



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة غليزان



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصفحات الإخبارية المحلية  
عبر موقع الفيسبوك

دراسة استطلاعية لصفحة غليزان الأخبار أنموذجاً

تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إشراف الدكتورة:

ريم فتيحة قدوري

إعداد الطالبين:

عمراني اقبال عبد القادر

عسال ياسين

السنة الجامعية: 2022-2023



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة غليزان



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصفحات الإخبارية المحلية  
عبر موقع الفيسبوك

دراسة استطلاعية لصفحة غليزان الأخبار أنموذجاً

تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إشراف:

د. ريم فتيحة قدوري

إعداد الطالبتين:

عمراني اقبال عبد القادر

عسال ياسين

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الدرجة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة غليزان	محاضر أ-	د.بن دحمان الحاج
مشرفا مقرر	جامعة غليزان	محاضر أ-	د.ريم فتيحة قدوري
مناقشا	جامعة غليزان	محاضر ب-	د.كروش نوال

السنة الجامعية: 2022-2021

# شكر وعرfan

نتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير إلى كل من ساهم معنا في انجاز هذا العمل

ونخص بالذكر أستاذتنا المشرفة ريم فتيحة قدوري التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها

ونصائحها القيمة التي كانت عوناً لنا لاتمام البحث.

كما نشكر جميع الأساتذة بقسم علوم الاعلام والاتصال

وأساتذة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

كل الشكر والامتنان للصحفي درقاوي حاج الزوير



مؤسس صفحة غليزان الأخبار

## الإهداء

اهدي تخرجي إلى من تمنوا لي النجاح والتوفيق  
إلى كل من ساندني وتمنى لي الخير والنجاح، عائلتي وأصدقائي وزملائي  
والشكر الكبير لأعظم شخصين أبي أمي  
إليهم جميعاً أهدي تخرجي راجياً من الله الإطالة بأعمارهم  
عمراني عبد القادر إقبال

# الإهداء

إلى كل الأهل والأصدقاء

إلى كل أفراد أسرتي الكريمة

عسال ياسين

الفهرس

## قائمة المحتويات

- 1 المقدمة: -----
- 2 1. إشكالية الدراسة: -----
- 3 2. أسباب إختيار الموضوع : -----
- 3 3. أهداف الدراسة: -----
- 4 4. أهمية الدراسة: -----
- 4 5. منهج الدراسة وأدواتها: -----
- 6 6. مجتمع البحث وعينة الدراسة: -----
- 8 7. حدود الدراسة: -----
- 9 8. مفاهيم ومصطلحات البحث: -----
- 11 9. الدراسات السابقة: -----

### الفصل الأول: الإطار النظري

#### الاتجاه وشبكات التواصل الاجتماعي

- 16 أولاً: الإتجاه -----
- 16 تعريف الاتجاه: -----
- 17 أنواع الاتجاه وخصائصه: -----
- 18 تعريف الجمهور -----
- 19 مراحل تشكل الجمهور -----
- 20 وظائف الاتجاه: -----
- 21 أساليب تغيير الاتجاه -----

- 23 ----- ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي:
- 23 ----- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
- 24 ----- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
- 25 ----- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:
- 26 ----- مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
- 27 ----- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:
- 28 ----- ثالثاً: موقع الفيسبوك
- 28 ----- نشأة الفيسبوك وتطوره:
- 29 ----- خصائص موقع الفيسبوك:
- 30 ----- الصفحات المحلية الإخبارية على الفيسبوك:
- 31 ----- خدمات صفحات الفيسبوك:

### الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

اتجاهات الجمهور الجزائري (الغليزاني) نحو الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع  
الفيسبوك

- 34 ----- أولاً: صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك
- 37 ----- ثانياً: اتجاهات الجمهور الجزائري الغليزاني نحو صفحة غليزان الأخبار
- 37 ----- مطالعة الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك:
- 38 ----- متابعة الجمهور الغليزاني لصفحة غليزان الأخبار
- 38 ----- دورية المطالعة لصفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك
- 39 ----- كيفية مطالعة صفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك

- 40 ----- أماكن تصفح الجمهور لصفحة غليزان الاخبار عبر موقع الفيسبوك
- 40 ----- أوقات تصفح الجمهور لصفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك
- 41 ----- أسباب متابعة الجمهور الغليزاني لصفحة غليزان الأخبار
- 42 ----- ثالثاً: اتجاهات الجمهور نحو مضمون صفحة غليزان الأخبار
- 42 ----- المزايا التي توفرها صفحة غليزان الأخبار للجمهور:
- 42 ----- أسباب تفضيل الجمهور لمضامين صفحة غليزان الأخبار:
- 43 ----- المضامين التي يقبل عليها جمهور صفحة غليزان الأخبار
- 44 ----- ثقة الجمهور في المضامين الإخبارية لصفحة غليزان الأخبار
- 45 ----- طرق تأكد الجمهور من الأخبار التي تنشرها صفحة غليزان الأخبار:
- 46 ----- رابعاً: اتجاهات الجمهور نحو الشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار
- 46 ----- عناصر الجذب في صفحة غليزان الأخبار
- 47 ----- عند تصفحك لصفحة غليزان الأخبار تفضل المواضيع المرفقة
- 48 ----- تقييم الجمهور للشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار
- 49 ----- خامساً: اتجاهات الجمهور نحو التفاعلية المحققة في صفحة غليزان الأخبار
- 49 ----- تفاعل الجمهور مع صفحة غليزان الأخبار
- 49 ----- المداومة على التفاعل بصفحة غليزان الأخبار
- 50 ----- نوع تفاعل جمهور صفحة غليزان الأخبار
- 51 ----- أسباب تفاعل جمهور صفحة غليزان الأخبار
- 51 ----- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها:
- الخاتمة: ----- Erreur ! Signet non défini.

