرر الالتزام بجملة من القواعد ومن بينها ما يلي:

1- "مادة مناسبة تتعلق بالوقائع مأخوذة من ملاحظة شخصية.

2- الاعتماد على مصادر مطلقة ومسؤولة للحصول على معلومات إضافية". (الحمادي، 2012، ص 17)

3- "أن يعطي الموضوع حجمه الطبيعي دون تمويل أو إنقاص وتناوله بموضوعية". (الدليمي، 2012، ص 63).

أما الأخبار الإلكترونية فلا بد على كل محرريها الالتزام بجملة من القواعد حتى وإن كان هذا المحرر مواطنا نذكرها كالآتي:

1- "تكون الجملة قصيرة جدا في الأسلوب الإلكتروني.

2- في الخبر الإلكتروني يكون الفعل قريبا من فاعله قدر الإمكان.

3-التعريف بالأشخاص القائمين بذكر الأسماء والوظائف والأعمار يأتي قبل الاسم في الأخبار الالكترونية".(خليل، 2015، ص128).

حتى يكون الخبر ممتع ومهم لا بد من الالتزام بجملته من القواعد وهي كالاتي:

1- "استخدام لغة سهلة.

2- تقديم صورة وأمثلة واقتباسات.

3- تقديم ما يتعلق بالإنسان ويهمه.

4- استخدام أسلوب مناسب". (الحمداي، المرجع السابق، ص 18).

"فمثلا في التعامل مع أخبار الشخصيات يجب أن تكون هناك حدود معينة تميز المستويات الوظيفية لهذه الشخصيات والصيغة التي تتناول فيها خبرا يتعلق بأحد المسؤولين مثلا ليست نفسها التي تتناول بها مواطنا آخر." (الدليمي، 2012 المرجع السابق، ص 63).

ويمكن إجمال قواعد تحرير الخبر الالكتروني في النقاط الأساسية الآتية :

1-"التحقق من المعلومات.

2-معرفة القانون.

3-التحرير من أجل المشاهد والقارئ.

4-التأكد من عدم الانحياز".(خليل، المرجع السابق، ص131).

❖ مهام محرر الخبر الإلكتروني:

يمكن إجمال مهمة محرر الخبر الإلكتروني في النقاط الأساسية الآتية:

1- "التحقق من المعلومات.

2- معرفة القانون.

3- التحرير من أجل المستمع والمشاهد.

4- التأكد من عدم الإنجاز.

5- إدراك دور المذيع ومتطلباته.

6- فهم المرئيات". (ساعد، مرجع سبق ذكره، ص 63).

تاسعا: أخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني

لابد على كل من يكتب أي خبر إلكتروني أن يلتزم بأخلاقيات نحددها في النقاط التالية:

- "أن ندرك بأن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمائته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.

- توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.

- أن يسعى وبإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها وعلى أكمل وجه دون تشويه من اجتناب تضارب المصالح.

- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى دون سرقة من الغير ودون كذب.

- عدم التلاعب بالصور والأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها.

- التعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأن يظهر تعاطفا خاصا مع ضحايا الجرائم والمآسي والأطفال.

- التعرف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك ويمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها، وفي هذه الحالة يجب عليه الالتزام بحماية المصدر السري.

- أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير ومتجنباً التقنيات التي تشوه الحقائق، وتزور الواقع، وتخلق إثارة من الأحداث مع الإشارة إلى الرأي والتعليق.

- أن يشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقية واستقلالية الأخبار.

- جمع ونقل الأخبار دون خوف أو تفضيل ومقاومة بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية، من ضمنها المعلنين ومصادر المعلومات وعناصر الخبر والأفراد ذوي النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة". (الشميلة، اللحام، كافي، الإعلام الرقمي الجديد، 2015، مرجع سبق ذكره، ص 102-103).

خلاصة الفصل:

تمثل الأخبار جانبا مهما في العالم الإعلامي في عالمنا المعاصر، وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم التطور الهائل الذي تشهده وسائل الإعلام في وقتنا الراهن، كما أحدثت نقلة نوعية في مجال نقل الأخبار، وأصبح للخبر الإلكتروني دورا فعالا في وصول الخبر للأفراد بسرعة فائقة وفي أقصر وقت ممكن.

مراجع الفصل:

الكتب:

- 1- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل. (2012). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الأولى). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 2- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل. (2014). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الثانية). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 3- جواد، عبد الستار. كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة: ريتش، كارول. (2002). (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 4- الحتو، محمد سلمان. (2012). مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 5- الحمداني، بشرى حسين. (2012). التغطية الصحفية الاستقصائية. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 6- خليل، لؤي سعيد. (2010). الإعلام الصحفي. (الطبعة الأولى). عمان. دار أسامة للنشر.
- 7- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. (الطبعة الأولى). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

- 8- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). **الخبر في وسائل الإعلام**. (الطبعة الأولى). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 9- ساعد، ساعد. (2012). **فنيات التحرير الصحفي**. الجزائر: دار الكتب والوثائق القومية.
- 10- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزة، كافي محمد مصطفى يوسف. (2015). **الصحافة الإلكترونية الرقمية**. (الطبعة الأولى). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 11- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزة، كافي محمد مصطفى يوسف. (2015). **الإعلام الرقمي الجديد**. (الطبعة الأولى): دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 12- عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، الساموك، هند حسام. (2011). **الإعلام الجديد طور الأداء والوسيلة والوظيفة**. (الطبعة الأولى). بغداد: دار الجامعة للطباعة والنشر والترجمة.
- 13- عبد النبي، عبد الفتاح إبراهيم. **سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار**. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 14- القيسي، جمال عبد ناموس. (2013). **الأخبار في الصحافة الإلكترونية العربية وإيلاف نموذجاً**. (الطبعة الأولى). عمان: دار النفاس للنشر والتوزيع.
- 15- كنعان، علي عبد الفتاح. (2014). **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**. (الطبعة العربية). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

16- نصر، عبد الرحمن، حسني محمد، سناء. (2012). التحرير الصحفي في عصر المعلومات.

(الطبعة الأولى). العين الإمارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي.

17- الهيتي، هثيم هادي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات. (الطبعة

الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

### المواقع الإلكترونية:

- 1- <http://elearn.univ.ourgla.dz-06/03/2018-19:24>
- 2- <https://pulpit.alwatanvoice.com-18/04/2018-16:29>
- 3- [www.startimes.com-08/03/2018-22:13](http://www.startimes.com-08/03/2018-22:13)

## الفصل الثالث:

# مواقع التواصل الإجتماعي

### تمهيد:

مع التطور الهائل لوسائل الإعلام و ظهور ما يسمى بالثورة التكنولوجية ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر منظومة من الشبكات الالكترونية والتي تعد فضاء واسعا تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي كما تسمح لكل مستخدم بالعرف على الأصدقاء في كل أنحاء العالم و تبادل المعارف و المعلومات فيما بينهم، كما يعتبر مجالا ينشر فيه الأفراد مختلف الأخبار وبكل حرية، و تتعدد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ونذكر منها فيس بوك الذي يعتبر من بين أكبر الشبكات الاجتماعية استعمالا في العالم وذلك لأنه أصبح منبرا افتراضيا للالتقاء والتعبير بكل حرية ودون أية قيود.

وقد تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها ومجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها، وقد خصصنا موقع فيس بوك لأنه يخدم موضوعنا حيث تطرقنا إلى ماهية الفيس بوك وخصائصه، وموقع فيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار، كما سلطنا الضوء على إيجابيات وسلبيات الفيس بوك.

أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

"ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت في بداية الأمر خاصة بزملاء الدراسة، وكان أول موقع للتواصل الاجتماعي بين طلاب المدارس الأمريكية يعرف بموقع classmates.com وذلك في عام 1995".

( <http://mawdoo3.com-11/02/2018-23:15> ) .

"وتتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع sixdegrees.com وكان ذلك في خريف عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عام التواصل الاجتماعي بدون حدود". ( <http://keneneonline.com-06/03/2018-11:09> ) .

"ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم". (الشميلة، اللحام، كافي، الصحافة الإلكترونية الرقمية، 2015، ص 20).

ثانيا: مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات منها:

1- العالمية: "حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتحطم فيها الحدود الدولية، فيستطيع الفرد في

الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة وسهولة.

2- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ وهو مرسل و كاتب ومشارك لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي

حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين والقراء.

3- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لث عمله وتعليم الناس،

والكاتب للتواصل مع القراء وهكذا.

4- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم الحروف، والرموز والصور التي تسهل

للمستخدم التفاعل.

5- التوفير والاقتصادية: في الجهد، والوقت، والمال في ظل المجانية الاشتراكية والتسجيل، فالفرد

البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة للتواصل الاجتماعي، فهي ليست حكرا على أصحاب

الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى". (لكحل، زايد، 2017، ص 36-37).

6- "كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في

مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والاجتماعية والسياسية، وإن

هذه المواقع نتاج للثروة التكنولوجية، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراد دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلبيًا على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأى أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي ستؤديه، فإما أن يكون فعالاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله أو فعالاً سيئاً يضر بالفاعل ومن حوله، وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل الاجتماعي وسر انتشارها يكمن في حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها". (المنصور، 2012، ص 84).

7- "يتحول المسوقون بشكل عام إلى وسائل الإعلام الاجتماعية كوسيلة منخفضة التكلفة، حيث يحتمل أن يكون لها أثر كبير في عملية الترويج للمنتجات والخدمات". (القنذلي، 2013، ص 341).

### ثالثاً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من الأنواع والتصنيفات لشبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في مختلف أنحاء العالم والتي لا تزال حتى في وقتنا الحالي في توسع وانتشار سريع، ويمكن تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي في حسب الهدف من إنشائها والخدمات التي تقدمها إلى ثلاث أنواع:

#### 1- "مواقع شخصية:

لأفراد أو أشخاص ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل فيسبوك

وتويتر.

2- مواقع ثقافية:

تختص بنشاط فني معين وتربط المهتمين بموضوع أو تخصص معين مثل: /the librarything/

europeanlibrary

3- مواقع مهنية:

وهي التي تنشأ بواسطة المؤسسات المهنية بغرض تجميع المهتمين بمهنية معينة، مثل: linkedin.

وفي تصنيف آخر لهند البلوشي 2012 التي صنفت أنواع شبكات التواصل الاجتماعي إلى

خمس فئات على الأسس التالية:

- اللغة: من المواقع التي تدعم اللغة العربية.

- التكلفة: بالإضافة إلى المواقع المجانية، هناك بعض مواقع التواصل الاجتماعي تتطلب الإشتراك المدفوع.

- التخصص: وهو نوعين العام والخاص.

-المحتوى: تختلف مواقع التواصل الاجتماعي من حيث محتواها التي تتعدد في النصوص، الصور، الفيديو.

- حجم النص: تتحكم بعض المواقع الاجتماعية بحجم النص المتاح للمشارك المساهم فيه مثل twitter". (بوبكر، 2016، ص 4-5).

#### رابعاً: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

"كشفت دراسة مسحية أجرتها مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية، أن العديد من المواطنين الأمريكيين يتجهون إلى الشبكات الاجتماعية بهدف لوصول إلى معلومات تتعلق بالصحة وأجمع معظمهم أن الموقع الاجتماعي الشهير فيسبوك هو الوجهة أو الخيار الأفضل للحصول على مثل هذه المعلومات، ويشار إلى أن موقع فيسبوك تحول إلى سمة مشتركة لدى الجميع في وقت قصير نسبياً، يستخدمها البعض وخاصة النساء كمرجع وحيد للإطلاع على الأمور التي تهم الجمال وغالبا ما تستفي معلوماتها من مواقع عديدة متخصصة بهذا المجال، ويرى آخري أنهم يستخدمون المواقع الإلكترونية للحصول على ما تريده من معلومات تهم الأسرة وتربية الأطفال وطرق التعامل معهم". (القندلجي، مرجع سبق ذكره، ص 343).

كذلك من بين المجالات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي نذكر:

- التعارف والصدقة: "وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

- إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة: فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

- استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

- الدعاية والإعلان: يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية". (البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 379-381).

- "ويرى آخرون بأنهم يستخدمون مواقع إلكترونية، وخاصة الفيس بوك كوسيلة الإطلاع على كل ما يجري من أحداث سياسية واجتماعية من خلال اشتراكهم بعدد من الصفحات العاملة والناشطة في هذا المجال.

من جانب آخر يشير البعض إلى خطورة الاستقاء من بعض المواقع التي تهدف إلى الترويج عن نفسها وذلك بوضع معلومات غير صحيحة ومبهرجة لجذب انتباه أكبر شريحة من الناس، حيث أصبح موقع فيسبوك أكبر موقع للتواصل الاجتماعي في العالم حيث هناك ما يقرب من 100 مليون مستخدم تمكنوا من الوصول إلى هذا الموقع واعتبار من شهر يونيو عام 2011 أصبح لفيسبوك 750

مليون مستخدم وتمثل الشبكات الاجتماعية ما يقرب من 22% من مجموع الوقت الذي يقضيه المستخدمون على الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية". (الفندلجي، المرجع السابق، ص 344).

### خامسا: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار

عديدة هي أدوار مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك أدوار سياسية، واقتصادية واجتماعية ومن بينها ما توصلت إليها الباحثة بشرى الزاوي:

1- "مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي.

2- يستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحنات العاطفية، ومن ثم أصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.

3- مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي.

4- مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

5- التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الأنترنت، بل ولد في الشارع وجاء الإعلام الجديد مكملاً له". (أمين، 2015، ص 112-113).

وإضافة إلى هذه الأدوار التي توصلت إليها الباحثة نجد أيضاً:

6- "شبكات التواصل الاجتماعي تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء، معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الأخرى، فالأخبار عندما تنشر على الموقع الإلكتروني فإنها تمكن الأشخاص من التفاعل معها في آنيتها". (عفيفي، 2015، ص 182).

7- "لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيء لبعض الناس في هذه الشبكات". (الديهي، 2015، ص 479).

سادسا: الفيس بوك

6-1- نشأة الفيس بوك:

"أسس الموقع مارك زوكربيج **Mark Zuckerberg** وذلك في عام 2004، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، كان هدفه القيام بتصميم يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم آرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، وسرعان ما لقي هذا الموقع راجا بين الطلبة، واكتسب شعبية واسعة بينهم، المر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق له الدخول إلى الموقع لتشتمل طلبة جامعات أخرى". (أمين، المرجع السابق، ص 114).

"وفي سنة 2007 قرر مارك زوكربيج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي فتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم". (عامر، 2011، ص 205-206).

"حقق الفيس بوك ربحا قدره مليار دولار في عام 2011 حيث تقول سالي دينان Sally Deenan في مجلة النجاح Success في أبريل 2001:

"إذ كان الفيسبوك دولة، فسيكون أكبر ثالث دولة في العالم بعد الصين والهند مباشرة" فقد لقي نجاحا كبيرا في سنوات قليلة بدلا من آلاف السنين". (ربيع، 2015، ص 33).

"ازداد عدد المشتركين بسرعة كبيرة خاصة في منطقتنا العربية، حتى أن المشتركين لم يقتصروا على الكبار وحدهم بل حتى الأطفال والمراهقين الذين افتتح كل واحد منهم صفحة خاصة فيه، لدرجة جعلت البعض يعلقون على هذه الزيادة بإطلاق تعليقات ونكتات". (يعقوب، 2014، ص 21).

## 6-2- خصائص الفيس بوك:

ويتميز الفيس بوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أهمها:

1- "خاصية wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

2- خاصية Pokes أو نكزة (غمزة) تتيح إرسال نكزة إفتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

3- خاصية Status أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقاهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

4- Notes أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمون من جلب أو ربط المدونات". (البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 392-393).

كما أتاحت شبكة فيسبوك مجالاً واسعاً للتواصل بين الأفراد في جميع أنحاء العالم من خلال توفير خدمات الرسائل والدردشة، إضافة إلى أنه أصبح فضاءً للبيع والشراء من خلال الإعلانات التي تعرض على الصفحة.

كما يتميز الفيس بوك بتقديم خدمات كثيرة أبرزها:

1- "مجانية الاشتراك في الفيس بوك.

2- البحث على الأصدقاء القدامى والتعرف عليهم ومراسلتهم.

3- تمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيس بوك يمكنه وضع فيها ما يشاء وكذلك كتابة ما يشاء وتحديد بعض الأشخاص الذين يسمح لهم مشاهدتها أو السماح للجميع بمشاهدتها.

4- وضع صور الخاصة للفرد على صفحته الشخصية وتكوين ألبوم صور خاص به وتحديد من يمكنه رؤيته.

5- وضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها.

6- تكوين مجموعات أو الاشتراك في مجموعات (تحدث عن أمر معين) وبدون أدنى شروط.

7- المحادثة المباشرة مع الأصدقاء.

8- إرسال واستلام الرسائل من الأصدقاء". (البياتي، المرجع السابق، ص 393).

6-3- موقع الفيس بوك كمصدر للحصول على الأخبار:

"لا يتوقف دور الفيسبوك في مجرد ربط الأفراد وإبقاءهم على تواصل دائم فيما بينهم، أو حتى تشكيل اجتماعيتهم على نحو جديد، بل يتسع من خلال الخدمات التي يقدمها والوظائف التي يؤديها إلى اعتباره مصدرا إعلاميا يحصل من خلاله المستخدمون على مجموعة من المعلومات والأخبار التي تختلف تبعا لموضوعها ومضمون المحتوى الإخباري الذي تتضمنه (سياسي، اقتصادي، علمي، ...). وبالتالي يثير الموقع مسألة غاية في الأهمية، وهي قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد المستخدمين بمختلف الأخبار كنتيجة لقدرة الموقع على احتواء كم هائل من المعلومات وتناقلها بين المستخدمين بسرعة وفاعلية ذلك التواصل الاجتماعي في تعزيز الرصيد المعرفي للمستخدمين، وبالتالي فإن الموقع يشكل لدى الكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة، حتى وإن اختلفت الطريقة التي يتم بها الحصول على تلك المعلومات والأخبار أو القوالب التي تتضمن تلك المواد الإعلامية". (مجلة الحكمة، ص 198).

"فقد توصلت دراسة لمصدر رويترز لدراسة الصحافة في بريطانيا إلى أن 51% من المستخدمين يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر الأخبار وأشار التقرير إلى أن الفيسبوك هو الشبكة الأكثر أهمية والأكثر شيوعا بين المستخدمين بنسبة 44% ممن شملتهم الدراسة من حيث قراءة ومشاهدة الأخبار وتبادلها". (<http://arabic.rt.com-07/03/2018-10:28>).

"كما تقول Lindsay Hoffman أستاذة الإعلام والاتصال بجامعة Delaware الأمريكية في دراستها حول موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية، أن هناك شيء واحد مؤكد وهو أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورا كبيرا في الطريقة التي ينشر بها المواطنون الأخبار ويتبادلونها فيما بينهم، كما فرضت تحديا حاسما على وكالات الأنباء في مواكبة العالم الرقمي المتواصل، أين تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ممرا رئيسيا للأخبار". (مجلة الحكمة، المرجع السابق، ص 198-199).

#### 6-4- التآثيرات الناتجة عن الفيس بوك:

##### 6-4-1- إيجابيات الفيس بوك:

"الفيسبوك موقع واسع الانتشار، مرن، سهل الاشتراك حيث أنه مجاني لا يتطلب رسوما مالية، كما أنه سهل الاستخدام، وقادر على الاحتفاظ بكل ما يكتب عليه حسب التاريخ (السنة، والشهر، واليوم، والساعة)، وهو متاح للجميع وبكل اللغات ويضع بين يدي أعضائه كما هائلا من المعلومات، وهو يسهل التحكم حيث أنه يوفر أدوات تعطي المستخدم فرصة التحكم بالخصوصية التي تمنحه تكوين المجتمع الذي يريد حسب توجهاته، وهدفه من الحساب، فإذا كان الهدف علمي فإنه يستطيع استضافة كل من يهتم بهذا المجال وإذا كانت اهتماماته رياضية فإنه يستطيع استضافة المهتمين بهذا المجال كما أن لديه القدرة على الارتباط بمواقع إلكترونية مختلفة من خلال الروابط الإلكترونية التي يتم وضعها على الحائط، إضافة إلى الفيسبوك لا يلزم أعضائه بمكان ووقت محددين

وإنما لهم حرية اختيار الزمان والمكان المناسبين، كما أنه يمكن فتح موقع الفيسبوك من خلال الهواتف الذكية ولا يشترط أم يكون لدى العضو حاسب آلي، ويسهل من خلاله تحميل الصور، والفيديوهات لجميع أعضاء الصفحة، كما أنه قادر على توفير بعض المعلومات عن الآخرين، ويعتبر مصدرا من المصادر الأساسية لنشر المعلومات، والحصول عليها". (الزهراني، 2013، ص 25-26).

#### 6-4-2- سلبيات الفيس بوك:

- "يمكن الفيسبوك الأشخاص من وضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالآداب والأخلاق.
- تضييع الوقت حيث بات الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على موقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه ودون عمل أي توازن بين الضروريات وغيرها.
- الإساءة للذين فقد قام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب بين الأديان على الفيسبوك وذلك عن طريق الإساءة لدين معين أو تشويه صورته بأي وسيلة تتاح له". (بن كران، 2015، ص 173-174).

خلاصة الفصل:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مرجعا لكل المستخدمين وذلك للخصائص التي تتميز بها والسرعة الفائقة في نقل مختلف الأخبار التي تحدث في مختلف أنحاء العالم، وقد ذكرنا من أبرز هذه المواقع موقع فيس بوك الذي يعد واحدا من أكثر المواقع الذي يهتم بنقل الأخبار فور وقوعها.

مراجع الفصل:

الكتب:

- 1- أمين، رضا. (2015). الإعلام الجديد. (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 2- بن كران، سليمان. (2015). الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية. (الطبعة الأولى). عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- 3- البياتي، ياس خضير. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار البداية ناشرون و موزعون.
- 4- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل، (2014). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الثانية)، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 5- الديهي، محي الدين إسماعيل محمد، (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. (الطبعة الأولى). الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية.
- 6- ربيع، هبة. أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة: بول ليفنستون. (2015). (ط1). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 7- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزت كافي، محمد مصطفى يوسف. (2015). الصحافة الإلكترونية، (الطبعة الأولى). عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

- 8- عامر، فتحي. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. (الطبعة الأولى). مصر. العربي للنشر والتوزيع.
- 9- عفيفي، علاء الدين محمد. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- 10- القندلجي، عامر إبراهيم، (2013)، الإعلام والمعلومات والأثرنت. (الطبعة العربية). الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 11- يعقوب، عبد الحليم موسى. (2014). الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية. (الطبعة الأولى). الدار العالمية للنشر والتوزيع.

#### المجلات:

- 1- تومي، عبد القادر، حمدي، محمد عبد الفاتح. (السداسي الثاني 2014). الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة تعنى بالبحوث العلمية في مجال علوم الاتصال والإعلام بكل تخصصاته. العدد السابع والعشرون.

#### الرسائل الجامعية:

- 1- بوبكر، السايح. (2016-05-24). دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات دراسة حالة متعامل قطاع الهاتف النقال بالجزائر موبيليس وكالة ورقلة، مذكرة

منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي، علوم تجارية تسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة: الجزائر.

2- الزهراني، محمد حسن جابر بن عوض. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ورقلة، مذكرة منشورة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيايات الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح: ورقلة.

3- لكحل، حليلة، زايددي، ربيعة. (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية الفيسبوك أنموذجا دراسة ميدانية لمجموعة من المعلمات المتزوجات، مذكرة منشورة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علم اجتماع وديموغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بن ريان عاشور الجلفة: الجزائر.

4- المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجا، رسالة ماجستير منشورة في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية: الدانمارك.

المواقع الإلكترونية:

1- <http://mawdoo3.com-11/02/2018-23:15>

2- <http://kenanaonline.com-06/03/2018-11:09>

3- <http://arabic.rt.com-07/03/2018-10:28>

## الفصل الرابع:

التناول الإعلامي للأخبار في صفحة

جيجل - نيوز -

### تمهيد:

بعد إجراء الدراسة النظرية لموضوع تناول الإعلام للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على كل ما يخص الخبر الصحفي وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها ووظائفها، سنقوم في هذا الفصل بتحليل ومناقشة البيانات المستنبطة بعد عملية تحليل محتوى بعض الأخبار التي تنشرها صفحة جيجل نيوز عبر فيس بوك، وسيتكرر تحليلنا على اللغة المستخدمة وطبيعة الصور والألوان الموظفة في الأخبار إضافة إلى القوالب الصحفية، كذلك نوع الأخبار المنشورة عبر الصفحة، أشكال التفاعل مع المنشورات إضافة إلى الجمهور المستهدف والمصادر المعتمدة في جمع الأخبار، طبيعة الأخبار، فئة الأهداف وفئة القيم.

حيث تضمن هذا الفصل (14) جدولاً تضمن المعايير السابقة الذكر التي تناولناها في استمارة

تحليل المحتوى.

أولاً: التعريف بصفحة جيجل نيوز

افتتحت الصفحة في 01 جوان 2011 يسيرها شباب من مختلف بلديات الولاية تتطرق إلى مختلف المواضيع والأحداث المحلية وحتى الوطنية والدولية وتقوم من حين لآخر بنشر نداءات لمساعدة أشخاص مرضى ومحتاجين حيث تلقى تجاوب كبير من طرف المتابعين، والمقدر عددهم إلى غاية 2018 بأزيد من 345 ألف متابع من مختلف الولايات ومن بلدان أجنبية، وهي الصفحة الأولى من حيث المتابعين على مستوى الولاية.

المصدر: مناقشة هاتفية مع رئيس صفحة جيجل نيوز، يوم 13 مارس، على الساعة: 17:00.

ثانياً: فئات ووحدات التحليل

1-1- البيانات الخاصة بصفحة جيجل نيوز

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وعلى مقدمتها موقع فيسبوك في مجالات عديدة، حيث أصبح فيسبوك فضاء واسعاً لإنشاء صفحات مختلفة يتم من خلالها عرض مختلف الأخبار فور وقوعها، ومن بين هذه الصفحات صفحة جيجل نيوز، والتي هي محل دراستنا.

أنشأت الصفحة في جوان 2011، باسم جيجل نيوز Jijel News .

موقعها: [https:// Twitter.Com/Jijel-News](https://Twitter.Com/Jijel-News)، بلغ عدد مشتركها الصفحة 403914.

وقد اخترنا تواريخ نشر الأخبار الآتية :

جدول رقم (02): يوضح تاريخ نشر الأخبار في صفحة جيجل نيوز

الرقم	اليوم	الشهر	السنة
01	15	فيفري	2018
02	21	فيفري	2018
03	05	مارس	2018
04	24	فيفري	2018
05	08	مارس	2018
06	01	مارس	2018
07	12	مارس	2018
08	26	فيفري	2018
09	02	مارس	2018
10	10	مارس	2018
11	04	مارس	2018
12	17	فيفري	2018

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

من خلال الجدول رقم 02 نقول أن هذه التواريخ قد اخترناها اعتمادا على العينة العشوائية البسيطة، وذلك من 14 فيفري إلى 15 مارس، وقد اخترنا هذه الفترة وفقا لرغبتنا وذلك لأنها سهلت علينا مهمة الرجوع إليها واستخراجها، إضافة إلى أنها تعتبر أخبار جديدة تتلاءم وموضوع الدراسة.

2-1- فئات الشكل: كيف قيل؟

جدول رقم (03): يوضح اللغة المستخدمة في نشر الأخبار في صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	اللغة
50%	06	اللغة العربية الفصحى
00	00	اللغة الفرنسية
00	00	اللهجة العامية
50%	06	مزيج بين العربية والفرنسية
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

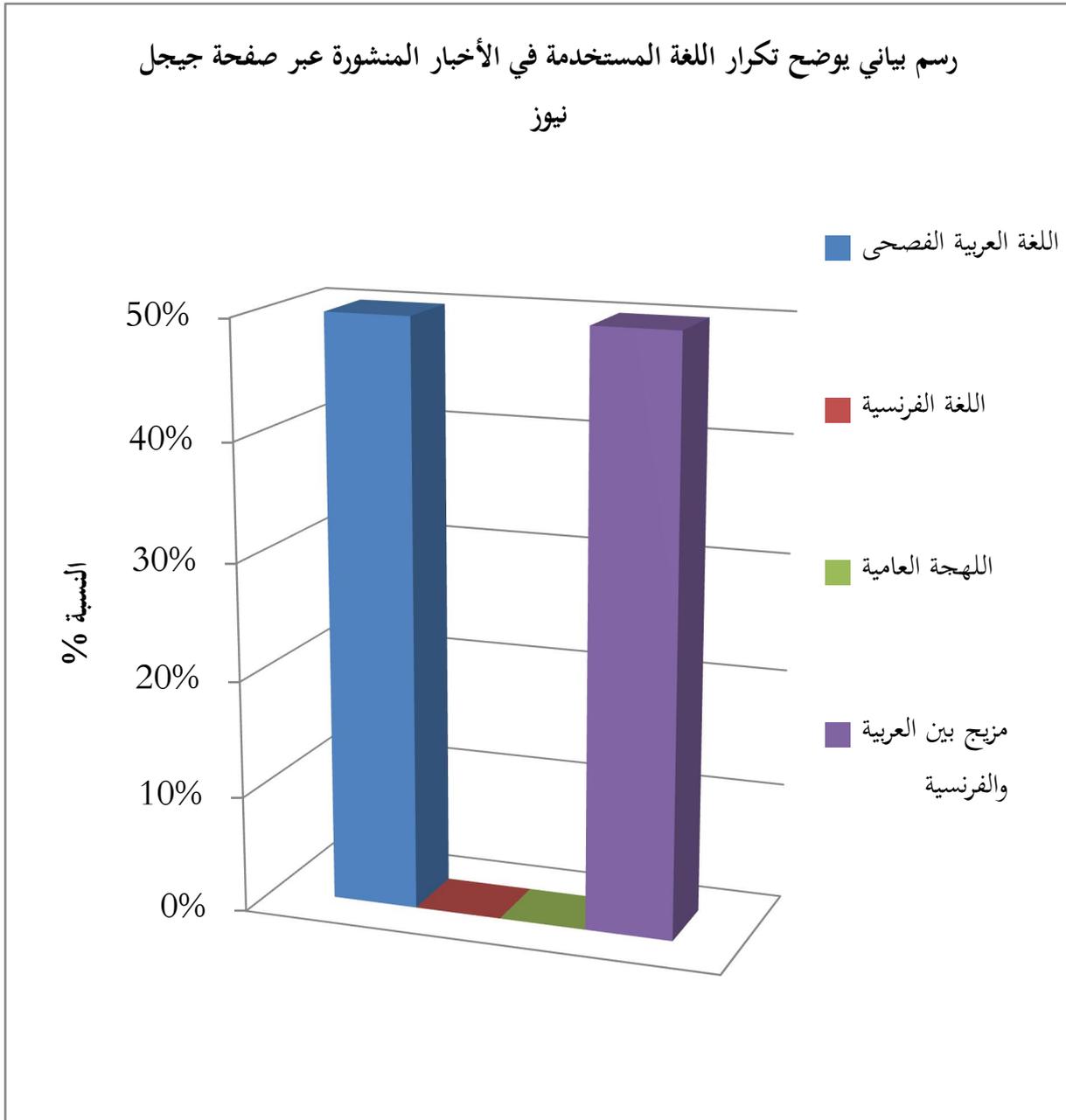
التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (03) من خلال الأرقام الواردة فيه أن اللغة العربية الفصحى واللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية هما الأكثر استخداما في الكتابة عبر صفحة جيجل نيوز والتي تقدر بـ 50% لكل منها.

وبتقديرنا الشخصي يمكن القول أن أغلبية الناشرين للأخبار يرون أن اللغة العربية الفصحى واللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية هما الأكثر قدرة على تبليغ الرسائل الإعلامية للجمهور المستهدف، وذلك أن اللغة العربية الفصحى لغة سهلة الفهم، أما فيما يخص الأخبار الممزوجة بين العربية والفرنسية فهذا راجع إلى وجود فئة في المجتمع الجيجلي يميلون للفرنسية لأنهم درسوا في وقت الحقبة الاستعمارية اللغة الفرنسية، وهذا ما دفع الناشر في صفحة جيجل نيوز المزج بين العربية والفرنسية محاولين توصيل الأخبار للجمهور وهذا ما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم.

أما فيما يخص اللغة الفرنسية واللهجة العامية فقد لاحظنا عدم استخدامهما من طرف الصفحة، وذلك راجع إلى طبيعة الأشخاص الناشرين في الصفحة كونهم جماعة من النخبة لذلك لم يعتمدوا على اللهجة العامية في كتابة الأخبار، ولم يعتمدوا كذلك على اللغة الفرنسية بهدف تحقيق الفهم لكافة المجتمع وليس لفئة معينة مع العلم أنه ليس كل متصفح صفحة جيجل نيوز يفهمون اللغة الفرنسية.

وما يمكنه القول عموماً أن الناشرين في صفحة جيجل نيوز ينتقون اللغة بدقة لكتابة الأخبار ونشرها عبر الصفحة وذلك لمخاطبة جمهورها بنجاح والتأثير عليه.



جدول رقم (04): يوضح طبيعة عرض المادة الخبرية في الصفحة

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المادة
58,33%	07	خبر مجرد
41,66%	05	خبر مفسر
00	00	خبر مرفق بصورة ملونة
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

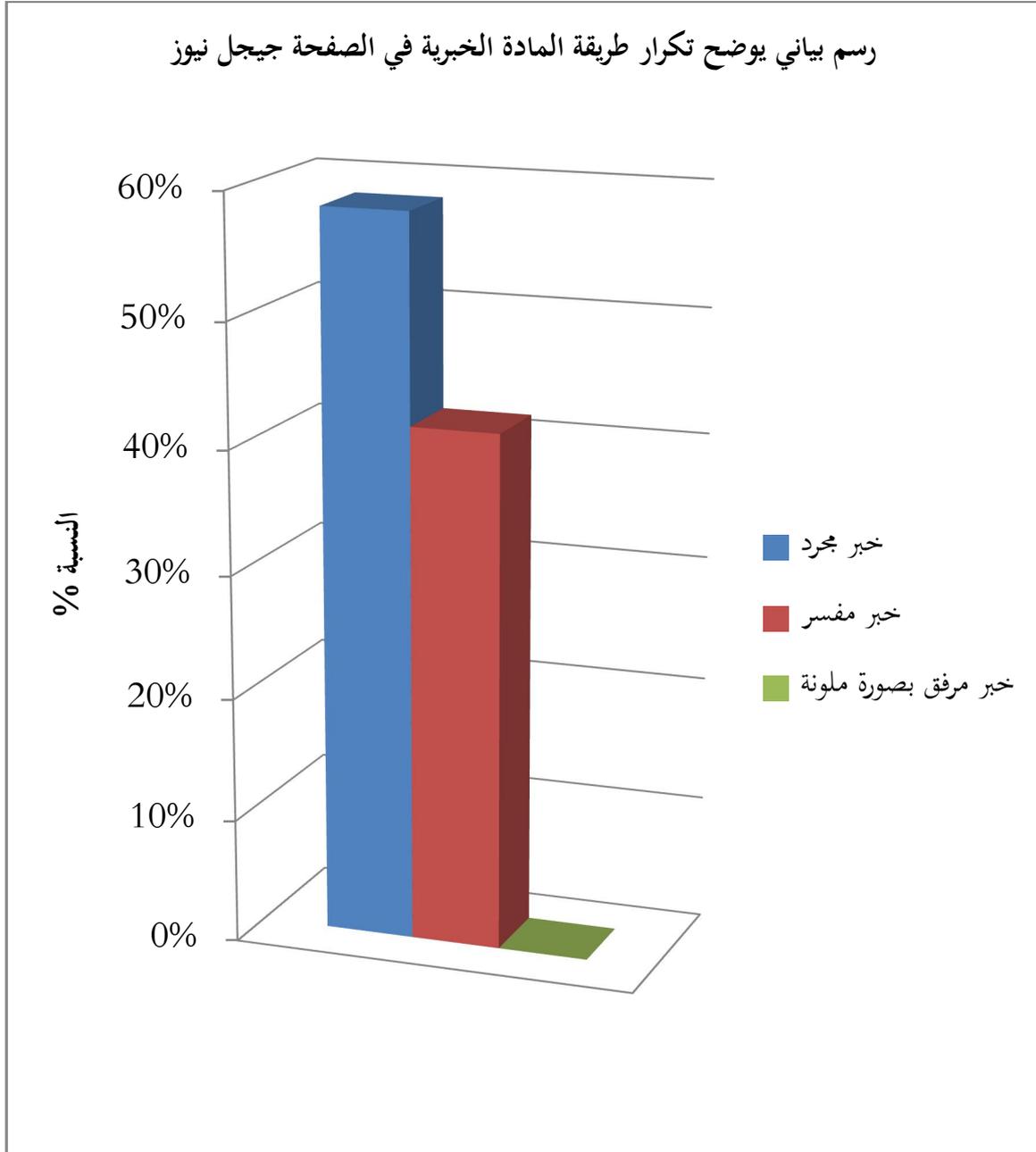
تكشف نتائج تحليل المضمون عن ارتفاع نسبة الأخبار المجردة محتلة بذلك المرتبة الأولى بنسبة 58,33%؛ ذلك القائمين على الصفة يسعون إلى الالتزام بنقل الحقائق والمعلومات كما وقعت، دون إعطاء رأي خاص وعدم تحيز في سرد الوقائع بكل موضوعية ملتزمين بمبدأ الحياد والابتعاد عن الذاتية.

- ويأتي بعده الخبر المفسر في بعض الأقوال بنسبة 41,66%، نفسر هذا أنّ مسؤولي الصفحة في بعض الأحيان يقدمون الخبر مدعم بخلفية من البيانات والمعلومات وهذا لمسناه في الأخبار التي تمّ الرأي العام والتي فيها تصريحات من طرف الدولة ووالي الولاية؛ فكان لا بد عند تغطية الخبر أن ينقلوا كل ما جاء على لسان هؤلاء بكل موضوعية.

- أما الأخبار الملونة فهو في المرتبة الأخيرة لم يكن له أي وجود، وهذا راجع إلى أن الناشرين يتصفون بالصدق والمصداقية والأمانة لا يضيفون أي رأي خاص أو تفسير من اعتقاداتهم.