56 ----- قائمة المراجع:

الملاحق

# المقدمة

### المقدمة:

أحدثت التكنولوجيا منعطفًا واسعًا في كل الميادين والاختصاصات وبرز ذلك في عصرنا الحالي، بحيث كانت ثورة حقيقية خاصة في المجال التكنولوجي والاتصال والمجال الرقمي وما تعلق بالإعلام والاتصال والإنترنت.

وسارت المنظومة الإنسانية في طريقها للتكيف مع الوضع كمكمل وهذا نتيجة التطورات العلمية المتتابة في مختلف المجالات التي لها علاقة بحياة الإنسان والبيئة التي يعيش فيها.

وعلى أثر هذا التطور التكنولوجي خاصة في وسائل الإعلام والاتصال ظهرت عملية اتصالية جديدة تختلف كليًا على تلك التي عرفها العالم والإنسان خاصة قبل قرن سابق من الزمن. بحيث تغيرت فيها كل مكونات الاتصال بالكامل كما تغيرت المفاهيم والمصطلحات وكذا مستويات الاتصال خاصة مع انتشار الإنترنت كوسيلة للتواصل التفاعلي بين الأفراد والجماعات وتوفير المعلومات في غاية السرعة.

ونظرًا لتنوع وظائفها وخصائصها واستخداماتها وعليه ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي وشهدت تطورًا ملحوظًا نذكر منها موقع الفيسبوك الذي يتصدر مواقع التواصل الاجتماعي. ويمكن جمهور المستخدمين من اختيار المحتوى الذي يريدون مشاهدته أو متابعته أو معرفته حسب رغباتهم وتوجهاتهم.

ومن هنا جاء اهتمامنا بدراسة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها تمثل أحد أنواع الإعلام الجديد، الذي غير في كثير من المفاهيم الإعلامية والاتصالية، وأحدث تأثيرات كبيرة على مستوى الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية عبره.

## 1. إشكالية الدراسة:

أحدث الإعلام الجديد ثورة في مجال الإعلام والاتصال، وغير من المشهد السائد عبر وسائل الإعلام التقليدي، وذلك من خلال توفره على مجموعة من الخصائص والمميزات لعل أبرزها ما يوفره الإعلام الجديد من خصائص كالتفاعلية، واللاتزامنية، وتفتت الجماهير.

ومع هذا التطور وظهور ما يعرف بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، التي غيرت من عناصر واتجاهات العملية الاعلامية والاتصالية، وبرزت شبكات اجتماعية لعل من أهمها وبرزها موقع شبكة الفيسبوك، التي لاقت انتشار واستخدام واسع.

حيث مكنت شبكات التواصل الاجتماعي من تنامي ظهور ما يعرف بصحافة المواطن، وبرزت صفحات اخبارية ذات طابع إخباري.

وعليه تقوم دراسة كمحاولة استكشافية لمعرفة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصفحات الإخبارية عبر موقع الفيسبوك، وذلك من خلال طرح تساؤل جوهري للدراسة على النحو التالي:

ما هو اتجاه الجمهور الجزائري (الغليزاني) نحو مضامين صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك؟

وتتفرع عن هذه الاشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

ما هو اتجاه الجمهور الجزائري نحو استخدام الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك؟

ما هو اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضامين صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك؟

ما هو اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك؟

هل يتفاعل جمهور المستخدمين مع مضامين صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك؟

## 2. أسباب إختيار الموضوع :

أولا :الأسباب الذاتية:

- التوجه البحثي الأكاديمي الذي يخدم طبيعة تخصصنا العلمي.
- الرغبة في دراسة الصفحات الإخبارية المحلية عبر الفيسبوك.
- اهتمامنا الخاص بمواضيع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على مختلف المستويات.

### • الاسباب الموضوعية المتمثلة في:

- قلة الدراسات التي اهتمت بالصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.
- استكشاف جمهور الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.
- معرفة مساهمة الصفحات المحلية عبر الفيسبوك في تزويد الجمهور بالمعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## 3. أهداف الدراسة:

تقوم أهداف الدراسة على:

- التعريف بصفحة غليزان الأخبار، باعتبارها تمثل الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.
- معرفة اتجاه الجمهور الجزائري نحو استخدام الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.
- التعرف على اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضامين صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك.
- استكشاف اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل صفحة أخبار غليزان عبر موقع الفيسبوك.
- استكشاف تفاعل جمهور المستخدمين مع مضامين صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك.

#### 4. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من الأهمية التي باتت تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال جماهيري واسعة الانتشار، حيث يعتبر الفيسبوك من أكثر المنصات الاجتماعية استخداما لدى الجمهور الجزائري، إضافة إلى ما يشغله من حيز للتفاعل بين الأفراد باعتباره امتدادا لوسائل الاعلام التقليدية، ومصادر هام للمعلومات والأخبار على المستوى المحلي والوطني. وتكمن أهمية دراستنا في:

- تتناول موضوعا من الموضوعات الجديدة باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل الإعلام الجديد.
- أهمية دراسة الصفحات الإخبارية ذات التوجه المحلي.
- أهمية صفحة غليزان الأخبار، باعتبارها من أقدم وأول الصفحات الإخبارية المحلية، وتلقى متابعة كبيرة من الجمهور الغليزاني.
- التعرف على جمهور المستخدمين للصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.

#### 5. منهج الدراسة وأدواتها:

تدرج هذه الدراسة في حقل الدراسات الوصفية، التي تستهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية حول الظاهرة المدروسة، حيث يقوم المنهج الوصفي "المسحي" على "تحديد الظاهرة أو المشكلة التي ينبغي دراستها بتحديد تساؤلاتها، وتوفير المعلومات عن الموضوع، واستخلاص النتائج واصدار التوصيات وما يجب أن يكون عليه الوضع"<sup>1</sup>

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي القائم على المسح، لأنه المنهج الأكثر ملائمة لهذا النوع من الدراسات ويعرف المنهج الوصفي بأنه "المنهج الذي يقوم برصد ومتابعة الظاهرة أو الحدث بدقة وبطريقة كمية ونوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل

<sup>1</sup> عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص30.

التعرف على ظاهرة أحدث من حيث المحتوى والمضمون وبالتالي الوصول الى نتائج وتعميمات تساهم في فهمها للواقع<sup>2</sup>.

### أدوات جمع المعلومات:

اعتمدت دراستنا على الاستمارة "الاستبانة" الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع المعلومات، والتي تم اعدادها بالاعتماد على برنامج Gogol Drive، حيث تم صياغة الاستبيان الذي تم تقسيمه إلى خمسة محاور، واحتوى على 22 سؤالاً.

وتدخل الاستمارة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات، وتعرف بأنها أداة لجمع البيانات من أفراد أو جماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية وعن طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الأسئلة أو العبارات بغية الوصول إلى معلومات كيفية أو كمية، وقد تستخدم مع غيرها من أدوات البحث العلمي الأخرى.<sup>3</sup>

بالتعاون مع مؤسس صفحة غليزان الأخبار تم وضع الاستمارة عبر الصفحة بتاريخ 16 ماي وغلقتها بتاريخ 18 ماي، حيث بلغ عدد الإجابات 81 إجابة.

إضافة إلى اعتمادنا على المقابلة كأداة رئيسية لجمع المعلومات، حيث تم إجراء المقابلة الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني مع مؤسس ومسير صفحة غليزان الأخبار، الصحفي درقاوي حاج زوبير، بتاريخ 19 ماي 2023، وذلك لأجل للتعلم أكثر في معرفة تفاصيل انشاء هذه الصفحة.

وتدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الاشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، في إطار إنجازها للبحث. والمقابلة لغة مشتقة من الفعل: قابل،

<sup>2</sup> حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2008، ص177

<sup>3</sup> زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، د ط، مطبعة أبناء الجراح، مدينة غزة، فلسطين، 2010، ص14

بمعنى واجهه، وهي بذلك الموجهة، من حيث قيامها على مواجهة الشخص أي مقابلته وجها لوجه، من أجل التحدث إليه في شكل حوار يأخذ شكل طرح أسئلة من طرف الباحث، وتقديم الأجوبة من طرف المبحوث حول الموضوع المدروس.<sup>4</sup>

إلى جانب توظيفنا لأداة الملاحظة التي ساهمت في توثيق واستكشاف واقع ومكانة الرقمنة، والتطور التكنولوجي في جامعة غليزان.

وتعرف الملاحظة بأنها مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية، أب بعبارة أدق، الملاحظة هي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث، في إطار المنهج المتبع.<sup>5</sup>

### 6. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعتمد الباحثون اليوم في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث، للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، وتسري هذه النتائج المتوصل إليها من حيث التمثيل على كل مجتمع البحث.<sup>6</sup> يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك.

#### • عينة الدراسة:

اعتمدت دراستنا على العينة القصدية، نظراً لملائمتها لنوع ومجال بحثنا، حيث تعرف العينة القصدية بأنها: "العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا

<sup>4</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010،

ص213.

<sup>5</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص203.

<sup>6</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص43.

مجال فيها للصدفة، ويشرف الباحث شخصياً على اقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلاً صحيحاً بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"<sup>7</sup>.