وأخيرا نقول أن صفحة جيجل نيوز تنشر الأخبار المجردة مكثفية بتسجيل الأحداث دون تدعيم من محرر الخبر بمعلومات وخلفية من البيانات الخاصة، بل تراعي المصداقية في نقل أخبارها للجمهور، وهذا بغض النظر عن الخبر المفسر الذي جاء بعده مدعما بأقوال مصرحة من عند قائلها وليس من محرري الأخبار.

وبهذا نقول أن الصفحة رغم أنها تنتمي إلى صحافة المواطن إلا أنها تلتزم بقواعد وأخلاقيات المهنة الإعلامية تقوم على مبدأ الدقة والصدق وعدم تحريف الحقائق.



جدول رقم (05): يوضح أنواع العناوين المرافقة للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	نوع العنوان
50%	06	عنوان مباشر
8,33%	01	عنوان مختصر
8,33%	01	عنوان مؤكد
33,33%	04	غير موجود
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

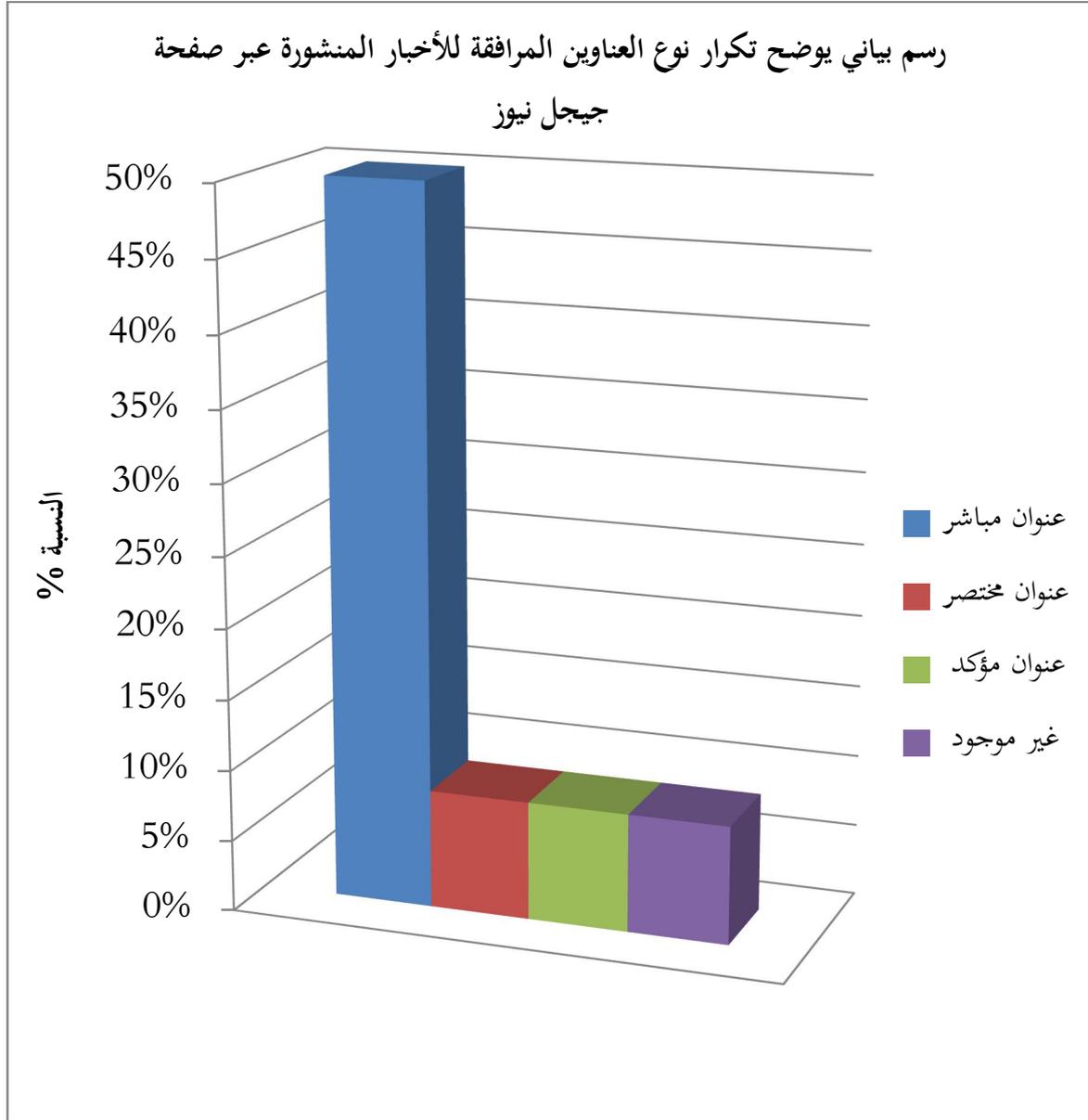
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكثر بروزا هي في العنوان المباشر حيث قدرت نسبته بـ 50%، ونفسر ذلك تعمد القائم بالاتصال استخدام مثل هذه العناوين لتسهيل هذه المهمة على الجمهور المستهدف ليستوعب أهم ما في الحدث بصورة قد تغنيه عن قراءة الخبر بأكمله خاصة إذا كان مستعجلا من خلال إعطائه معلومات دالة عن الحدث.

- لتأتي نسبة 33,33% من الأخبار التي لا تحتوي على العناوين وهذا راجع إلى طبيعة الخبر المنشور عبر الصفحة كونه لا يحتاج إلى عنوان يسبقه وإنما يدخل في صلب الموضوع مباشرة، وبالتالي

لاحظنا في الصفحة أن أغلبية الأخبار التي لا تحتوي على العناوين هي عبارة عن إعلانات وأخبار قصيرة تكتفي بسردها ما هو مهم كونه يدمج ضمن الأخبار العاجلة.

- وأخيرا يأتي كل من العنوان المختصر والعنوان المؤكد بنسبة 08,33%؛ باعتبار أن العنوان المختصر يحمل أهم معلومة في الخبر بكلمات مختصرة لافتة للانتباه تعطي صورة عن جوهر الحدث قد يكتفي جمهور الصفحة بقراءة العنوان فحسب، أما في ما يخص العنوان المؤكد فقد اعتمدت صفحة جيجل نيوز على هذا النوع لتزيد من رغبة القارئ بمتابعة قراءة الخبر، والذي يقوم أساسا على تأكيد خبر أو رأي أو قضية بأسلوب إخباري يزيد من ضخامة الخبر وتأكيده.

وختاما نقول أن صفحة جيجل نيوز قد اعتمدت في نشر أخبارها على العنوان المباشر بالدرجة الأولى على غرار الأنواع الأخرى كونه يعطي المعلومات للقارئ بشكل مباشر محاولة إشباع القارئ الإلكتروني.



جدول رقم (06): يوضح تكرار القوالب الصحفية في كتابة الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	القوالب
%33,33	04	الهرم المعتدل
%58,33	07	الهرم المقلوب
%08,33	01	الهرم المتدرج
%100	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

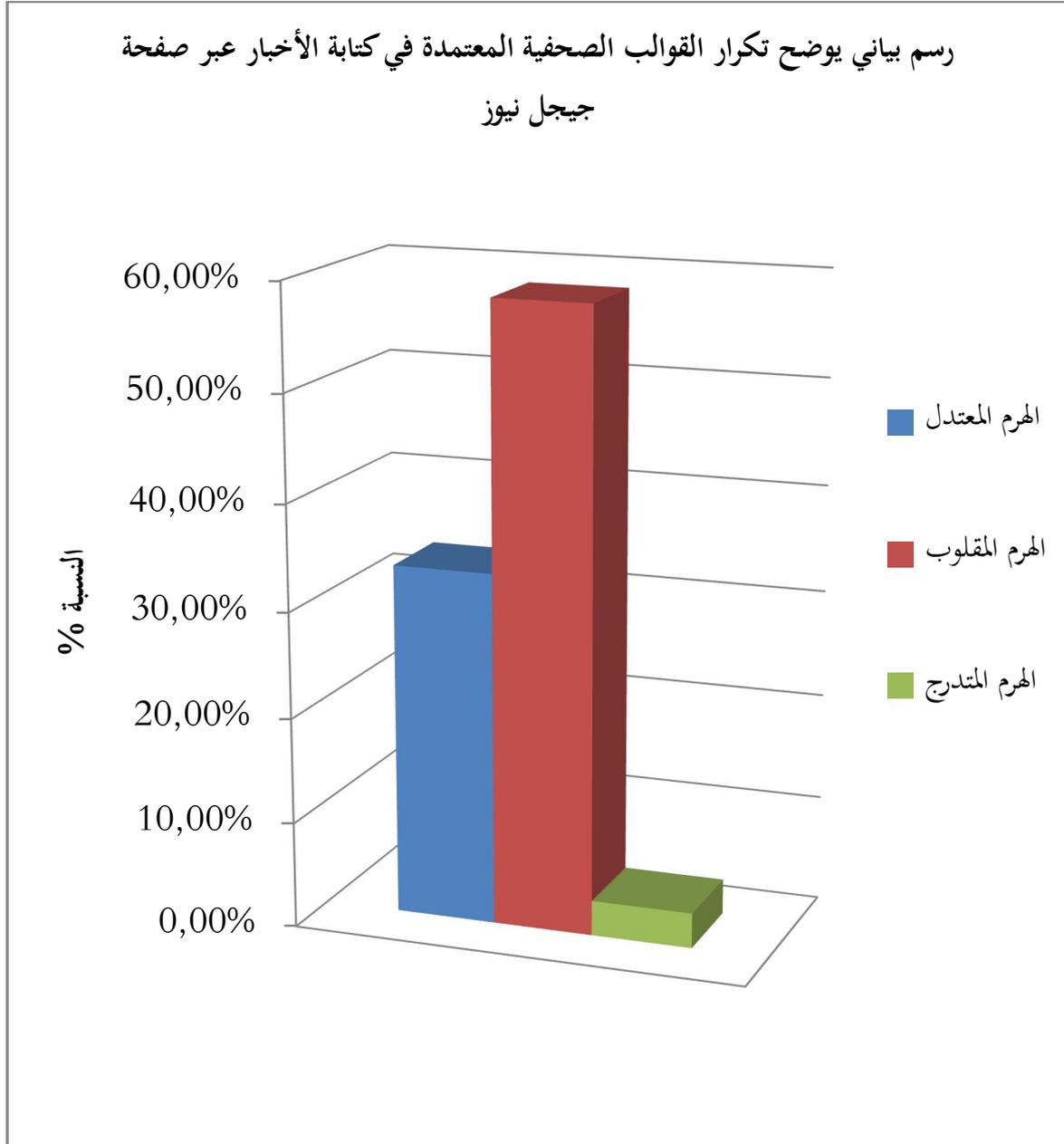
الجدول رقم (06) يوضح القوالب المعتمدة في كتابة الأخبار، فقد احتل الهرم المقلوب المرتبة الأولى من بين القوالب إذ قدر بنسبة 58,33%؛ وذلك راجع إلى التعمد من قبل الناشرين في تحرير الأخبار على قالب الهرم المقلوب لمراعات رغبات القارئ الإلكتروني كونه يتميز بالسرعة وضيق الوقت مما يدفع بالناشر إلى الاكتفاء في كتابته بالمعلومات الأكثر أهمية.

- جاء الهرم المعتدل في المرتبة الثانية بنسبة 33,33%، حيث يقدم في هذا الخبر بكل تفاصيله ممزوجا بحجج وأدلة حول الموضوع المطروح وهذا ما جعل الخبر يأخذ مساحة واسعة ولم يتضمن فقط

الإجابة على الأسئلة الستة للخبر، ويمكننا القول أن هذه الأخبار جاءت مفصلة على شكل تقرير.

- أما الهرم المتدرج فقد تحصل على أدنى نسبة وقدت بـ 08,33% وهذا يعود إلى أن صفحة جيغل نيوز تهتم بالأخبار الآنية محاولة إرضاء الجمهور وتلبية حاجاته كونه سريع وقلق يفضل قراءة الخبر مختصر ولهذا ما يؤدي بالناشرين في الصفحة محاولة نشر التفاصيل الأكثر أهمية.

ما لاحظناه من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة في القوالب المعتمدة في كتابة الأخبار عبر صفحة جيغل نيوز هي الهرم المقلوب، حيث تعتمد الصفحة على الكتابة وفق الهرم المقلوب لتزيد من نسبة قراءة الصفحة؛ كونه يكتب الخبر بشكل بسيط ومختصر ويحمل أهم المعلومات وهذا وفق القاعدة التي تقول "أكبر قدر من المعلومات في أقل قدر من الكلمات"، وهذا تلبية لرغبات القراء فمن المعروف أنهم يحبون قراءة كل ما هو مختصر وملم بكافة التفاصيل.



جدول رقم (07): يمثل الصور المستخدمة في الأخبار عبر صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	الصورة
83,33%	10	صورة فوتوغرافية
08,33%	01	صورة رمزية
08,33%	01	صورة مركبة
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

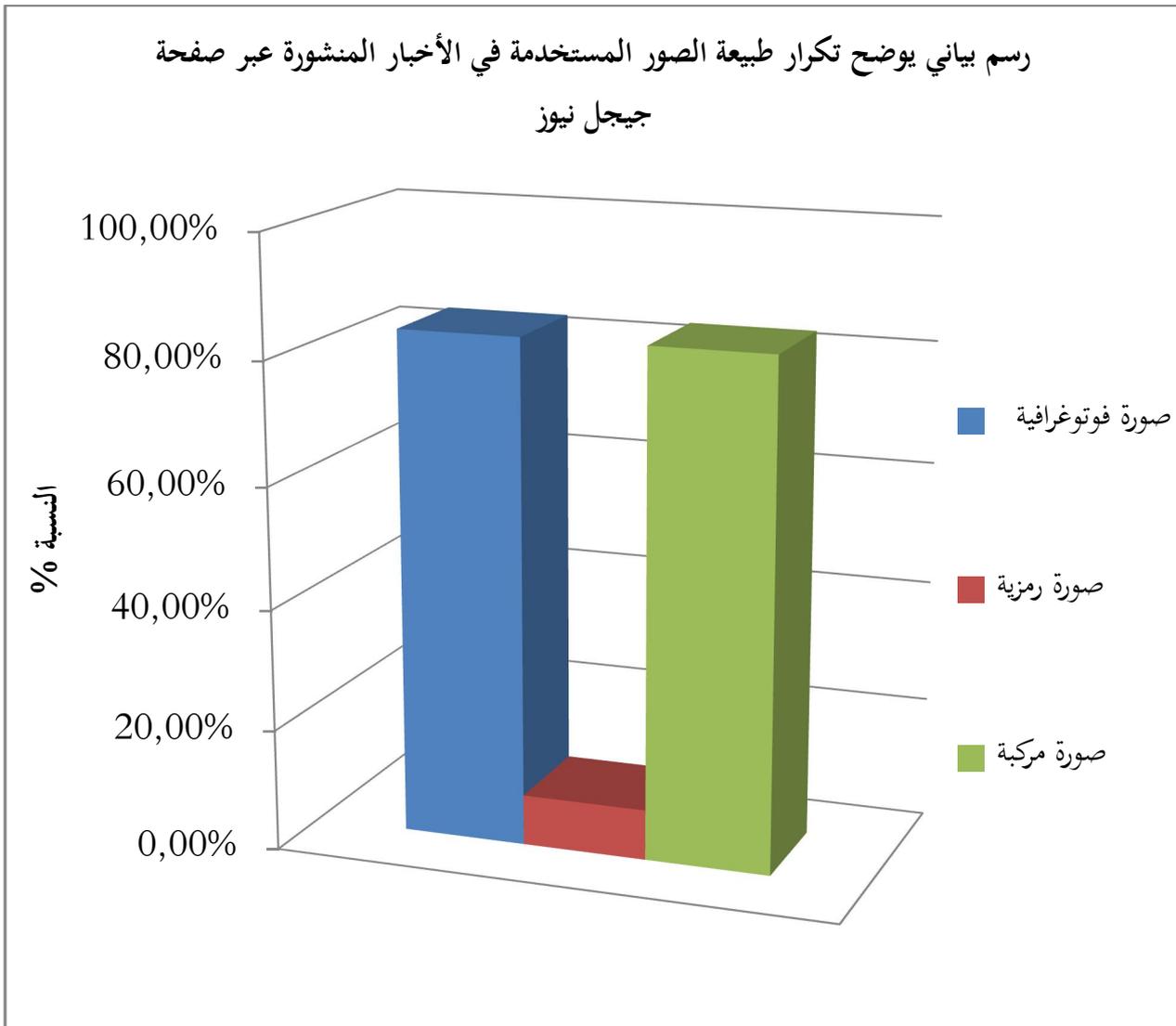
التعليق على الجدول:

من خلال قراءة الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الصور المستخدمة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز (Jijel News) هي صور فوتوغرافية حيث حازت هذه الأخيرة على نسبة 83,33% وهذا راجع إلى طبيعة الخبر المنشور لما يحمله من الجودة والحالية، وكذلك وباعتبار أن الصفحة تهتم بنشر الأخبار فور وقوعها مدعمين الخبر بصور واقعية من مكان وقوع الحدث؛ وذلك حتى يكون الخبر ملما بجميع النواحي.

أما فيما يخص الصور الرمزية والصور المركبة فإن استخدامها يكاد ينعدم، وقدرت نسبتها بـ 08,33%، وهذا نظرا لطبيعة الأخبار المنشورة عبر الصفحة مما جعل الناشرين عبر الصفحة

يستخدمون صور رمزية أو صور مركبة لتدعيم الأخبار وجعلها أكثر مصداقية وقوة في التأثير على الجمهور ولفت انتباههم.

- وعموما نقول أن الصور الفوتوغرافية هي الأنسب للأخبار المنشورة عبر الصفحة، كما أنها أكثر تعبيرا خاصة إذا كانت حصرية وفورية، والمعروف في لغة الصحافة القول الشائع الصورة أصدق من ألف تعبير.



جدول رقم (08): يوضح الألوان الموظفة في الصور المرافقة للأخبار في صفحة جيجل نيوز

الألوان	التكرار	النسبة المئوية
ساخنة	2	%16,66
باردة	05	%41,66
معتدلة	05	%41,66
المجموع	12	%100

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

تعد الألوان مؤشر من مؤشرات الإبراز، ذلك أن المرسل يدعم الخبر بصورة مناسبة (فوتوغرافية، رمزية أو مركبة) حيث يحسن التقاط الصورة الملائمة للحدث ويختار زوايا التصوير، أما في الرمزية والمركبة يستخدمها في حال ما لم تتوفر صور حية عن الخبر وتكون هاته الصور بألوان موحية للخبر المتناول ومن المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه يبين أن الألوان الموظفة في الصور للأخبار التي تناولناها هي الألوان الباردة والمعتدلة بالنسبة نفسها قدرت بـ %41,66؛ بحيث إذا ما تحدثنا بلغة السيميولوجيا عن دلالات الألوان هنا نجد أن الألوان الباردة (أخضر، أزرق، بني) توحى إلى البرودة

والهدوء الثقة كما أنها تدل على التحفظ في العلاقات مع الآخرين هذا بالنسبة للون الأزرق، أما الأخضر فهو يرتبط بصفات متعددة كالأمان والعطاء والنماء والطيبة والتجديد.