تمثلت عينة دراستنا في 81 مفردة بحث، من جمهور المستخدمين (الغليزاني)، المستخدم لصفحة غليزان الأخبار. ويمثل الجدول التالي خصائص عينة الدراسة:

ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
61.9%	52	الذكور
34.5%	29	الاناث
100%	81	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	السن
2.4%	2	أقل من 18 سنة
29.8%	25	من 19 الى 28 سنة
31%	26	من 29 الى 38 سنة
25%	21	من 39 الى 48 سنة
7.1%	6	من 49 الى 58 سنة
1.2%	1	59 فما فوق
100%	81	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	المستوى العلمي
15.5%	13	ثانوي
76.2%	64	جامعي
3.6%	3	تكوين مهني
1.2%	1	دون مستوى
100,0%	81	المجموع

<sup>7</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص198.

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
53.6%	45	موظف
22.6%	19	عمل حر
2.4%	2	مهني/ حرفي
17.9%	15	بدون عمل
100%	81	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ: أن عينة الدراسة تكونت من الذكور بنسبة 61.9%، في حين أن الإناث جاءت بنسبة 34.5%، ومثلت فئة الشباب غالبية عينة الدراسة، حيث جاءت الفئات العمرية على التوالي: من 19 إلى 28 سنة 29.8%، ومن 29 إلى 38 بنسبة 31%، وتفاوتت باقي الفئات العمرية.

إضافة إلى أن غالبية عينة الدراسة ذات مستوى جامعي بنسبة 76.2%، تليها المستوى الثانوي بنسبة 15.5%، ما يعني أن عينة الدراسة من جمهور المستخدمين ذو مستوى علمي جيد. وشكل الموظفين 53.6% من عينة الدراسة، والأعمال الحرة بنسبة 22.6%، في حين أن العاطلين عن العمل بنسبة 17.9%.

## 7. حدود الدراسة:

**الحدود المكانية للدراسة:** يقصد بها المكان الذي يتم إجراء الدراسة بها، وتمثل صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك المجال المكاني لدراستنا.

**الحدود الزمنية للدراسة:** ويقصد بها الفترة الزمنية لإنجاز الدراسة، والتي امتدت من بداية شهر جانفي إلى 15 ماي 2022، تم خلالها جمع البيانات والاطلاع على الدراسات السابقة، والعمل إنجاز البحث وتقديمه في صورته النهائية.

في حين تم إجراء الدراسة الميدانية التي شملت توزيع الاستمارة البحثية عبر موقع الفيسبوك، وجمع الاجابات وتحليلها خلال الفترة الممتدة من 1 إلى 25 ماي 2022.

## 8. مفاهيم ومصطلحات البحث:

إن التطرق لمفاهيم الدراسة من أهم المراحل التي يمر بها الباحث في اطار اعداد البحث العلمي وذلك لما لها من أهمية في تحديد زاوية الدراسة، وفي هذه الدراسة تطرقنا إلى بعض المفاهيم الأساسية لدراستنا على النحو التالي:

### ❖ الاتجاه

**لغة:** اتجه، وجهة، قصد، اتجه اتجاهها الى: قصد، أقبل، له رأي، سنح، عرض.<sup>8</sup>

**اصطلاحا:** هو حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي يؤثر الاستعداد تأثيرا توجيهيا على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء، ويرتبط الاتجاه باستعداد الفرد لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفا معينا.<sup>9</sup>

**اجرائيا:** يقصد به آراء الفرد حول مواضيع وأخبار معينة، يعبر عنها من خلال سلوكياتهم وأفكارهم اتجاه هذه لمواضيع، ويمكن أن يكون هذا الاتجاه إما سلبي أو إيجابي هذا يعود الى طبيعة الموضوع المتعرض له.

### ❖ الجمهور

**لغة:** الرملة المشرفة على ما حولها، ومن اناس جلهم ومعظم كل شيء، وجمهرة جمعه، وتجمهر علينا أي تطاول.<sup>10</sup>

**اصطلاحا:** مجموعة من الناس يتابعون وسائل الاعلام ويتلقون رسائلها، وهم تجمعهم مكان واحد ومصالح واحدة وقيادة واحدة وظروف بيئية واحدة، ويمكن توجيههم والسيطرة عليهم، واسقاط المعلومات والأخبار عليهم، بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> مسعود جبران، الرائد المعجم ألف بانّي في اللغة والاعلام، دار العلم للإعلاميين ، ط1، لبنان، 2003، ص24

<sup>9</sup> محمد الفار، معجم المصطلحات الاعلامية ، دار أسامة للنشر، ط1 ، عمان، 2014، ص6

<sup>10</sup> محي الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008، ص207

## ❖ الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك:

نقصد بها الصفحات ذات المضمون الإخباري الذي يُعني بالشأن المحلي عبر موقع الفيسبوك. وهي صفحات عادة "تتضمن أخبار المنطقة، أو البلدة المحلية، وتغطي الأحداث الجارية والمشاريع والفعاليات التي تقام في تلك المنطقة، وتعتبر هذه الصفحات مصدر مهما للمعلومات والخدمات للأشخاص المحليين".<sup>12</sup>

## ❖ الفيسبوك (Facebook):

وتعني في اللغة العربية كتاب الوجوه، وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أنه يُتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع لتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى.<sup>13</sup>

**تقدم ويكيبيديا فيسبوك بأنه:** موقع ويب، ويعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، وتديره شركة ميتا "Meta" شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

**ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفيسبوك على أنه:** "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي تأسس عام 2004، ويسمح بعرض الصفحات الشخصية (profiles) وتطورها، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعات وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع فيما بعد ليشمل عامة الناس"<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> مي عبد الله، عبد الكريم متين، معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2004،

ص141

<sup>12</sup> موقع ، تاريخ الولوج يوم 2023/05/15، ساعة 22:00. [WWW.CHAT;OPENAI.COM](http://WWW.CHAT;OPENAI.COM)

<sup>13</sup> خالد غسان، يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص34.

<sup>14</sup> Marcel dans ، (2009): Dictionar of media and communication ،ME.Sarpe ،New york ،p117 .

## 9. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من أهم الركائز العلمية التي يعتمد عليها الباحث عند تحديد وإختيار مشكلة الدراسة، لتجعلها أكثر وضوحاً، ووضع الدراسة الحالية على الطريق الصحيح، وسيتم عرض بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع دراستنا:

الدراسة الأولى بعنوان: الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراءة \_دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق اونلاين":<sup>15</sup>

هدفت هذه الدراسة للكشف عن اتجاهات جمهور جريدة الشروق اونلاين نحو القضايا المطروحة في الصحافة الالكترونية حيث استخدمت المنهج المسحي على عينة عشوائية من جمهور جريدة الشروق اونلاين عن طريق نشر استمارة الاستبيان في شكل الكتروني، ومن بين النتائج التي توصلت اليها الباحثة نذكر ما يلي:

- توجد فروق فيما يخص تكوين الاتجاهات المبحوثين نحو طريقة ملاحظة الشروق اونلاين لقضية ثورة الشباب التونسي حسب المستوى التعليمي، حيث أن الاتجاه السائد لأفراد العينة كان ما بين الحيادي والايجابي.
- يتبين لنا من خلال ربط السؤال المتعلق بقضايا حرية التعبير والصحافة متغير المستوى التعليمي ان الاتجاه الغالب لأفراد العينة بغض النظر لمستواهم التعليمي (هما بدون رأي).
- كلما ارتفع المستوى التعليمي للمبحوثين كلما كان اتجاههم ايجابيا نحو طريقة معالجة الشروق اونلاين لقضايا الفساد الاقتصادي.

<sup>15</sup> الهام بوثلجي، الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراءة، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق اونلاين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2010/2011

الدراسة الثانية بعنوان: "البعد المحلي في الصحافة الجزائرية\_ دراسة مضمون يوميات الخبر والشروق اليومي"<sup>16</sup>

انطلقت هذه الدراسات من التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى حضور المدى الاعلامية ذات البعد المحلي في يوميتي "الخبر" و "الشروق اليومي"، في هذه الدراسة تطرقت الباحثة الى الجوانب التالية:

- تحديد الموقع الاعلامي المحلي في الصفحة الجزائرية أي الكشف على الأجندة وعن دور اهتمام تلك الصحف بهذا النوع من الاعلام ومختلف القضايا، بالإضافة الى تحليل المستوى المحلي ومعرفة ما إذا كان هو الآخر يخضع لأجندة فرعية.
  - لقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على تحليل المستوى كأداة أساسية لجمع البيانات و استخدمت العينة العشوائية.
- توصلت الباحثة لنتائج التالية:

- كشفت الدراسة عن وجود فرق كمي بين يومية الخبر ويومية الشروق اليومي من حيث اهتمام بالشأن المحلي، حيث تبين ذلك جليا من خلال توزيع المادة الاعلامية المنشورة.
- أكدت هذه الدراسة أن السياسة المحلية لم تكن ضمن أولويات الخبر والشروق اليومي، حيث جاءت في موقع متأخر.
- بينت هذه الدراسة أنه في مجال الاعلام لنشر الجريدتان الكثير من البيانات ذات البعد المحلي، وهو المجال الوحيد الذي لا تضع فيه قيودا تنتقي أو تميز فيه بين الولايات.

<sup>16</sup> اطمة الزهراء تنبو، البعد المحلي في الصحافة الجزائرية\_ دراسة مضمون ليوميتي الخبر والشروق اليومي، رسالة دكتوراه، قسم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010.

الدراسة الثالثة بعنوان: "اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة"<sup>17</sup>

مشكلة دراستها تتمثل في تحديد الاتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للقضايا الاقتصادية والاجتماعية خلال عام حكم الرئيس الأسبق (محمد مرسي) وتقييم دورها ومصداقيتها، وتأثيرها في طرح تلك القضايا من وجهة نظر الجمهور ومدى تفاعله معها؟ وتوصلت لمجموعة من النتائج وهي:

- جاء استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي اعلى من استخدامهم للمواقع الالكترونية وهو ما يشير لاعتمادهم على تلك الشبكات كمصدر للمعلومات.
- جاءت تفاعلية الجمهور على ما تنشره شبكة التواصل الاجتماعي من قضايا اعلى من المواقع الالكترونية وهذا راجع الى أنها تتيح للمستخدم مشاركة وتبادل الأخبار والآراء.
- يرى الجمهور أن نشر القضايا الاقتصادية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثيرا على الأداء الحكومي على نحو إيجابي وهذا راجع الى ما تقدمه هذه الشبكات.