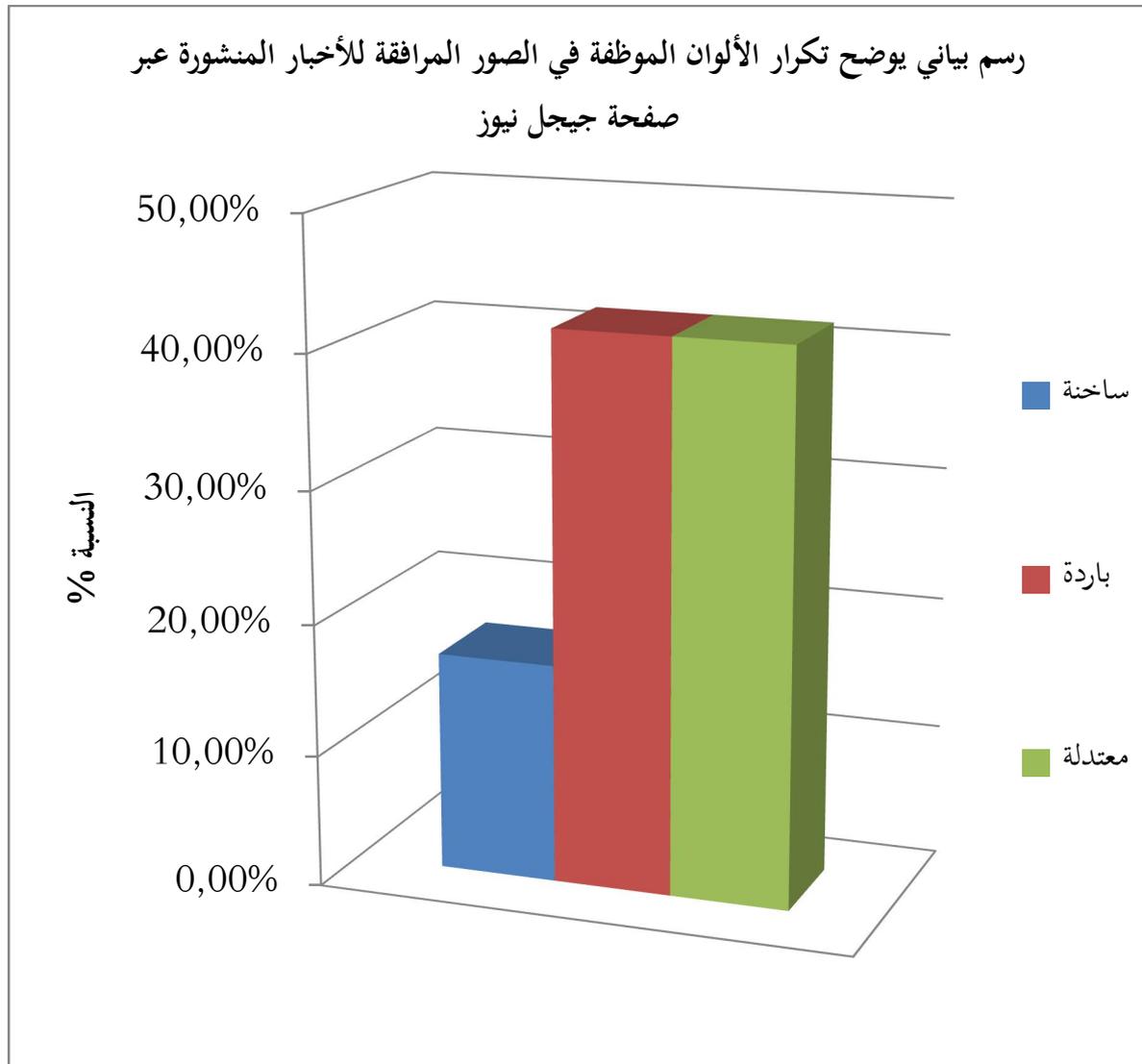
وكما يقول شريف درويش اللبان في كتابه "الطباعة الملونة مشكلاتها وتطبيقاتها في الصحافة" أن الأخضر في الدول الإفريقية لون يبعث في النفس شعورا فياضا بالتفاؤل كما أنه يخفف الإحساس بارتفاع درجة الحرارة لأنه لا يعكس إلا قدرا ضئيلا من الضوء.

أما البني فهو لون الثقة عموما وسيكولوجيا يدل على الراحة والشعور بالأمان والحاجة إلى العلاقات القوية داخل المجتمع والألوان المعتدلة كان لها حضورا ماثلا للألوان الباردة؛ إلى طبيعة الأخبار المتناولة التي تستلزم استخدام مثل هذه الألوان فقد لاحظنا (الأسود، الأبيض، الرمادي) فهاته الألوان توحى إلى الحياد بشكل عام، فالأسود سيمولوجيا يدل على الرسمية ويعد مصدرا من مصادر القوة والفخامة كما يشير إلى الهدوء العميق والجدية هذا من الجانب الإيجابي، أما السليبي منه فهو يوحي إلى الحزن والخوف وعدم الارتياح ويعبر عن الجهول، فالأسود في أذهاننا يعبر عن الحداد والتشاؤم عموما هذه هي معظم الارتباطات الرمزية التي تتعلق بالسلبية، وقد استخدمت هذه الألوان في الصور المرافقة لأخبار الحوادث المأساوية والجرائم.

- ومن خلال قراءتنا للجدول أعلاه سجلنا حضورا للألوان الساخنة وكانت بنسبة 16,66%؛ وقد استخدمت هذه الألوان في الأخبار السارة وتدل هذه الأخيرة (الأحمر، الأصفر، والبرتقالي) على

التحدي والإثارة ولفت الانتباه، كما توحى أيضا على البهجة والفرح والحياة والشباب والراحة والمرح.

- نستنتج عموما أن الألوان المستخدمة في الصور المرافقة للأخبار تكون حسب الخبر أو الحدث المنشور، فقد كانت الألوان الباردة والمعتدلة هي الأكثر حضورا وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على الاستقرار والهدوء تارة وإلى الصراع عدم الاستقرار تارة أخرى داخل المجتمع.



1-2- فئات المضمون (ما ذا قيل؟):

جدول رقم (09): يمثل نوع الأخبار المنشورة في صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	نوع الخبر
100%	12	محلي
00%	00	وطني
00%	00	دولي
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

يبين الجدول رقم (09) نوع الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز:

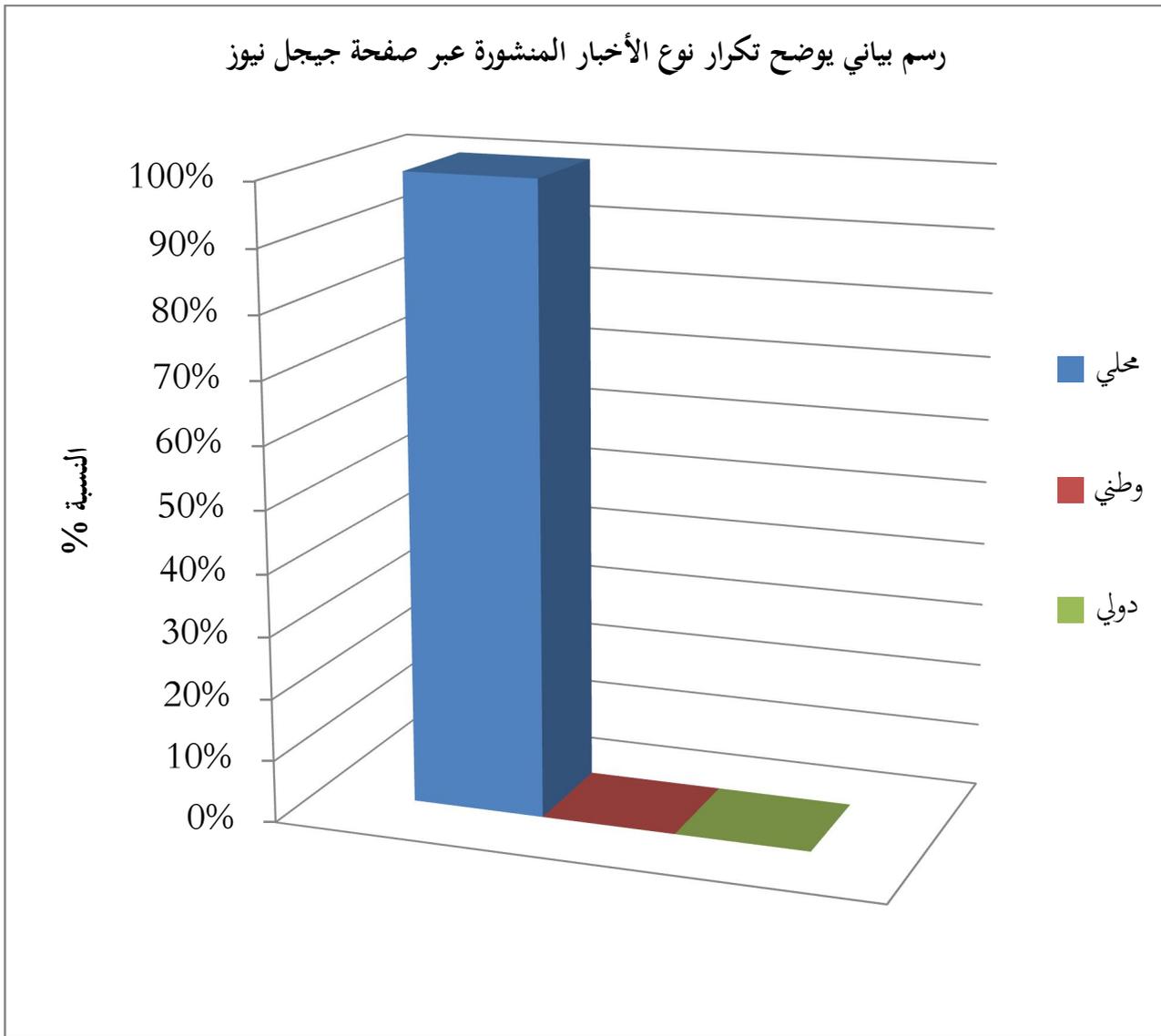
حيث أن هذه الأخيرة تهتم بالأخبار المحلية التي تعم ولاية جيجل والتي قدرت بـ 100% وهذا

راجع إلى أن الصفحة محلية بالدرجة الأولى ونلمس هذا من خلال اسم الصفحة المتمثل في (جيجل

نيوز) أي أنها تنقل كافة الأخبار التي تخص كل منطقة في الولاية.

أما فيما يخص الأنواع الأخرى للأخبار المتمثلة في الوطنية والدولية فلم نسجل أية نسبة، وهذا ما يدل على أن الصفحة لا تحظى اهتماما كبيرا بالأخبار الوطنية والدولية، ما عدا إذا كان هناك حدث هام يستحق النشر.

وبالتالي ما نلمسه من خلال صفحة جيجل نيوز أنها تهتم بنشر الأخبار المحلية الخاصة بالولاية على غرار الأنواع الأخرى من الأخبار.



جدول رقم (10): يوضح أشكال التفاعل مع المنشورات في صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	أشكال التفاعل
%100	12	عدد الإعجابات بالمنشور
%100	12	التعليق على المنشور
%100	12	عدد المشاركة بالمنشور
%100	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

يوضح لنا الجدول أعلاه أشكال التفاعل مع المنشورات حيث بلغت نسبة التفاعل مع

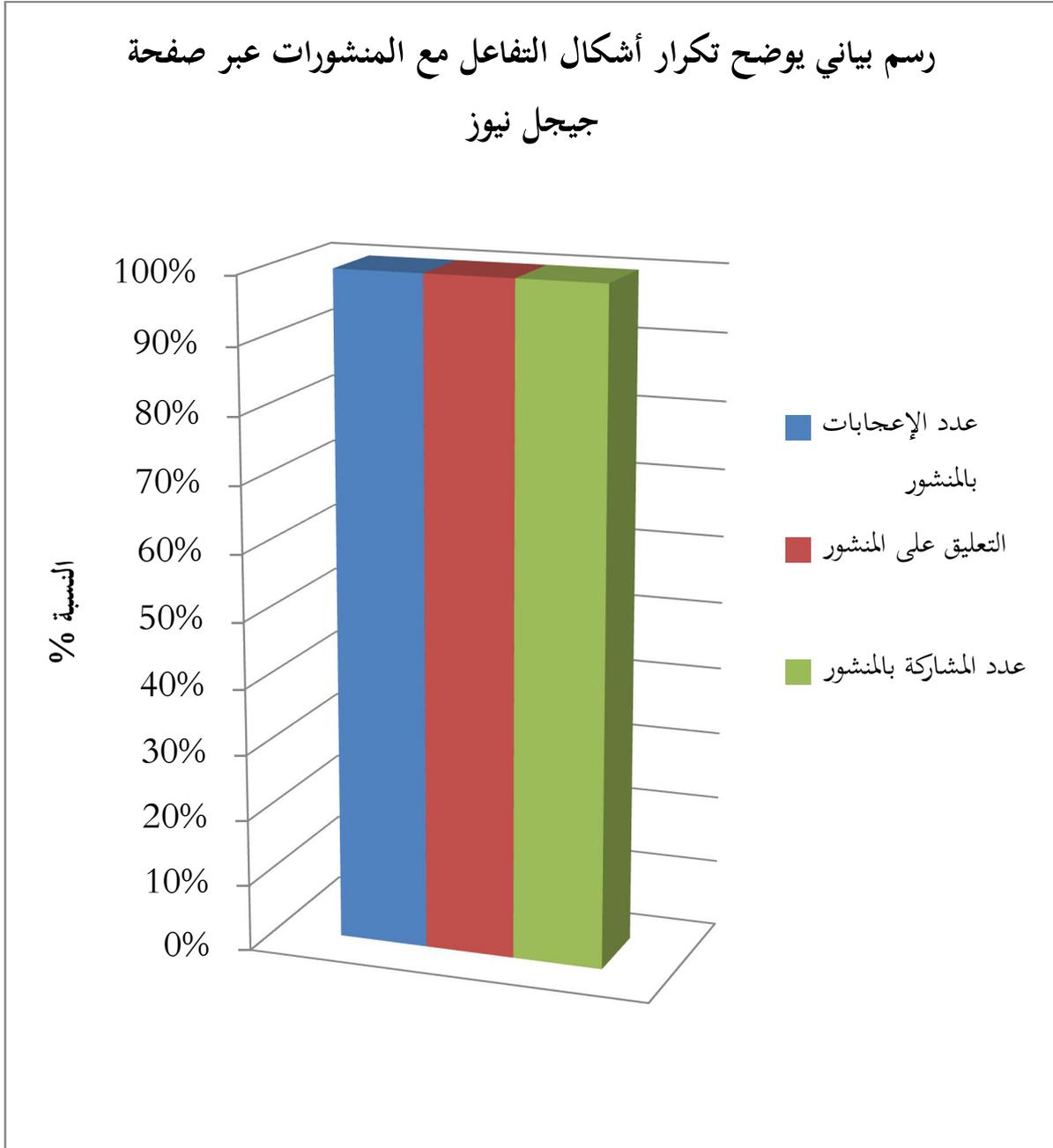
المنشورات من عدد الإعجابات والتعليقات وعدد المشاركة للمنشور %100 لكل شكل.

ويعود ذلك لكثرة الجمهور المعجب والمتابع للصفحة حيث بلغ عدد الأشخاص 403914 وهذا ما زادها قوة في التفاعل، ونضيف أيضا الثقة التي منحتها الصفحة لجمهورها وهذا من خلال الصدق والمصداقية الموجودة في الأخبار.<sup>(\*)</sup>

نستنتج من خلال الجدول أن صفحة جيغل نيوز تحظى بكم كبير من المتابعين والمشاركين وهذا راجع إلى اهتمام الصفحة بنشر كل ما يهم المواطنين من أحداث عبر ربوع الوطن وبالتالي هذا ما يزيدنا إعجابا من قبل الجمهور.

---

<sup>(\*)</sup> ملحوظة بالنظر إلى خيانة المجموع والنسبة المئوية فإننا نجدنا فاقت عدد العينة وهذا راجع إلى الجمهور المتفاعل مع المنشورات بأشكال مختلفة وهذا ما وجدنا فعلا في العينة المختارة.



جدول رقم (11): يوضح فئة الجمهور المستهدف من الأخبار المنشورة في صفحة جيغل

نيوز

النسبة المئوية	التكرار	فئة الجمهور
8,33%	01	شباب
0	00	رجال
8,33%	01	نساء
8,33%	01	السلطات العليا
75%	09	المجتمع
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

يمثل الجدول (11) فئة الجمهور المستهدف من الأخبار المنشورة في صفحة جيغل نيوز:

حيث نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الأخبار المنشورة عبر الصفحة تستهدف المجتمع

ككل على غرار كافة الفئات، حيث بلغت نسبة هؤلاء 75%، وهذا راجع إلى أن الناشرون للأخبار

يهتمون بكافة الشرائح في المجتمع ما يفسر هذه النتيجة هو محاولة صفحة جيغل نيوز الإلمام بالقضايا

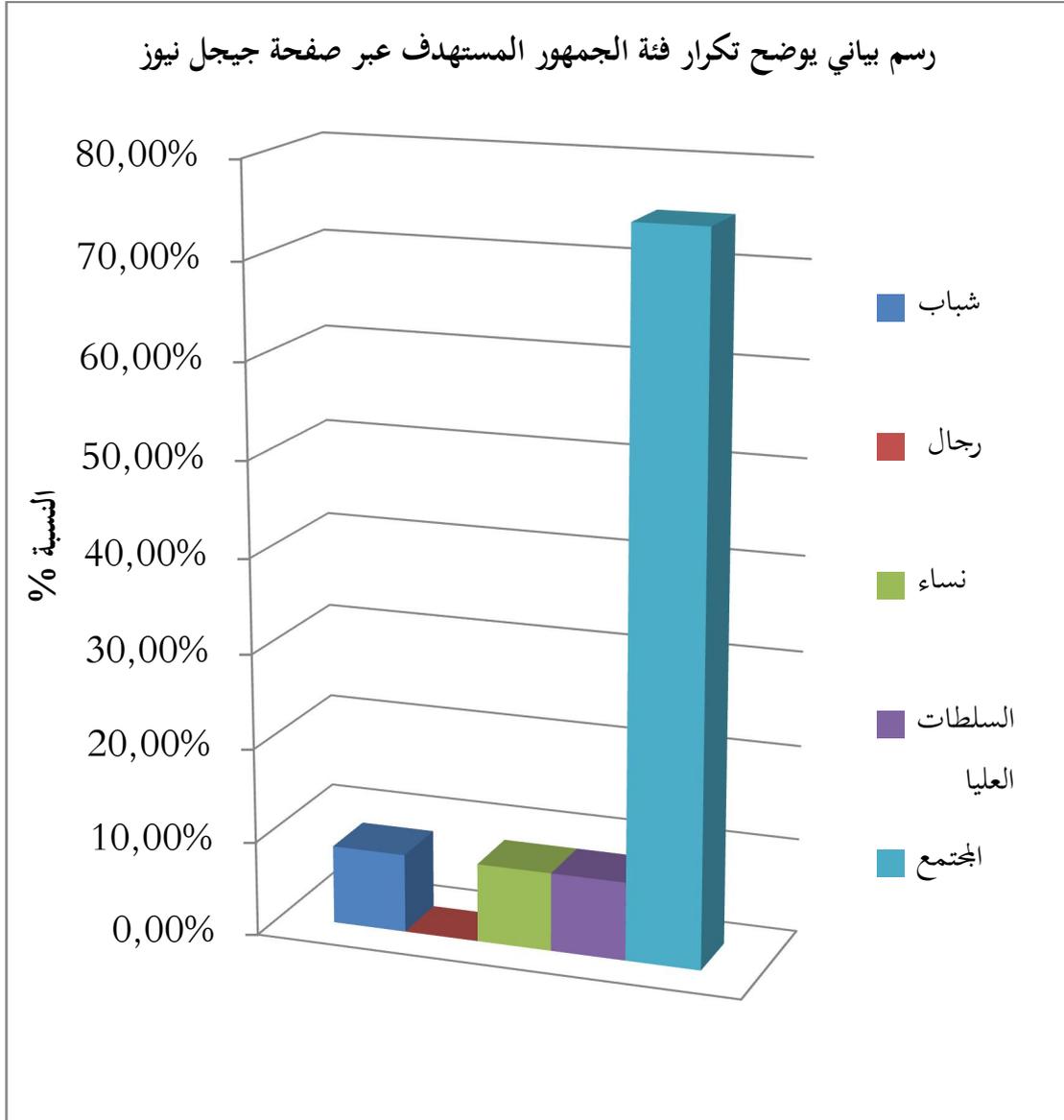
التي تهم المجتمع بأكمله، وهذا ما يزيد من نسبة متابعي صفحة جيغل نيوز.