<sup>17</sup> دعاء عادل محمود، اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة، المجلة العلمية، لبحوث الصحافة، ع5، مصر

الدراسة الرابعة بعنوان: "اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية"<sup>18</sup>

اشكالية الدراسة تمثلت في: ماهي اتجاهات القارئ الجزائري نحو مستوى الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

وتوصلت الى نتيجة من الاستنتاجات وهي:

- كانت اتجاهات الجمهور الجزائري ايجابية نحو العبارات الخاصة بتنوع الموضوع وثرائه.
- توصلت الدراسة الى أن اتجاهات الجمهور ايجابية نحو امكانية التعبير عن الرأي وازافة التعليقات على المواضيع الاعلامية.
- كما كُون الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية نحو المؤشر المتعلق ب سهولة استخدام مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية التي يرى بأنها تتميز ب الحشو وكثرة استخدام الصور ومقاطع الفيديو مما يؤثر سلبا على سرعة تحميل الصفحات.

- **أوجه التشابه بين دراستنا والدراسات السابقة:**

إن دراستنا الحالية استفادت من الدراسات السابقة في تحديد المفاهيم الخاصة بالدراسة، إلى جانب تشابه دراستنا في مجال موضوع البحث المتعلق بمجال الإعلام الجديد، وتناولها الفضاء الرقمي من خلال دراسة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

- **أوجه الاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة:**

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث الجانب المكاني والزمني للدراسة حيث تنوعت الجوانب المكانية في الدراسة، كما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في منهج الدراسة، وحجم العينة وأدواتها، وذلك باختلاف مجتمع البحث.

<sup>18</sup> شهيناز العبدلي، اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية، مجلة المباحث الاجتماعية، ع13، جامعة تيزي وزو، 2017

الفصل الأول: الإطار النظري

الاتجاه وشبكات التواصل الاجتماعي

## أولاً: الإتجاه

### تعريف الاتجاه:

هنالك عدة تعريفات مختلفة للاتجاه من بينها:

يعتبر الاتجاه دافعا مكتسبا يتضح في التعداد العقلي والوجداني، له درجة من الثبات، ويحدد شعور الفرد ويكون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها أو عدم تفضيلها، أي اذا كان اتجاه الفرد نحوها ايجابيا أو سلبيا.<sup>1</sup>

يعرفه "ألبرت" أنه : "حالة من الاستعداد العقلي والعضلي نشأت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مرت بالإنسان، وهو يؤثر دينامياً على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به".<sup>2</sup>

يعرفه بيتي وآخرون: "هو نزعة التفكير أو الشعور أو التصرف إيجابيا أو سلبيا نحو الاشخاص أو الأشياء في بيئتها".<sup>3</sup>

أما بروشاتسكي وسيد البرج فيقدمان تعريفا للاتجاه على انه: "عبارة عن ميل معقد للاستجابة بطريقة ملائمة(نعم / لا) للموضوعات الاجتماعية الموجودة في البيئة، وتختلف طريقة الاستجابة هذه من ثقافة الى أخرى".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> فرج عبد القادر طه، موسوعة العلم النفسي والتحليل النفسي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2003، ص24

<sup>2</sup> محمد شفيق، الانسان والمجتمع مقدمة في علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2009، ص114

<sup>3</sup> راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، دار الشروق، عمان، 1989، ص665

<sup>4</sup> محمد شفيق، مرجع سابق، ص115

## أنواع الاتجاه وخصائصه:

أ- أنواع الاتجاه: تصنف الاتجاهات الى عدة أنواع أهمها:

- اتجاهات عامة واتجاهات خاصة: فالاتجاهات العامة هي تلك الاتجاهات التي يحملها عدد من الناس لإنجازاتهم نحو منظمة معينة أو حزب سياسي، أما الاتجاهات الخاصة فهي التي تتضمن اتجاهات شخصية ذاتية للفرد.<sup>1</sup>
- اتجاهات جماعية واتجاهات فردية: الاتجاهات الجماعية هي التي تكون مشتركة بين جماعة من الافراد، أما الاتجاهات الخاصة فهي التي تخص الفرد نفسه.<sup>2</sup>
- اتجاهات سلبية واتجاهات ايجابية: عندما يحمل الفرد اتجاها ايجابيا نحو موضوع معين فإنه ينجذب اليه، أما اذا كان يحمل اتجاها سلبيا فإنه يبتعد عنه.<sup>3</sup>
- اتجاهات قوية واتجاهات ضعيفة: الاتجاهات القوية مثل التدين على أغلب الاحوال فحينما يسمع الشخص المتدين شيء يشين الى الدين فإنه سيغضب ويتوعد، أما الذي يحمل اتجاهات ضعيفة فقد يرد على تلك الالهانة أو يقابلها بغير المبالاة.
- اتجاهات سرية وعلنية: الاتجاهات السرية هي تلك التي لا يبوح أصحابها للآخرين كانتمائهم لحزب سياسي محظور، أما الاتجاهات العلنية هي تلك التي لا يشعر الفرد بأي حرج من البوح بها للآخرين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> خولة طبابله، راضية بو الفروق، اتجاهات جمهور القراء الجزائريين نحو الصحافة المحلية" دراسة على عينة من

قراء جريدة بقسم الاعلام والاتصال، مذكرة نيل شهادة الماستر، جامعة جيجل، 2019/2018، ص41

<sup>2</sup> كمال علوان الزبيعي، علم النفس الاجتماعي، مؤسسة وراق للنشر، عمان، 2003، ص118

<sup>3</sup> خولة طبابله، مرجع سابق، ص 46

<sup>4</sup> خولة طبابله، مرجع سابق، ص 46

ب- خصائص الاتجاه:<sup>1</sup>

- الاتجاه ليس بشيء مادي ملموس بل هو مصطلح يستدل على نسبة لسلوك الذي يعبر عنه بصورة لفظية او موقفية.
- الاتجاه يتكون من ثلاث مكونات: المعرفي، الوجداني والسلوكي ويلاحظ بينهما حركة أثر ومؤثر.
- تمتاز المكونات الثلاث بخاصية العاطفة.
- يعتبر بعض الباحثين ان الاتجاه امر مكتسب ومتعلم وليس فطريا، وآخرون يجمعون بين الوراثي والمكتسب وهناك من يجدون على أنه وراثي فقط.
- للاتجاهات قوة تنبئية بمستقبل السلوك تسمح بالتنبؤ بالاستجابة الفرد لبعض المحفزات الاجتماعية والنفسية.
- الباحثون ذو النظرة الوراثية يؤكدون ان الاتجاه ثابت بينما لا يوافقهم الآخرون في ثباته، فالاتجاه خاصية التغيير.
- هنالك تداخل بين الاتجاه وهذا الاخير وهو ما ذهب اليه Bem إذ يرى أنه: "في حالات كثيرة يحدد سلوك الفرد اتجاه وليس العكس.

**تعريف الجمهور**

هو عدد الناس الذين يستقبلون وسيلة أ، رسالة اتصالية جماهيرية، بمعنى أنهم أعداد كبيرة ومتنوعة من الناس، موزعة في أماكن متفرقة ولا يمكن الاتصال بهم إلا عن طريق أنظمة الانتاج والتوزيع الجماعية التي تلقي بالرسائل الاتصالية في وقت

<sup>1</sup> هلال حربوش، هشام مناني، إتجاهات الشباب الجامعي حول دور موقع الفاييبوك في التوعية السياسية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، 2018/2019، ص47.

واحد أو في أي أوقات زمنية متقاربة مكتوبة أو الكترونية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو ايديولوجية.<sup>1</sup>

الجمهور هو ذلك المتلقي أو المتفاعل مع الرسائل السياسية الاعلامية سواء مسموعة او مرئية او كتوبة او الكترونية تحتوي على أهداف سياسية او اقتصادية او ايديولوجية.<sup>2</sup>

ويعرف أيضا بأنه جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة كما يرتبط افرادها بروابط معينة.<sup>3</sup>

يستخدم مفهوم الجمهور للتعبير عن الكلمة الكبيرة غير القابلة للعدد واستعملت في النظم الاجتماعية للتعبير عن العدد الكبير من الافراد، حشد أو جمهرة كما في اللغة العربية، وبتعبير معاصر أو جمهور.<sup>4</sup>

### مراحل تشكل الجمهور

والمتمثلة في:

- المرحلة الأولى: أهم ما ميز هذه المرحلة هو اختراع الطباعة على يد "جوتنبرغ" في القرن 15، حيث ظهر ما يعرف بجمهور القراء، بعد التمكن من طبع المطبوعات وتوزيعها على نطاق واسع ما أدى الى تكوين مفهوم أولي وهو الجمهور العام كتيار فكري يربط بين عدد محدودين من الناس وهو ما اشار لظهور طبقة مثقفة.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> ماجد فاصل الزبون الاعلام وثقافة الدفعيات، العربي للنشر، القاهرة، 2013، ص98

<sup>2</sup> عبد الله خلدون، الاعلام وعلم النفس، دار أسامة، الاردن، 2010، ص41

<sup>3</sup> مصطفى يوسف الكافين الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان، 2015، ص91

<sup>4</sup> صونية قوراي، اتجاهات المستخدمين للإنترنت بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير، 2010/2011، ص111

<sup>5</sup> علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي "دراسة نقدية تحليلية"، اطروحة لنيل الدكتوراه في الاعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر، ص66

- المرحلة الثانية: أهم ما ميزها هو الافرازات الاجتماعية للثورة الصناعية، حيث أعطت دافعا ثويا للطباعة مما ساعد على انتشار الصحافة على نطاق واسع خاصة الصحافة الشعبية الموجهة الى افراد المجتمعات الجماهيرية وفي هذه المرحلة اخذت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري.<sup>1</sup>