بعد فئة المجتمع تأتي الفئات الأخرى والمتمثلة في فئة الشباب، النساء، والسلطات العليا فقد احتلوا المرتبة نفسها والتي قدرت نسبة كل هؤلاء بـ 8,33% وهذا دليل على أن الصفحة تهتم بنشر الأخبار التي تهتم شرائح معينة في المجتمع من خلال وجود مناسبات خاصة كما هو وارد في فئة النساء والشباب.

أما فئة السلطات العليا فتنتشر عند وجود حدث هام في الولاية أو خرجها وذلك لنقل انشغالات المواطنين والمشاكل التي تحتاج إلى المعالجة من السلطات.

أما فيما يخص فئة الرجال فلم نسجل أي نسبة، وبالتالي عدم وجود أخبار تهتم بفئة الرجال بالخصوص.

وما يمكن القول عموماً أن صفحة جيجل نيوز تهتم بنشر الأخبار التي تستقطب أكبر عدد من الجمهور محاولة الاهتمام بمختلف القضايا والمواضيع التي تهتم المجتمع بحد ذاته.



جدول رقم (12): يوضح تكرار المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة في الحصول على

الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	المصادر
16,66%	02	مجهولة
25%	03	مواطنون
25%	03	مراسلون
33,33%	04	وسائل الإعلام
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

الجدول رقم (12) يوضح أنواع المصادر التي تعتمد عليها صفحة جيغل نيوز في نشر أخبارها.

حيث سجلنا بوضوح، اعتماد الصفحة على وسائل الإعلام بنسبة 33,33% من إجمالي

المصادر وذلك نقلا عن الإذاعة الجهوية وجريدة جيغل الجديدة، وذلك لأن أغلب الجمهور

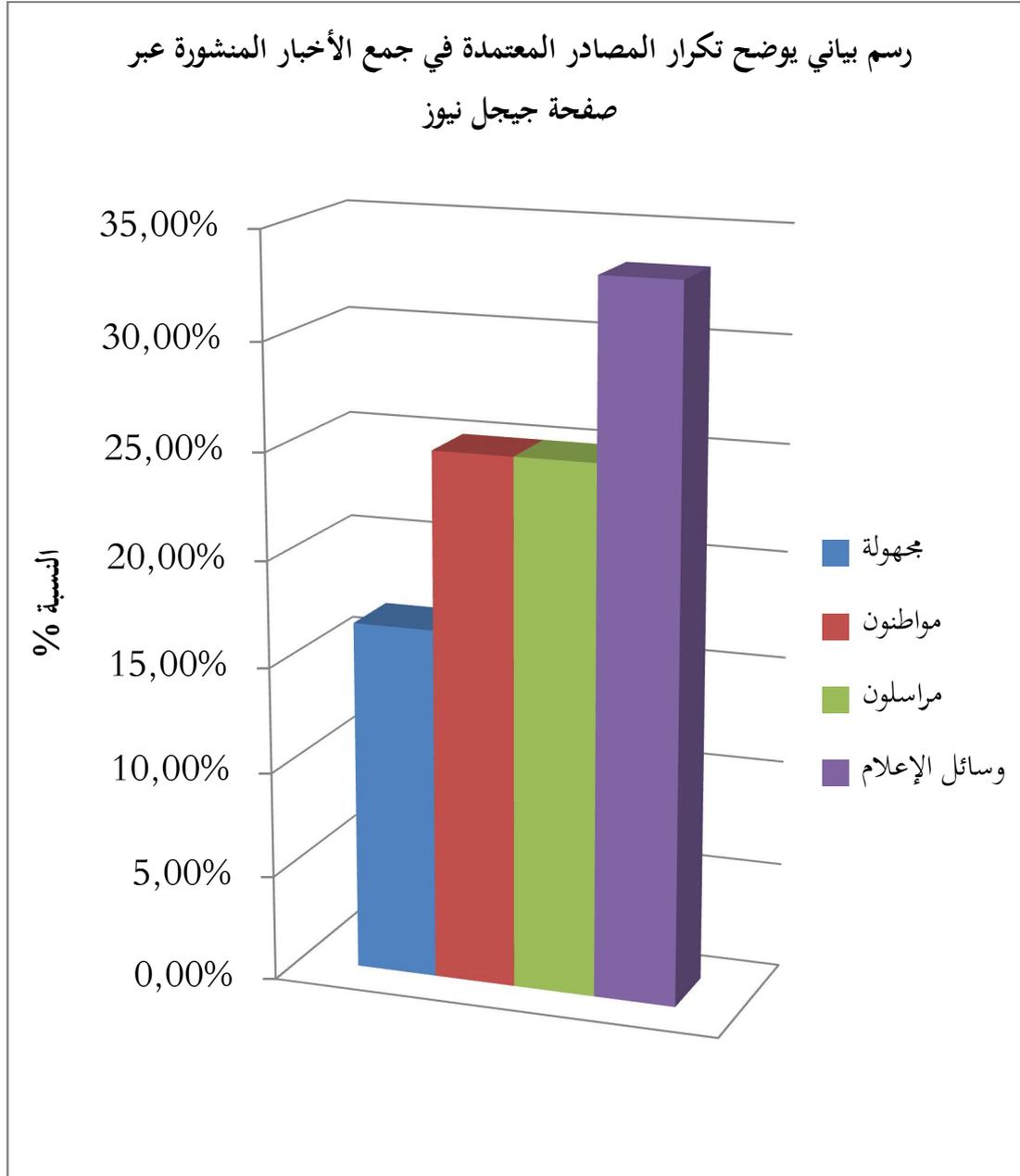
يتفحصون الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما وفرته صفحة جيغل نيوز على متابعيها

لأن هذا الأخير ليس من المتابعين الدائمين لوسائل الإعلام المكتوبة والسمعية بل يفضلون تصفح الأخبار إلكترونياً لما تتميز به من السرعة والاختصار.

تأتي فئة المواطنين والمراسلون بنسبة مماثلة حيث قدرت بـ 25% لكل منها.

نفسر هذا أن الصفحة تعتمد على المراسلين باعتبارهم الأقدر والأجدر على نقل الواقع أو الخبر من منشأ الخبر نفسه، أما المواطنون فنفسر اعتمادها عليهم في بعض الأحيان عندما يكون الحدث في مكان غير متواجد فيه أحد هؤلاء المسؤولين على الصفحة فهم يستعينوا بالمواطنين كشاهدي عيان حيث يصفون الحدث كما جرى بهذا يكون نقل الخبر للجمهور من مصدر معلوم وموثوق.

نستنتج أن أغلب الموارد الخيرية التي تناولتها صفحة جيجل نيوز معلومة المصدر باستثناء 16,66%، مما يوحي بأن الصفحة تعطي أهمية لذكر المصدر فهو يعطي مصداقية وثبوت المادة الإعلامية ذلك أن الخبر الذي مصدره مجهول ليس له وزن بل يكون مشكوكاً فيه وهذا يؤدي إلى نفور المتابع للصفحة وتخليه عليها.



جدول رقم (13): يوضح طبيعة الأخبار التي تنشرها صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الأخبار
%00	00	سياسية
%25	03	ثقافية
%50	06	اجتماعية
%16,66	02	اقتصادية
%8,33	01	رياضية
%100	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

يمثل الجدول السابق المواضيع التي تشتمل عليها الأخبار في صفحة جيجل نيوز، حيث لدينا من خلال الجدول خمسة مواضيع وهي السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، والرياضية، ونسجل من خلال الجدول ما يلي:

نلاحظ أن الأخبار الاجتماعية قد طغت على باقي المواضيع ذلك بنسبة 50% من مجموع المواضيع، ونفسر هذا بطبيعة الجمهور لأن أغلب الناس يميلون إلى ما هو اجتماعي ولهذا القوائم

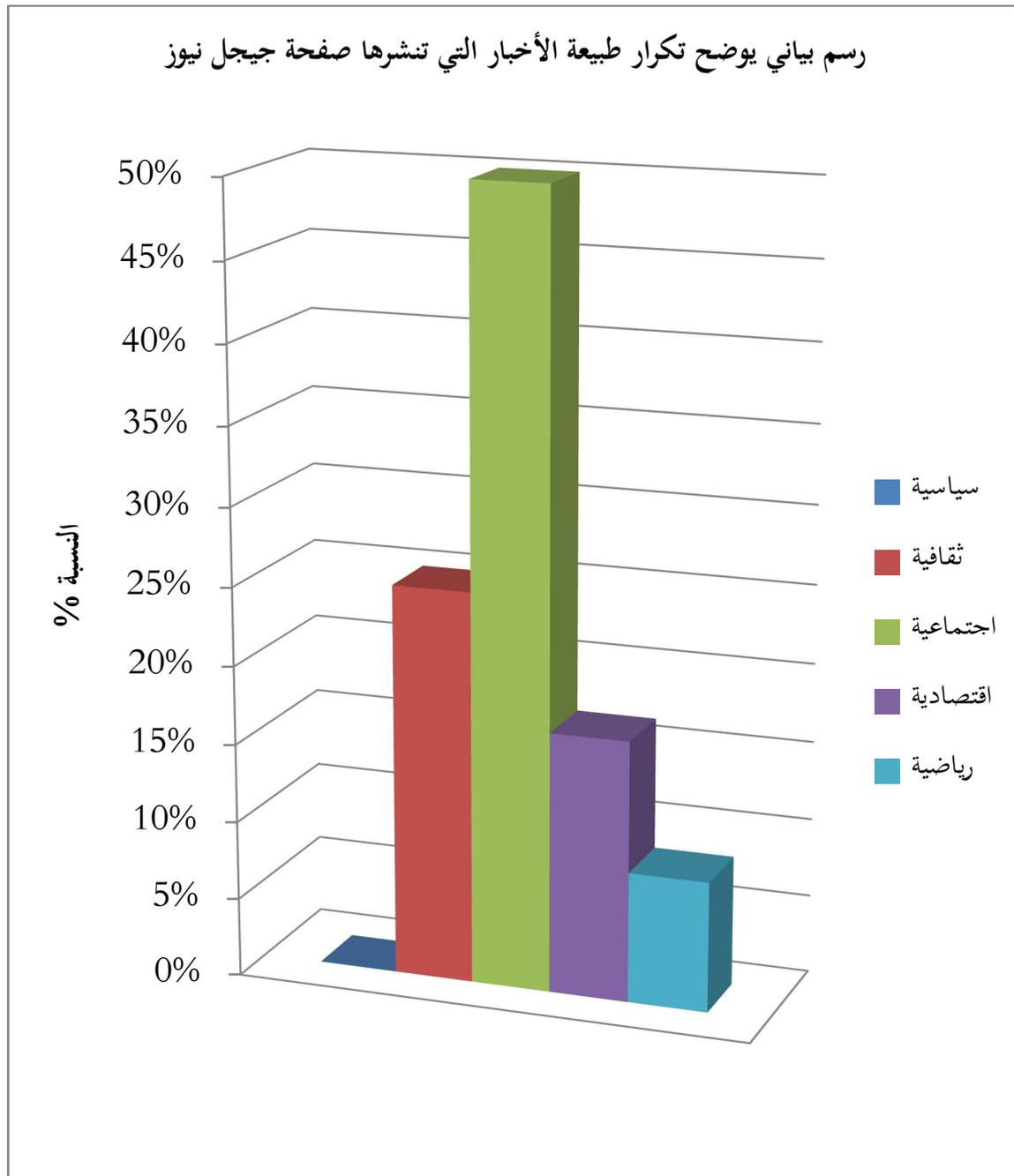
بالاتصال عبر هذه الصفحة ينشر وما يتوافق رغبات وحاجات الجمهور المتابع، ويفضلون الاحتكاك بالمجتمع والاطلاع على كل مستجداته، وهذا ما أكده لنا مسؤول الصفحة من خلال تواصلنا معه حيث قال: أن مثل هاته الأخبار تلقى تفاعلا كبيرا بين القراء حيث يبلغ عدد التفاعل للمنشور الواحد أكثر من ألفين إعجاب.

تليه الأخبار الثقافية ثم الاقتصادية وأخيرا الرياضية بالنسب التالية على التوالي: 25%، 16,66%، 8,33% فصفحة جيجل نيوز (Jijel News) تهتم بنشر التراث الثقافي للمنطقة وكذلك تعمل على تغطية الأحداث الثقافية في مختلف المناسبات الخاصة محاولة بذلك توعية الفرد والمجتمع للعلوم والمعرفة في شتى مجالات الحياة بهدف زيادة معدل الوعي الثقافي للقراء.

وفيما يخص الأخبار الاقتصادية والرياضية فقد كانت نسبتها منخفضة حيث سجلنا 16,66% في الأخبار الاقتصادية من المجموع الكلي، ونسبة 8,33% فيما يتعلق بالأخبار الرياضية، وهذا راجع إلى أن الصفحة تهتم بنشر مثل هاته المواضيع إلا من خلال وجود حدث هام يستحق النشر وإعلام الجمهور به وهذا ما لاحظناه في الصفحة من خلال عينة دراستنا.

أما الأخبار السياسية فلم يكن لها وجود في الأخبار التي تناولناها.

وخلاصة القول إن صفحة جيجل نيوز تحاول الإمام بجميع المواضيع إلا أنها تعطي اهتماما كبيرا للأخبار الاجتماعية باعتبارها صفحة لعامة الشعب على اختلافهم في المستوى التعليمي والثقافي والعمرى واستجابة لجمهورها المتابع والمشارك فيها.



جدول رقم (14): يوضح تكرار الأهداف في الأخبار المنشورة

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
الإعلام والأخبار	08	66,66%
التحذير	00	00%
التوعية	02	16,66%
التحسيس	02	16,66%
المجموع	12	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

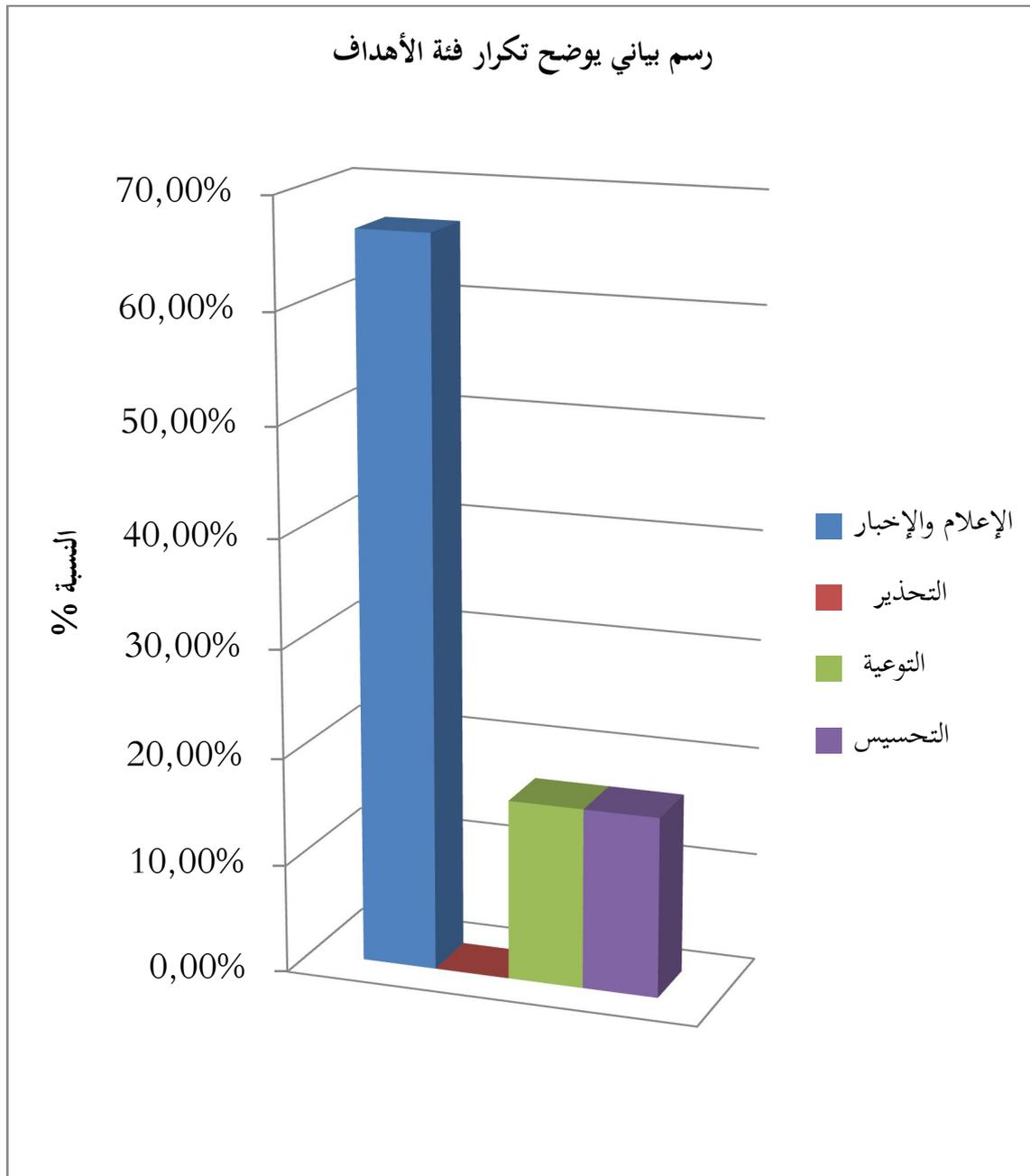
الجدول يمثل فئة الهدف من نشر الأخبار، نلاحظ أن الهدف الأكثر حضوراً هو الإعلام والأخبار بنسبة 66,66%، وذلك أن صفحة جيغل نيوز تعمل على نشر الأخبار بغرض إعلام الجمهور بالتفاصيل والأحداث الجارية فور وقوعها وهذا لمعرفة آرائهم ووجهات النظر المختلفة حول الموضوع المنشور.

لتأتي بعدها كل من التوعية والتحسيس بنسبة 16,66% وهذا راجع إلى رغبة الناشرين للأخبار بتوعية وتحسيس الجمهور بموضوع ما أو قضية ما، محاولين غرس ثقافة معينة في أذهانهم.

أما التحذير فلم يكن لها وجود في الأخبار المنشورة عبر الصفحة.

وبالتالي فقد احتل الإعلام والأخبار أعلى نسبة في الجدول أعلاه وذلك أنه يخاطب كافة أفراد

المجتمع على حد سواء، والذي يساهم في إيصال القضايا المختلفة في المجتمع وفي كافة المجالات.



جدول رقم (15): يوضح تكرار القيم في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز

النسبة المئوية	التكرار	القيم
33,33%	04	الاهتمامات الإنسانية
8,33%	01	الشهرة
8,33%	01	الإثارة
16,66%	02	الفائدة الإعلامية
25%	03	السلبية
8,33%	01	الصراع
100%	12	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

التعليق على الجدول:

لدراسة القيم أهمية خاصة في الأخبار حيث تعتبر جواز سفر للأحداث لتصبح أخبارا، فالحدث

لابد أن يتضمن قيمة خبرية على الأقل ليكون خبرا.

نلاحظ أن قيمة الاهتمامات الإنسانية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 33,33%، والاهتمامات

الإنسانية هنا بمعنى أنها تخص البشر دون غيرهم، وبهذا تهتم صفحة جيجل نيوز بنشر الأخبار التي

تخص الأفراد وتحاول الوصول إلى أكبر قدر للأحداث التي تتضمن إثارة العواطف الإنسانية لتوجيه القول والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة والمساعدة على التكيف مع الأخبار المستجدة للفرد.

أما في المرتبة الثانية فقد كانت من طرف السلبية قدرت نسبتها بـ 25%، إذ جاءت هذه القيمة في الأخبار المروعة والبائسة، فالقائمين بالاتصال عبر الصفحة ينشرون هاته الأخبار التي تحتوي على صور الصراع والعنف لأن مثل هاته الأخبار تلقي استجابة كبيرة لدى المتلقين وبهذا تسعى صفحة جيغل نيوز على نشر الأخبار السلبية لكسب أكبر عدد ممكن من الجمهور، وهناك مقولة شهيرة في هذا الإطار، "وهي أن الأخبار السلبية غالباً ما تكون جيدة Negative news is often good news" ونحن نقول أنها تتحول إلى أخبار جيدة نتيجة رجوع الصدى الذي تتلقاها لأن الجمهور يتفاعل معها حتى وإن كانت جريمة.

وجاءت قيمة الفائدة الإعلامية في المرتبة الثالثة بنسبة 16,66% لتأتي بعدها قيمة الشهرة والإثارة والصراع بنسبة متساوية بلغت 8,33% نسبة ضئيلة مقارنة بالقيم الأخرى، وفيما يخص الفائدة الإعلامية فالصفحة تهتم بما يخص مصلحة الصالح العام حيث تعلمهم بما ينفعهم حيث نلاحظ أن القائمين على الصفحة يهتمون بتغطية مثل هذه الأحداث فمن خلال تحليل المحتوى الذي عاجناه نفسر:

سبب هذا الاهتمام هو التعريف بالإنجازات والأشغال العمومية التي تقوم بها الولاية من أجل التنمية المحلية، كذلك فتح المجال أما الناس لفرص العمل المتنوعة.

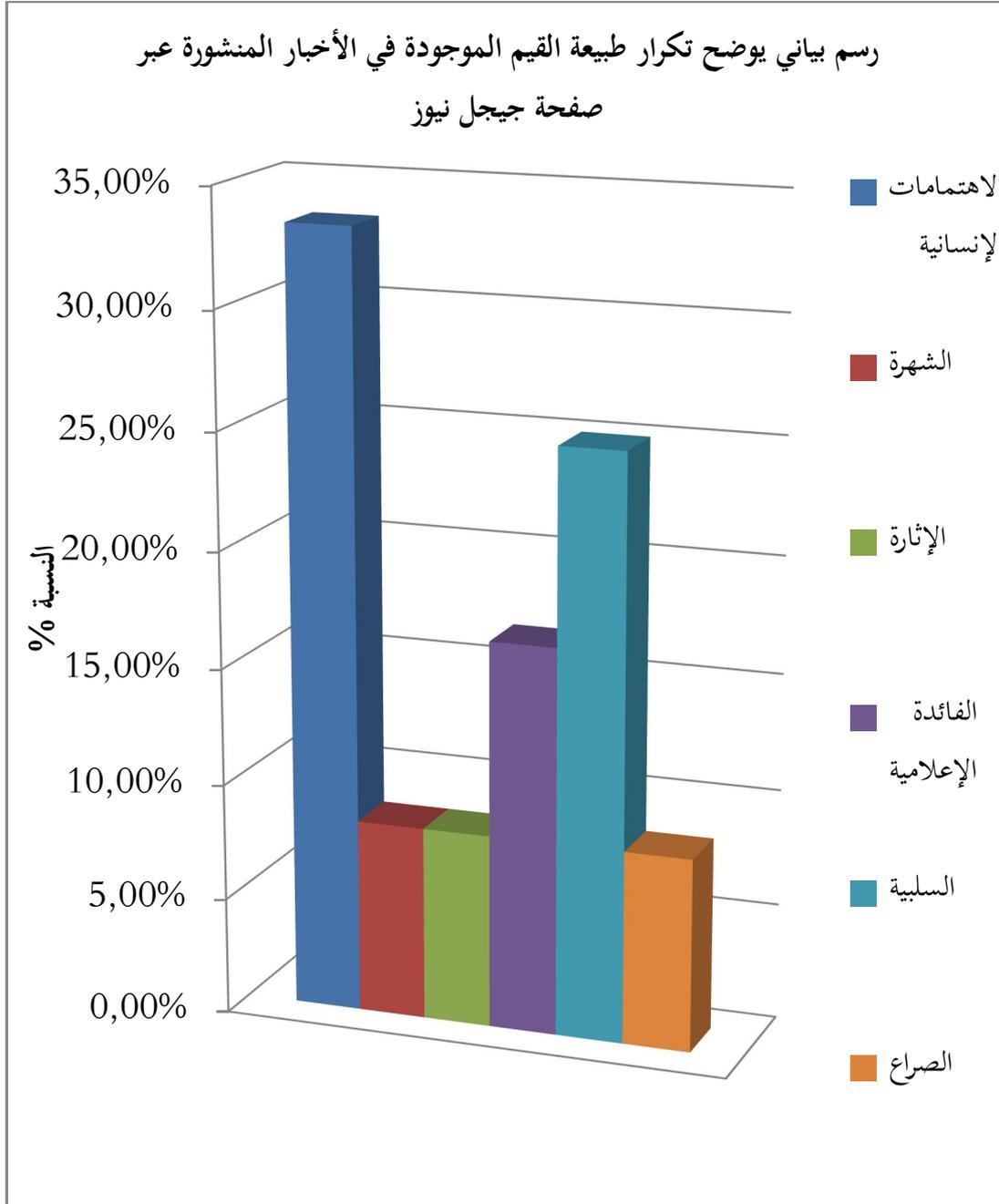
تليه الشهرة والإثارة والصراع حيث نفسر هذا أن الصفحة لا تركز اهتمامها بقوة على الشخصيات المشهورة أو جماعة الصفوة، ففي المادة التي تناولناها كانت قيمة الشهرة متوفرة في خبر جاء على شكل إعلان غرضه إعلام الناس بفتح معهد دولي للغات والاتصال والتشهير بهذه المؤسسة.

أما الإثارة فالصفحة لم يكن لها اهتمام بالأحداث المثيرة والخاصة بالفضائح.

كذلك الصراع الذي يمثل نزعة إنسانية حيث لامسناه هو أيضا بقدر قليل جدا هذا ما يدل على أن الصفحة لا تولي اهتماما كبيرا بهذا النوع من الأحداث القائمة على الصراع داخل المجتمع.

ومما سبق نستنتج أن محرري الأخبار في صفحة جيغل نيوز يهتمون بالأخبار التي تحتوي على القيم الإيجابية بالدرجة الأولى وهي الاهتمامات الإنسانية لتقوية الصلات داخل المجتمع وزرع فيهم صفات التضامن والتعاطف والحب والتعاون.

أما القيم السلبية فقد تهتم بها الصفحة في الحالات التي تهدد استقرار المجتمع وهذا بهدف المعالجة وإصلاح الوضع القائم.



ثالثا: عرض النتائج العامة للدراسة

❖ نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالشكل:

✓ تعتمد صفحة جيغل نيوز على اللغة العربية الفصحى وعلى اللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية في نشر أخبارها، وذلك أنها تهتم بالجمهور المختلف بهدف التأثير عليه وضمان نجاح عملية التواصل بين الصفحة والمتابعين لها.

✓ تعرض صفحة جيغل نيوز الخبر مجردا وذلك أنها تنقله كما حدث دون تحريف وتزييف الحقائق، وكذلك تعتمد أحيانا على نشر الخبر مفسرا بمجموعة من التفاصيل وذلك من مصادر موثوقة ملتزمة بذلك الحياد والموضوعية في عرض الخبر.

✓ أما بالنسبة لأنواع العناوين المستخدمة فقد كانت مختلف الأخبار معنونة بعناوين "مباشرة" بنسبة 50% وهي عناوين شاملة عموما على مضمون الخبر الذي قد تجعل القارئ يستغني عن إتمام قراءة الخبر.

✓ أغلب الأخبار منشورة على الصفحة وفق قالب الهرم المقلوب وذلك بنسبة 58,33% وذلك أنه يركز على التفاصيل الأكثر أهمية وهذا ما يؤكد ما سبق ذكره من خلال تحليل وتفسير الجدول.

✓ ركزت الصفحة على استخدام الصور الفوتوغرافية في الأخبار بنسبة 83,33%، وهي صور حية من قلب الحدث، كما سجلنا إقصاء شبه كلي للصور الرمزية والمركبة، كما اعتمدت كثيرا على الألوان الباردة والمعتدلة في إبراز هاته الصور دون الألوان الساخنة التي كانت نسبتها ضئيلة مع أنها الأقدر على جذب القارئ.

أخيرا بعد التعرض إلى البيانات المتعلقة بالشكل نستنتج أن صفحة جيغل نيوز تراعي مواصفات الخبر الإلكتروني، كما أنها تعتمد على مختلف وسائل الإبراز كالصور، والعناوين، وبالتالي نقول أن الصفحة استطاعت إبراز مضامينها الإعلامية عبر الفضاء الأزرق.

#### ❖ نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالمضمون:

✓ إن الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز هي أخبار محلية.

✓ تتلقى الصفحة تفاعلا كبيرا من طرف الجمهور المتابع لها وهذا ما سجلناه سابقا من خلال قراءتنا لجدول التفاعل مع المنشورات حيث كان لها صدى واسع وهذا من خلال عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركة بالمنشور.

✓ من حيث فئة الجمهور المستهدف من الأخبار المنشورة في الصفحة نجد أنها تستهدف فئات المجتمع ككل، لأنها عموما تتطرق إلى القضايا الاجتماعية بأنواعها وهذا ما جعلها لا تقتصر على فئة واحدة فقط.

✓ تعتمد صفحة جيجل نيوز في جمع المادة الخبرية على وسائل الإعلام بنسبة كبيرة كمصدر أولي، مع حضور كلا من المواطنين والمراسلون بنسبة متقاربة لوسائل الإعلام، كما أنها تتجنب الحصول على الأخبار من مصادر مجهولة.

✓ من حيث المواضيع المتضمنة للأخبار المنشورة عبر الصفحة فإننا نجد أن الموضوع الاجتماعي قد طغى على بقية المواضيع الأخرى بنسبة 50% ذلك أنها تسلط الضوء على الأحداث الاجتماعية والقضايا التي تخص الصالح العام محاولة معالجتها وإيجاد الحلول المناسبة لها.

✓ تتنوع الأهداف التي تسعى إليها صفحة جيجل من خلال نشر الأخبار ما بين الإعلام والإخبار، التحذير، التوعية، والتحسين، إلا أن الهدف الأسمى هو الإعلام والإخبار الذي كانت له أفضلية الحضور بنسبة 66,66% من مجموع الأهداف.

✓ بالنظر إلى مجموعة القيم المدروسة في المادة الخبرية والتي يؤمن به القارئ بالاتصال فقد جاءت الأخبار التي تناولناها مركبة على قيمة الاهتمامات الإنسانية وهذا جيد لأن الصفحة تهتم بالمواضيع الاجتماعية وتخطب كافة المجتمع فهذه القيمة إيجابية توحى إلى التعاون والتعاطف والتضامن...

وأخيرا بعض التعرض إلى البيانات المتعلقة بالمضمون نستنتج أن صفحة جيجل نيوز Jijel news تهتم بكل ما هو محلي وتستهدف كافة المجتمع بالمواضيع الاجتماعية التي تتطرق إليها هذا ما

أعطائها تفاعلا معتبرا من المتابعين لها، كما أنها تتصف بمصداقية المصادر وتسعى دائما لإعلام وإخبار الناس بكل ما هو موجود في الواقع، إضافة إلى محاولة زرع قيما إيجابية متنوعة داخل الكيان الاجتماعي، وهذا ما جعلها تحتل الصدارة وتحظى بهذا الكم الهائل من المتابعين لها والمشاركين فيها.

عموما نقول أن صفحة جيغل نيوز كما تهتم بشكل المادة الإخبارية وتعرضها بصورة جذابة كذلك تهتم بالمضمون مما تجعل القارئ دائم المتابعة لها.

### رابعا: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

تطرقنا في دراستنا إلى مجموعة من الفرضيات وذلك بناء من تساؤلات الدراسة.

#### ❖ الفرضية الأولى:

تهتم صفحة جيغل نيوز بتناول الأخبار في جميع المجالات.

بعد النتائج المتعلقة بالمضمون تبين لنا أن الصفحة تهتم بجميع المجالات إلا أن المواضيع الاجتماعية طغت على المواضيع الأخرى، وهذا ما يفسر أن صفحة جيغل نيوز تهتم بالمواضيع الاجتماعية أكثر دون إهمال البقية، ومن هنا فالفرضية الأولى محققة.

#### ❖ الفرضية الثانية:

تستخدم صفحة جيغل نيوز اللغة العربية الفصحى واللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية.

بعد النتائج المرتبطة بالشكل توصلنا إلى أن صفحة جيجل نيوز تستخدم اللغة العربية الفصحى، واللغة الممزوجة بين العربية والفرنسية في نشر الأخبار، باعتبارها الأنسب للتواصل مع الجمهور المستهدف، وبالتالي فالفرضية الثانية محققة.

### ❖ الفرضية الثالثة:

تحظى صفحة جيجل نيوز بنسبة كبيرة من التفاعلية من طرف مستخدميها.

لاحظنا من خلال قراءتنا للجدول الذي يتضمن أشكال التفاعل مع المنشورات، أن الصفحة لديها تفاعلا كبيرا من طرف مستخدميها وهذا ما أكدته أرقام الإعجاب وعدد التعليقات والمشاركة بالمنشورات، وعليه فالفرضية الثالثة محققة.

### ❖ الفرضية الرابعة:

تعتمد صفحة جيجل نيوز على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار.

عديدة هي مصادر الحصول على الأخبار منها مصادر معلومة ومصادر مجهولة (من مراسلين، مواطنون، وسائل الإعلام ومجهولة)، حيث أثبتت نتائج التحليل أن صفحة جيجل نيوز تعتمد على وسائل الإعلام بشكل أساسي في جمع المادة الخبرية، وهذا راجع إلى أن الصفحة تفضل النشر من مصادر موثوقة، ومنه فالفرضية الرابعة محققة.

❖ الفرضية الخامسة:

تحتوي الأخبار المنشورة عبر صفحة جيغل نيوز على القيم الإيجابية.

تتضمن الأخبار قيما منها الإيجابية (الاهتمامات الإنسانية والفائدة الإعلامية) ومنها السلبية (الشهرة، الإثارة، السلبية والصراع) وقد حظيت الاهتمامات الإنسانية بنسبة أكبر من القيم الأخرى وهذا ما يفسر أن القيم الإيجابية هي الأكثر حضورا في الأخبار المنشورة، وعليه فالفرضية الخامسة محققة.

خامسا: نتائج الدراسة من منظور الأهداف

- ✓ تعتمد صفحة جيغل نيوز على مواضيع مختلفة وأكثرها اعتمادا هو الموضوع الاجتماعي.
- ✓ تحظى صفحة جيغل نيوز بعدد كبير من المتابعين ويتضح هذا من خلال أشكال التفاعل المختلفة من الإعجابات، التعليقات والمشاركة للمنشورات، وكذلك عدد المتابعين والمشاركين في الصفحة الذي فاق أربع مئة ألف مشترك.
- ✓ تهتم صفحة جيغل نيوز بتحقيق إشباع جمهورها وتلبية حاجاته وهذا استنادا إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن الأفراد يعتمدون على هذه الوسائل لتحقيق الفهم والتوجيه والتسلية أيضا، وهذا ما استنتجناه من الأخبار المعروضة والتي قمنا بتحليلها شكلا ومضمونا.

✓ يتضح من خلال الدراسة أن صفحة جيغل نيوز تعتمد على وسائل الإعلام كمصدر أساسي

في الحصول على الأخبار.

✓ تلتزم صفحة جيغل نيوز بمجموعة من القيم في عرض الأخبار وأكثرها بروزا هي قيمة

الاهتمامات الإنسانية.

خاتمة

خاتمة:

لقد أصبح الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الراهن مرتبطا ارتباطا وثيقا بالأحداث اليومية الجارية لما تعرضه من أخبار في مواقع التواصل الاجتماعي.

في محاولة منا للتعرف على مدى تناول الإعلام للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، قمنا بتناول موضوع الدراسة من خلال فصول نظرية كانت بمثابة أرضية للوصول إلى صلب الموضوع، حيث هدفت دراستنا إلى تسليط الضوء على الأخبار، ومن جانب آخر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما حاولنا الوصول إلى الطريقة التي تعرض بها صفحة جيغل نيوز أخبارها من خلال تحليلنا لعينة من الأخبار المنشورة عبر الصفحة.

وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها لمستها الخاصة في عرض الأخبار، حيث أصبحت الملاذ الأول للأفراد كأحد أبرز مصادر المعلومات التي فرضت نفسها بقوة وسرعة انتشارها.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

- 1- أمين، رضا. (2015). الإعلام الجديد. (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 2- بن كران، سليمان. (2015). الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية. (الطبعة الأولى). عمان: دار الراجية للنشر والتوزيع.
- 3- بن مرسللي، أحمد. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. (الطبعة الثانية). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 4- البياتي، ياس خضير. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار البداية ناشرون وموزعون.
- 5- البياتي، ياس خضير. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار البداية ناشرون و موزعون.
- 6- التل، وائل عبد الرحمن، قحل، عيسى محمد. (2007). البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (الطبعة الثانية). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 7- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل. (2012). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الأولى). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- 8- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل. (2014). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الثانية). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 9- الجميلي، عظيم كامل، العاني، ثناء إسماعيل، (2014). صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية. (الطبعة الثانية)، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 10- جواد، عبد الستار. كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة: ريتش، كارول. (2002). (الطبعة الأولى). الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 11- الحتو، محمد سلمان. (2012). مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 12- حسين، سمير محمد. (1999). بحوث الإعلام. (الطبعة الثانية). القاهرة: عالم الكتب.
- 13- الحمداني، بشرى حسين. (2012). التغطية الصحفية الاستقصائية. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 14- حمدي، محمد الفاتح. (2017). منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال دروس نظرية وتطبيقات. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 15- الحوراني، محمد عبد الكريم. النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. ترجمة: رث، وولف، ألسون. ط1. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

16- خليل، لؤي سعيد. (2010). الإعلام الصحفي. (الطبعة الأولى). عمان. دار أسامة للنشر.

17- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. (الطبعة الأولى). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

18- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. (الطبعة الأولى). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

19- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). الخبر في وسائل الإعلام. (الطبعة الأولى). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

20- الديهي، محي الدين إسماعيل محمد، (2015). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. (الطبعة الأولى). الإسكندرية: الناشر مكتبة الوفاء القانونية.

21- ربيع، هبة. أحدث وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة: بول ليفنستون. (2015). (ط1). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

22- رزاق، عبد العالي. (2011). كيف تصبح صحفياً الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والأترنت. الجزائر: دار هومة للطباعة النشر والتوزيع.

23- ساعد، ساعد. (2012). فنيات التحرير الصحفي. الجزائر: دار الكتب والوثائق القومية.

- 24- شحاتة، سليمان محمد سليمان.(2005). **مناهج البحث بين النظرية والتطبيق**. مركز الإسكندرية للكتاب.
- 25- الشريف، عبد الله محمد. (2008). **مناهج البحث العلمي**. الإسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية.
- 26- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزة، كافي محمد مصطفى يوسف. (2015). **الصحافة الإلكترونية الرقمية**. (الطبعة الأولى).الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 27- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزة، كافي محمد مصطفى يوسف. (2015). **الإعلام الرقمي الجديد**. (الطبعة الأولى): دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 28- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزت كافي، محمد مصطفى يوسف. (2015). **الصحافة الإلكترونية، (الطبعة الأولى)**. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 29- الشمايلة، ماهر عودة، اللحام، محمود عزت كافي، محمد مصطفى يوسف. (2015). **الإعلام الرقمي الجديد**. (الطبعة الأولى). دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 30- شبية، شدوان علي. (2012). **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق**. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 31- طعيمة، رشدي أحمد. (2004). **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية**. القاهرة: دار الفكر العربي.

- 32- عامر، فتحي. (2011). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. (الطبعة الأولى). مصر. العربي للنشر والتوزيع.
- 33- عبد الحميد، محمد. (1988). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية.
- 34- عبد الحميد، محمد. (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. لبنان: دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر.
- 35- عبد الرزاق، انتصار إبراهيم، الساموك، هند حسام. (2011). الإعلام الجديد طور الأداء والوسيلة والوظيفة. (الطبعة الأولى). بغداد: دار الجامعة للطباعة والنشر والترجمة.
- 36- العبد الله، مي. (2006). نظريات الاتصال. (الطبعة الأولى). لبنان: دار النهضة العربية.
- 37- عبد النبي، عبد الفتاح إبراهيم. سوسولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 38- عدس، عبد الرحمن، ذوقان، عبيدات، كايد، عبد الحق. (2012). البحث العلمي مفهومة أدواته وأساليبه. (الطبعة الرابعة عشر). المملكة الأردنية الهاشمية. عمان: دار الفكر.
- 39- عفيفي، علاء الدين محمد. (2015). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.

- 40- القريشي، علي ناصر. (2011). المداخل النظرية لعلم الاجتماع. (الطبعة الأولى). عمان: دار للنشر والتوزيع.
- 41- القندلجي، عامر إبراهيم، (2013)، الإعلام والمعلومات والأنترنت. (الطبعة العربية). الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 42- القيسي، جمال عبد ناموس. (2013). الأخبار في الصحافة الإلكترونية العربية وإيلاف أنموذجا. (الطبعة الأولى). عمان: دار النفاس للنشر والتوزيع.
- 43- كنعان، علي عبد الفتاح. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. (الطبعة العربية). عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 44- مركز المحتسب الإستشارات. (1438). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتساب توتير أنموذجا. (الطبعة الأولى). المملكة العربية السعودية: دار المحتسب للنشر والتوزيع.
- 45- مزاهرة، منال هلال. (2010). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- 46- المشاقبة، عبد الرحمن. (2014). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 47- مصباح، عامر. (2009). المدخل إلى علم الأنثروبولوجيا. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 48- المغربي، كامل محمد. (2011). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. (الطبعة الرابعة). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

- 49- مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين. (1998). الإتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
- 50- ناجي، عباس. (2012). الخبر الصحفي. (الطبعة الأولى). العراق: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 51- نصر، عبد الرحمن، حسني محمد، سناء. (2012). التحرير الصحفي في عصر المعلومات. (الطبعة الأولى). العين الإمارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي.
- 52- نصر، عبد الرحمن، حسني محمد، سناء. (2012). التحرير الصحفي في عصر المعلومات. (الطبعة الأولى). العين الإمارات المتحدة العربية: دار الكتاب الجامعي.
- 53- النعيمي، محمد عبد العال، البياتي، عبد الجبار، خليفة، غازي جمال. (2015). طرق ومناهج البحث العلمي. (الطبعة الثانية). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- 54- الهيتي، هشيم هادي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات. (الطبعة الأولى). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 55- يعقوب، عبد الحليم موسى. (2014). الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية. (الطبعة الأولى). الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 56- يوسف، كافي مصطفى. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. (الطبعة الأولى). عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

ثانيا: القواميس والمعاجم

1- الخلفي، طارق سيد أحمد. (2008). معجم مصطلحات الإعلام إنجليزي-عربي. (الطبعة الأولى). دار المعرفة الجامعية.

2- الفار، محمد جمال. معجم ومصطلحات الإعلامية. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

ثالثا: المجالات

1- تومي، عبد القادر، حمدي، محمد عبد الفاتح. (السداسي الثاني 2014). الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة تعنى بالبحوث العلمية في مجال علوم الاتصال والإعلام بكل تخصصاته. العدد السابع والعشرون.

رابعا: الرسائل الجامعية

1- بوبكر، السايح. (2016-05-24). دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات دراسة حالة متعامل قطاع الهاتف النقال بالجزائر موبيليس وكالة ورقلة، مذكرة منشورة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي، علوم تجارية تسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة: الجزائر.

2- ثنيو، فاطمة الزهراء. (2011). البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، رسالة لنيل درجة الدكتور في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة منتوري.

- 3- خليل أبو يعقوب، شدان يعقوب. (2015). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة منشورة مكتملة للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية.
- 4- الزهراني، محمد حسن جابر بن عواض. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ورقلة، مذكرة منشورة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيات الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح: ورقلة.
- 5- سهيلي، لامية. (2014-2015). التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين، مذكرة منشورة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.
- 6- عيادي، منير. (2014-2015). اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار دراسة وصفية لعينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مذكرة منشورة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.
- 7- عيساوي، أكرم. (2015-2016). اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام

والإتصال، مذكرة منشورة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي: تبسة.

8- لكحل، حليلة، زايدى، ربيعة. (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في

العلاقات الأسرية الفيسبوك أنموذجا دراسة ميدانية لمجموعة من المعلمات المتزوجات،

مذكرة منشورة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علم اجتماع وديموغرافيا، كلية العلوم الانسانية

والاجتماعية، جامعة بن ريان عاشور الجلفة: الجزائر.

9- المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة

مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجا، رسالة ماجستير منشورة في

الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية: الدانمارك.

خامسا: المواقع الإلكترونية

1- <http://mawdoo3.com-11/02/2018-23:15>

2- <http://elearn.univ.ourgla.dz-06/03/2018-19:24>

3- <http://kenanaonline.com-06/03/2018-11:09>

4- <http://arabic.rt.com-07/03/2018-10:28>

5- <https://pulpit.alwatanvoice.com-18/04/2018-16:29>

ملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة تحليل المحتوى:

## التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي

-دراسة تحليلية لصفحة جيجل نيوز -

بين أيديكم استمارة تحليل المحتوى بعنوان التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي -

دراسة تحليلية لصفحة جيجل نيوز

نرجو منكم تحكيم هذه الاستمارة وفق فئات الشكل والمضمون الموجودة في الدليل.

إشراف الدكتور:

- مسعود بوسعدية

إعداد الطالبين:

- سارة بوكروك

- شيماء لحر

السنة الجامعية: 2017-2018

المحور الأول: البيانات الخاصة بصفحة جيجل نيوز

(01)

1- اسم الصفحة

(02)

2- اسم الموقع

(03)

3- عدد مشتركى الصفحة

(04)

4- عدد الأخبار المنشورة

(05)

5- تاريخ نشر الأخبار

(07)

(06)

المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟) **How is said catégories**:

6- اللغة المستخدمة في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز على الفيس بوك

(11)

(10)

(09)

(08)

7- طبيعة عرض المادة الخبرية

(14)

(13)

(12)

8- أنواع العناوين المرافقة للأخبار

(17)

(16)

(15)

9- القوالب الخيرية

(20)

(19)

(18)

10- طبعة الصور المستخدمة

(23)

(22)

(21)

11- الألوان الموظفة في الصور المرافقة للأخبار

(26)

(25)

(24)

11-1- الألوان الساخنة

(3-24)

(2-24)

(1-24)

11-2- الألوان الباردة

(3-25)

(2-25)

(1-25)

11-3- الألوان المعدلة

(3-26)

(2-26)

(1-26)

المحور الثالث: فئات المضمون (ماذا قيل؟) :What is said categories

12- فئة الموضوعات:

13-1- نوع الأخبار المنشورة عبر الصفحة

(29)	(28)	(27)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

14- أشكال التفاعل مع المنشورات

(32)	(31)	(30)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

15- فئة الجمهور المستهدف

(37)	(36)	(35)	(34)	(33)
<input type="text"/>				

16- المصادر المعتمدة في جمع الأخبار

(41)	(40)	(39)	(38)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

17- طبيعة الأخبار

(45)	(44)	(43)	(42)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

18- فئة الأهداف

(49)	(48)	(47)	(46)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

19- فئة القيم

(53)	(52)	(51)	(50)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	(56)	(55)	(54)
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

المحور الرابع: ملاحظات عامة

## دليل الاستمارة:

### المحور الأول: البيانات الخاصة بصفحة جيجل نيوز

- 1- المربع رقم (01) يشير إلى اسم الصفحة جيجل نيوز
- 2- المربع رقم (02) يشير إلى اسم الموقع: <https://www.twitter.com/jijel-news>
- 3- المربع رقم (03) يشير إلى عدد مشتركى الصفحة: 403914 مشترك.
- 4- المربع رقم (04) يشير إلى العدد الأخبار المنشورة: 120 خبر.
- 5- المربع رقم (05) إلى (07) يشير إلى تاريخ نشر الأخبار ((05): اليوم، (06): الشهر، (07): السنة).

### المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 6- المربع رقم (08) إلى (11) يشير إلى اللغة المستخدمة في الأخبار: ((08): اللغة العربية الفصحى، (09): اللغة الفرنسية، (10) اللهجة العامية، (11): مزيج بين العربية والفرنسية).
- 7- المربع رقم (12) إلى (14) يشير إلى طبيعة عرض المادة في الصفحة: ((12): مجرد، (13): خبر مفسر، (14): خبر بصورة ملونة)
- 8- المربع رقم (15) إلى (18) يشير إلى العناوين المرافقة للأخبار، ((15): عنوان مباشر، (16): عنوان مختصر، (17)، عنوان مؤكد، (18): غير موجود).
- 9- المربع رقم (19) إلى (20) يشير إلى القوالب الصحفية المستخدمة في كتابة الأخبار: ((19): هرم معتدل، (20): هرم مقلوب، (21): هرم متدرج).

10-المربع رقم(22) إلى (24) يشير إلى الصور المستخدمة في الأخبار عبر صفحة جيجل نيوز:  
(22): صور فوتوغرافية، (23): صور رمزية، (24): صور مركبة)

11-المربع رقم (24) إلى (26) يشير إلى الألوان الموظفة في الأخبار عبر صفحة جيجل نيوز على  
الفييس بوك:(24):الألوان الساخنة، (25):الألوان الباردة، (26):الألوان المعتدلة).

11-1-الألوان الساخنة: (1/24):أحمر، (2/24):أصفر، (3/24):برتقالي.

11-2-الألوان الباردة: (1/25):أزرق، (2/25):أخضر، (3/25):بني.

11-3-الألوان المعتدلة: (1/26):أسود، (2/26):أبيض، (3/26):رمادي.

### المحور الثالث: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

12-المربع رقم (27) إلى (29) يشير إلى نوع الأخبار المنشورة على صفحة جيجل نيوز: ((27):  
محلي، (28): وطني، (29): دولي).

13-المربع رقم (30) إلى (32) يشير إلى أشكال التفاعل مع المنشورات: ((30): عدد الإعجابات  
بالمنشور، (31): التعليق على المنشور، (32): عدد المشاركة بالمنشور).

14-المربع رقم (33) إلى (37) يشير إلى فئة الجمهور المستهدف: ((33): شباب، (34):  
رجال، (35): نساء، (36): السلطات العليا، (37): المجتمع).

15-المربع رقم (38) إلى (41) يشير إلى المصادر المعتمدة في جمع الأخبار: ((38): مجهولة،  
(39): مواطنون، (40): مراسلون، (41): وسائل الإعلام).

16- المربع رقم (42) إلى (46) يشير إلى طبيعة الأخبار التي تنشرها صفحة جيجل نيوز: ((42):

سياسية، (43): ثقافية، (44): اجتماعية، (45): اقتصادية (46): رياضية).

17- المربع رقم (47) إلى (50) يشير إلى فئة الأهداف: ((47): الإعلام والإخبار، (48):

التحذير، (49): التوعية، (50): التحسيس).

18- المربع رقم (51) إلى (56) يشير إلى طبيعة القيم المتضمنة في الأخبار المنشورة: ((51):

الاهتمامات الإنسانية، (52): الشهرة، (53): الإثارة، (54): الفائدة الإعلامية، (55): الصراع،

(56): التسلية).

**المحور الرابع: ملاحظات عامة**

ملحق رقم 03: قائمة الجداول

جدول رقم (03): يمثل اللغة المستخدمة في نشر الأخبار في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	اللغة
		اللغة العربية الفصحى
		اللغة الفرنسية
		اللهجة العامية
		مزيج بين العربية والفرنسية
		المجموع

جدول رقم (04): يمثل تكرار عرض المادة الخبرية في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة المادة
		مجرد
		تفسيري
		ملون
		المجموع

جدول رقم (05): يمثل أنواع العناوين المرفقة للأخبار المنشورة في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	نوع العناوين
		عنوان مباشر
		عنوان مختصر
		عنوان مؤكد
		عنوان غير موجود
		المجموع

جدول رقم (06): يمثل القوالب المعتمدة في كتابة الأخبار في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	القوالب
		الهرم المعتدل
		الهرم المقلوب
		الهرم المتدرج
		المجموع

جدول رقم (07): يمثل طبيعة الصور المستخدمة في الأخبار في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	الصور
		صور فوتوغرافية
		صور رمزية
		صور مركبة
		المجموع

جدول رقم (08): يمثل الألوان الموظفة في الصور المرافقة للأخبار في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	الألوان
		ساخنة
		باردة
		معتدلة
		المجموع

جدول رقم (09): يمثل نوع الأخبار المنشورة في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	نوع الأخبار
		محلي
		وطني
		دولي
		المجموع

جدول رقم (10): يمثل أشكال التفاعل مع المنشورات في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	أشكال التفاعل
		عدد الإعجابات بالمنشور
		التعليق على المنشور
		عدد المشاركة بالمنشور
		المجموع

جدول رقم (11): يمثل فئة الجمهور المستهدف من الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	فئة الجمهور
		شباب
		رجال
		نساء
		السلطات العليا
		المجتمع
		المجموع

جدول رقم (12): يمثل تكرار المصادر المعتمدة في جمع الأخبار في صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	مصادر جمع الأخبار
		مجهولة
		مواطنون
		مراسلون
		وسائل الإعلام
		المجموع

جدول رقم (13): يمثل طبيعة الأخبار التي تنشرها صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة الأخبار
		سياسية
		ثقافية
		اجتماعية
		اقتصادية
		رياضية
		المجموع

جدول رقم (14): يمثل تكرار فئة الأهداف.

النسبة المئوية %	التكرار	الأهداف
		الإعلام والإخبار
		التحذير
		التوعية
		التحسيس
		المجموع

جدول رقم (15): يمثل تكرار القيم الموظفة في الأخبار عبر صفحة جيجل نيوز.

النسبة المئوية %	التكرار	القيم
		الاهتمامات الاجتماعية
		الشهرة
		الإثارة
		الفائدة الإعلامية
		السلبية
		الصراع
		المجموع



JijelNews a ajouté 59 photos à l'album Célébration de la journée de la femme 8 Mars à Jijel — à [Jijel](#), avec Ilyes Abd El Nour Boutaka.

8 mars · 🌐

جيجل تحتفل بعيد المرأة : احتفالا بعيد المرأة نظم قطاع الثقافة لولاية جيجل حفلا فنيا على شرف المرأة احيته فرقة أناسيات من بجاية و مكنة من جيجل بحضور والي ولاية جيجل السيد بشير فار و السلطات العمومية حيث تم افتتاح صالون المرأة و تكريم مجموعة من النساء العاملات في مختلف المجالات



👍 J'aime

💬 Commenter

🔄 Partager

👍❤️👤 1,2 K

Les plus pertinents ▾

45 partages



JijelNews

5 mars · 🌐

يعلن المعهد الدولي للغات والاتصال فرع جيجل وتاسوست عن فتح التسجيلات في اللغتين الإنجليزية والفرنسية مع أساتذة أكفاء ... لأستفساراتكم يرجى الإتصال على الرقم : 0549349821



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager

👍❤️👤 Souma Smile et 973 autres personnes

Les plus pertinents ▾

46 partages



JijelNews a ajouté 15 photos à l'album Une journée avec les enfants du Centre Médico-Pédagogique Jijel — à Jijel.

\*\*\*

26 février · 🌐

مازالنا نتذكر تلك الضحكات لم تضحكها بعد؟ و سعادات في جيب الأيام لم نعيشها بعد؟ وما زال في العمر خبايا جميلة تنتظرنا بإذن الله ❤️ يوم مع أطفال المركز النفسي البيداغوجي للأطفال المعاقين ذهنيا بجيجل. نصرو



👍 J'aime

💬 Commenter

🔄 Partager

👍❤️😮 523

Les plus pertinents ▾

13 partages



JijelNews

21 février · 🌐

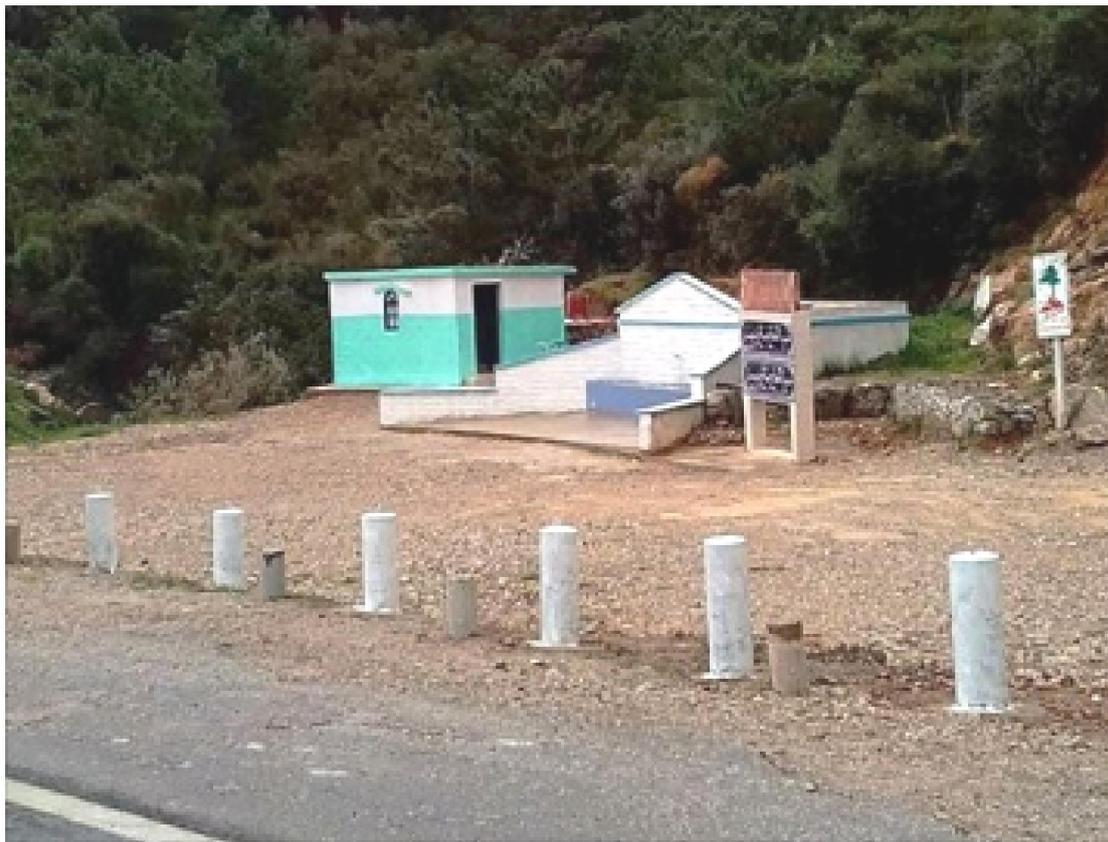
...

### Jijel: Réalisation d'une salle de prière à Kissir

Une salle de prière à été réalisé récemment dans un espace de repos près de la source d'eau sur la route de la déviation à Kissir, sa réalisation a été financé par la famille du défunt Mr Salah Zaimeche, que dieu l'accueil dans on vaste paradis.

جيجل: تشييد قاعة للصلاة بطريق كيسير

قامت عائلة المرحوم (صالح زعيمش) بإنجاز مصلى في قضاء الراحة بمنبع كيسير على طريق الوزن الثقل، من أمواله الخاصة حيث تبرع بكل تكاليف المشروع .. رحمه الله وجعلها له صدقة جارية



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager

👍👎👤 3 K

Les plus pertinents ▾

139 partages



JijelNews

1 mars, 11:00 · 🌐 · 🔄

## Drame à Jijel: il tue sa femme dans leur appartement familial

Une mère de 5 enfants a été lâchement assassinée à l'arme blanche par son mari, qui a pris la fuite. Le crime a eu lieu dans les bâtiments non loin de l'hôpital Mohamed Seddik Benyahia à Jijel.

جيجل : زوج يقتل أم أولاده بطعنات خنجر

اهتزت، عاصمة ولاية جيجل على وقع جريمة مروعة، راحت ضحيتها سيدة تبلغ من العمر 51 سنة بمنزلها العائلي بحي الشهداء لونيس، جراء تعرضها لطعنات خنجر قاتلة من قبل زوجها في الخمسينيات من العمر، والذي لا يزال في حالة فرار. و أوضحت مصادر متطابقة للنصر بأن مصالح الأمن تلقت مكالمة هاتفية في حدود الساعة الثانية عشرة و نصف صباحا، من قبل جيران الضحية، تم الإبلاغ فيها عن تعرض سيدة لطعنات سكين قاتلة من قبل زوجها بمنزلها العائلي، قبل دقائق من صلاة الجمعة و أضافت ذات المصادر بأن أسباب قيام الزوج بفعلة تعود إلى خلافات عائلية و مشاكل متراكمة منذ سنوات، أدت إلى إقدام الزوج على جريمة شنعاء هزت الشارع الجيجلي، و تشير المعطيات الأولية المتحصل عليها، بأن الضحية أم لخمسة أولاد، أصغرهم يدرس بمرحلة الابتدائي. و تتحدر أصول العائلة من ولاية تبسة، إذ لا يزال الجاني في حالة فرار ، وقد قام باصطحاب ابنه الصغير معه، فيما أشارت مصادر أخرى بأن الزوج مقيم بالعاصمة منذ مدة رفقة أبنائه الأربعة، وقد استغل توقيت صلاة الجمعة، للقيام بمحاولة لأخذ ابنه البالغ من العمر سبع سنوات بالقوة، و نتيجة لرفض الضحية، تطور الأمر إلى مشاجرة بين الزوجين، أدت إلى إزهاق روحها، ليُفر بعدها الجاني، حسب مصدر أمني إلى الجزائر العاصمة مصحوبا بالطفل الصغير. و أوضحت مصادر النصر بأن وكيل الجمهورية لدى محكمة جيجل، أمر بفتح تحقيق معمق في القضية، و إخضاع الجثة للتشريح، فيما لا تزال المصالح الأمنية، تبحث عن الزوج الهارب، و ينتظر أن تكشف التحقيقات في الساعات القليلة المقبلة عن أسباب و ظروف وقوع الحادثة الأليمة التي هزت الشارع الجيجلي. كطوليل



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍 🤔 😱 2,3 K

Les plus pertinents ▾

138 partages



JijelNews

17 février · 🌐

...

Urgent: Un autre accident à Jijel

Un bus fonce directement contre un arbre dans un quartier au centre de Jijel . bilan: trois (03) citoyens blessés et des dégâts matériels importants..

عاجل: ثلاث جرحى في حادث مرور إثر اصطدام حافلة بشجرة في حي النادي الجوي بجيجل



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager

👍 😮 😱 1,6 K

Les plus pertinents ▾

28 partages



JijelNews

12 mars · 🌐

...

En direct de Beaumarchais à Jijel

La JSD fête aujourd'hui son 82ème anniversaire. Ce soir les supporters d'Ennemra ont boycotté la célébration de cette occasion, pour des raisons connues de tous..

مباشرة من بومارشاي - جيجل

على غير العادة أنصار النمرة يقاطعون الاحتفال بالذكرى 82 لتأسيس فريق شباب جيجل هذا العام بسبب النتائج السلبية والمشاكل التي يتخبط فيها الفريق



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager

👍 😂 🤔 1,5 K

Les plus pertinents ▾

11 partages



JijelNews a ajouté 13 photos à l'album Visite du wali de Jijel à Beni Ferguene.

15 février · 🌐

\*\*\*

- إجراءات عاجلة لفك العزلة و تنمية منطقة بني فرقان بأقصى شرق ولاية جيجل
- أعلن والي ولاية جيجل السيد بشير فار عن جملة من الإجراءات التنفيذية من أجل فك العزلة و تشجيع السكان للعودة إلى منطقة بني فرقان ببلدية الميلية خاصة بعد إستياب الأمن بالمنطقة و مطالبة سكانها الأصليين بتوفير بعض المرافق و برامج الدعم قصد خلق نشاط يمكنهم الإستقرار و فتح مجالات جديدة لتنمية المنطقة خاصة في المجالين الفلاحي و السياحي. و من بين القرارات التي تم الخروج بها خلال الزيارة التي تمت صبيحة يوم الأربعاء 14 فيفري 2018، بعد الإستماع إلى إنتشغالات السكان:
- تسريع وتيرة تهيئة و تعبيد الطريق الولائي رقم 132 ب بخلاف مالي يقدر بـ 149 مليار سنتيم الذي يربط منطقة مشاط بواد الزهور على مسافة 25 كلم و الذي بلغت نسبة إنجازه 65 بالمئة مع إمكانية مده إلى غاية شاطئ واد زهور الذي يشهد إقبالا كبيرا خلال موسم الإصطياف خاصة خلال السنوات الأخيرة مع إستياب الوضع الأمني بفضل الجيش الوطني الشعبي.
  - القيام بدراسة لإنجاز معبر على الوادي بمنطقة أولاد جاب الله و تقديم إقتراحات من طرف مديرية الأشغال العمومية لتهيئة محاور جديدة للطرق.
  - منح 15 إعانة للبناء الريفي لفائدة سكان بني فرقان مع إضافة حصص أخرى موازاة مع عودة السكان
  - إعادة تهيئة قاعة العلاج ببني فرقان تحسبا لفتها خلال الأشهر القادمة و ذلك ضمن البرنامج الذي شرع فيه لفتح جل قاعات المنطقة عبر الولاية.
  - تقديم إعانات في مجال الدعم الفلاحي و برنامج التنمية الريفية لفائدة سكان المنطقة مع فتح المسالك المؤدية إلى الأراضي الفلاحية.
  - خلق نشاطات إستثمارية بالمنطقة خاصة في مجال تربية الماعز.



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍❤️👤 848

Les plus pertinents ▾

19 partages



JijelNews

24 février, 23:30 · 🌐 · 🌐

...

Du nouveau au sujet de de l'hôtel Kotama...

L'APC de Jijel vient d'ouvrir une nouvelle soumission pour la location de l'hôtel Kotama fermé il y'a de cela une année et demi, faisant perdre à la commune une recette de plusieurs millions de dinars..

فتح مزايمة لكراء فندق كتامة

أعلنت بلدية جيجل عن فتح مزايمة لكراء فندق كتامة بسعر افتتاحي قدر بـ150 مليون سنتيم للشهر، لمدة 9 سنوات قابلة للتجديد ، وخبراء يؤكدون أن السعر لا يزال مرتفعا بعد فشل المزايمة الأولى منذ سنة والتي كان فيها السعر الإفتتاحي بـ 200 مليون للشهر وهو ما تسبب في خسائر بالماثيير للبلدية بسبب استمرار غلق هذا المرفق



👍 J'aime

💬 Commenter

🔄 Partager

👍 🤔 😱 1,4 K

Les plus pertinents ▾

33 partages



JijelNews a partagé un album.

...

2 mars, 22:00 · 🌐 · 🌐

سكان حي بوخرطوم ببلدية الأمير عبد القادر ولاية جيجل، يقومون بمبادرة تطوعية لتنظيف الشوارع وإصلاح الطريق وطلاء واجهة مدرسة وقاعة للعلاج بإمكانياتهم الخاصة



حملة تطوعية لسكان بوخرطوم جيجل نيوز

3 mars

سكان حي بوخرطوم ببلدية الأمير عبد القادر ولاية جيجل، يقومون بمبادرة تطوعية لتنظيف الشوارع وإصلاح الطريق وطلاء واجهة مدرسة ابتدائية وقاعة للعلاج بإمكانياتهم الخاصة

👍 J'aime

💬 Commenter

🔄 Partager

👍👍👍 Ines lamis Ch et 743 autres personnes

Les plus pertinents ▾

21 partages



JijelNews

4 mars · 🌐



## Une femme meurt écrasée par un train à Sidi Abdelaziz

Une jeune dame âgée de 38 ans a trouvé la mort, aujourd'hui, après avoir été écrasée par le train de transport de marchandise qui assure la liaison entre Jijel et Constantine. Selon notre source d'information, la victime (F.B) s'est rendue au lieudit Timlikane dans la commune de Sidi Abdelaziz pour accompagner son fils qui s'apprêtait à sortir de l'école primaire de la région, avant d'être surprise par la locomotive. Selon certains témoignages, le conducteur du train avait essayé de stopper la machine tout en lançant des sifflets pour éloigner la victime des rails, mais en vain. Les services de la Protection civile n'ont pu que constater le drame avant d'évacuer la dépouille mortelle à l'hôpital Medjedoub-Saïd de Taher. Une enquête a été ouverte par les services de sécurité pour déterminer les circonstances de l'accident.

عاجل : قطار لنقل البضائع يدهس امرأة في سيدي عبد العزيز بجيجل

توفيت مساء اليوم الأحد امرأة تبلغ من العمر 38 سنة إثر دهسها من قبل قطار لنقل البضائع قادم من قسنطينة في مشهد مزروع واليم وهذا بالمكان المسمى تمليكان ببلدية سيدي عبد العزيز شرق ولاية جيجل . حيث كانت الضحية تنتظر خروج ابنها المتمدرس بإبتدائية المنطقة . وقد تم نقل جثة الضحية إلى مصلحة حفظ الجثث بمستشفى الطاهير ، فيما فتحت مصالح الأمن المختصة تحقيقات في ملابسات هذا الحادث الأليم والمسوي..إنا لله وإنا إليه راجعون .



👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

👍🥰🥰 2,8 K

Les plus pertinents ▾

102 partages



JijelNews est avec Karim Touil.

\*\*\*

14 mars, 11:00 · 🌐 · 🌐

إحالة الرئيس السابق لجامعة جيجل و15 إطارا على محكمة الجنج

أحال، مؤخرا، قاضي التحقيق لدى محكمة جيجل، 15 إطارا بجامعة جيجل على محكمة الجنج، على خلفية اتهامهم بالتلاعب بنتائج مسابقة توظيف سابقة، و هي قضية شرع في التحقيق مع الأطراف المعنية بها من قبل قاضي التحقيق منذ ما يقارب أربعة أشهر . و أوضحت مصادر متطابقة للنصر، بأن رئيس الجامعة السابق على رأس المتهمين رفقة أساتذة و أعضاء من اللجنة المتساوية الأعضاء ، حيث تم توجيه للمتهمين تهمة تتمثل في، التحيز و التزوير في وثائق إدارية و إساءة استعمال الوظيفة و إزالة مستندات بسوء نية، حيث شرعت المصالح الأمنية في التحقيق، بعد ورود رسالة مجهولة إلى السلطات القضائية بتاريخ 31 ديسمبر 2014، حول وجود تلاعبات في مسابقة توظيف أساتذة، و إداريين بجامعة جيجل، و التي تضمنت حسب ذات المصادر، مجموعة من الدلائل، تتمثل في وثائق تتعلق بتغيير محاضر الناجحين ضمن المسابقة، حيث تم استبدال محاضر المسابقة الأصلية بمحاضر أخرى، بعد القيام بتغيير نقاط المترشحين، حسب ذات المصادر و أضافت ذات المصادر، بأن قاضي التحقيق ، أمر بوضع المتهمين في رقت سابق تحت الرقابة القضائية، بعدما شرع في الاستماع إليهم خلال عدة جلسات، ليقرر بعدها إحالة الملف على محكمة الجنج و التي من المنتظر أن تنظر في القضية خلال الأيام القليلة المقبلة. كـ طويل - النصر



👍 J'aime

💬 Commenter

🔗 Partager

👤 🗣️ 😊 1,2 K

Les plus pertinents ▾

107 partages

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيف يتم تناول الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحة جيجل نيوز، وهو سؤال البحث الرئيس، وقد انبثقت عن هذا التساؤل تساؤلات فرعية أخرى جاءت كما يلي:

- ما هي طبيعة الأخبار التي تهتم بتناولها صفحة جيجل نيوز؟

- ما هي طبيعة اللغة المستخدمة عبر صفحة جيجل نيوز؟

- ما مدى التفاعلية التي تحظى بها صفحة جيجل نيوز من طرف مستخدميها؟

- ما هي مصادر الحصول على الأخبار عبر صفحة جيجل نيوز؟

- ما هي القيم الخيرية الأكثر تواجدا وانتشارا في الأخبار المنشورة عبر صفحة جيجل نيوز؟

وقد تمت الإجابة على التساؤل الرئيس والتساؤلات الفرعية بعد القيام بالجانب التحليلي للدراسة.

واعتمدنا على المنهج الوصفي لأن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية، وعلى أداة تحليل المضمون لأن إخراج المادة الخيرية يتطلب هذه الأداة.

وتم الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة والتي شكلت لنا 12 مفردة من أعداد الدراسة.

وبناء عليه فقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- وبعد النتائج التحليلية المرتبطة بالشكل والمضمون توصلنا إلى أن صفحة جيجل نيوز تعتمد على

الأخبار المجردة في نقل الحدث ذلك أنها تلتزم بمبادئ وأخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الفضاء

الأزرق، رغم أنها تعتبر من صحافة المواطن.

- استخدمت الصفحة العنوان المباشر بشكل أساسي وبشكل ثانوي.
- كما ذكرنا سابقا فقد اعتمدت الصفحة على قالب الهرم المقلوب في تحرير مادتها الإخبارية في حين جاء الهرم المعتدل في المرتبة الثانية من حيث تكرارات الظهور.
- تحظى صفحة جيجل نيوز بتفاعلية كبيرة من طرف الجمهور المتابع لها.
- أهم المصادر التي تعتمد عليها الصفحة في جمع المادة الخبرية هي وسائل الإعلام المختلفة، بعدها يأتي المواطنون والمراسلون التي تعتمد عليهم الصفحة، والمراسلون هم المقيمين في منطقة ما من الولاية وهم دائمي التواصل مع رؤساء الصفحة.
- أهم الموضوعات المشكلة للأخبار هي مواضيع اجتماعية كما أنها تتناول في أغلب أخبارها القيم الإنسانية والتي تعود بالفائدة على الناس.

## Résumé :

Cette étude a pour objectif de savoir comment les réseaux sociaux abordent ils les nouvelles sur la page **Jijel News**, qui est notre sujet principal de recherche, à partir cette question d'autres questions secondaires émergent comme la suite :

- Qu'elles sont les nouvelles que la page Jijel News s'intéresse à les aborder ?
- Qu'elle est la nature de la langue employée sur la page Jijel News par ces utilisateurs ?
- Comment sont les interactions des utilisateurs de la page Jijel News ?
- Qu'elles sont les valeurs d'actualités les plus propagées et répondues au niveau des nouvelles publiées à partir de la page Jijel News ?

La question principale et les questions secondaires ont été répondues après avoir faire une étude analytique.

Nous nous somme appuyées sur l'approche descriptive car cette étude est classée parmi les études analytique, et sur un outil d'analyse du contenu car le fait d'extraire l'information demande cet outil.

Nous nous sommes appuyées sur un échantillon aléatoire simple qui nous a constituées 12 termes parmi les nombres de l'étude, en conséquent cette étude à atteint plusieurs résultats, citons les plus importante :

- ❖ Et après les résultats analytiques qui sont en relation avec la forme et le contenu, nous sommes arrivées à comprendre que la page Jijel News dépend des nouvelles abstraites pour transmettre l'évènement donc, il adhère aux

principes et à l'éthique de la pratique des médias via l'espace bleu, malgré qu'elle soit considérée comme le journalisme du citoyen.

-La page Jijel News a utilisé un titre direct d'une manière principale et secondaire.

-Comme on a mentionné précédemment que la page a adopté le modèle de pyramide inversé pour la réaction des informations, tandis que la pyramide modérée est venue dans la deuxième place d'après les apparences répété.

-La page Jijel News apprécie beaucoup de réactions de la part du public qui la suit.

-Elle aborde dans la plupart de ses nouvelles les valeurs humaines ce qui est bénéfique pour les gens dont les sujets traités sont des nouvelles sociales.

-Les sources les plus importantes sur lesquelles la page s'appuie pour la collecte des informations sont : les différents médias, ensuite les citoyens, les correspondants que la page compte sur elle, or les correspondants sont ce qui résident dans une région de la wilaya et qui sont en contact permanent avec les administrateurs de la page.