- المرحلة الثالثة: في هذه المرحلة ظهرت الاذاعة في العشرينات والتلفزيون في الخمسينات، اذ اصبح الجمهور قادرا على التواجد في أي مكان، كما باعد البث الجديد من وجهة وبين المراسل أو القائم بالاتصال من جهة أخرى ومن هنا ظهر شكلان للجمهور الجمهور المستمع والجمهور المشاهد، حيث لم تعد الحواجز الطبيعية او الاعلامية تحولان وصول الرسالة الآلية.<sup>2</sup>

### وظائف الاتجاه:

تتمثل فيما يلي:

الوظيفة المنفعية أو التكيفية: والتي تسعى الانسان من خلالها لتحقيق قيمه واهدافه، باعتباره عضوا في جماعة ينتمي إليها، وأن الانسان بطبيعته مدني يحب المعيشة في جماعات<sup>3</sup>

لذا تعتبر الاتجاهات موجّهات سلوكية نمكنه من تحقيق أهدافه واشباع دوافعه في ضوء المحكات أو المعايير الاجتماعية السائدة في مجتمعه، كما تمكنه من انشاء علاقات تكيفية سوية مع هذا المجتمع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علي قسايسية، جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها من المتفرجين الى المبحوثين الافتراضيين، ط1، دار الورسم

للنشر، الجزائر، 2011، ص22

<sup>2</sup> علي قسايسية، مرجع سابق، ص28

<sup>3</sup> الدسوقي عبده ابراهيم، وسائل واساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري، ط1، دار الوفاء،

الاسكندرية، ص155

<sup>4</sup> صالح محمد ، ابو جادوا، مرجع سابق، ص193

الوظيفة الدفاعية: ان العديد من اتجاهات الفرد ترتبط بحاجاته الشخصية ودوافعه الفردية، أكثر من ارتباطه بخصائصه الموضوعية لموضوع الاتجاه، لذا يقوم الفرد أحيانا بتكوين بعض الاتجاهات لتبيري فشله أو عدم قدرته على تحقيق أهدافه.<sup>1</sup>

وظيفة التعبير عن الذات: تعني هذه الوظيفة ان هناك بعض الاتجاهات تقوم بوظيفة التعبير عن القيم الفردية خاصة العام منها أي التعبير عن الذات وعليه فإن التعبير عن القيم الفردية ومن ذاتية الفردية يعتبر مصدر الشعور بالرضا حتى وان أدى ذلك الى خلق بعض الصراعات مع الاخرين، فالتعبير عنها يعتبر اثبات لذاتية الفرد.<sup>2</sup>

الوظيفة الدفاعية التنظيمية: تتكون لدى الفرد عن طريق الاتجاهات نزعة لتحسين الادراك والمعتقدات، لقد أكدت هذه الفكرة المدرسة الجشطالتية التي يؤيدها الاتجاه.

### أساليب تغيير الاتجاه

تجتمع في النقاط التالية:<sup>3</sup>

- التأكيد على وجود حافز أو ما يعود بالنفع على الجمهور، باتباع سلوك أو اتجاه محابي للبيئة، على أن يكون حافزا ايجابيا.
- وضوح الرسالة وبساطتها.
- تقديم نماذج ايجابية.
- اعطاء معلومات وتعليمات محددة وارشادات واضحة حول التعامل الصحيح.
- التشجيع المستمر للمواطنين على الاستقرار في السلوك المرغوب حتى يتحول الى عادة.
- تحديد الموقف من عدة عناصر وتحديد فعالية وشكل الرسالة الاعلامية.

<sup>1</sup> بلقيس احمد مرعي وتوفيق، المسير في علم النفس التربوي، ط1، دار المسير، عمان، 2011، ص ص 88-89.

<sup>2</sup> كمال علوان الزبيدي، مرجع سابق، ص118

<sup>3</sup> خولة طابله، راضية بو الفاروق، مرجع سابق، ص 49-50.

- ادراك وجود تحدي امام الاعلام يتمثل في ضرورة تغيير التلقي من ملاحظ الى مشارك ويمكن ان يتحقق ذلك باستخدام اساليب الترويض الاجتماعي للقضايا.

**المرحلة الرابعة:** العنصر التاريخي الذي أثرى مفهوم الجمهور هو تبني مبادئ الديمقراطية السياسية، والتي من أهم مظاهرها حرية الصحافة والحق في الاعلام، وهو ما انعكس على وعي المجتمع بأهمية الاعلام، فلم يعد الجمهور قارئ أو مستمع أو مشاهد، بل أصبح الى جانب ذلك يعبر عن أصواته في العملية الانتخابية ويتضمن مستهلكين واعيين قادرين على التحكم في مصير المؤسسة، كما ظهرت مصطلحات جديدة أثرت أدبيات أبحاث الجمهور فأصبح لدينا: جمهور الناخبين وجمهور السوق.<sup>1</sup>

**المرحلة الخامسة:** ما ميز هذه المرحلة هو انتشار البث المباشر عبر السواتل، رافقه التوسع المتسارع في استعمال شبكة الانترنت، أطلقت على هذه المرحلة ثورة تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، لم تكتمل معلمها بعد ولم يكتمل تأثيرها على مفهوم الجمهور، كما ظهرت مصطلحات جديدة لهذا الاخير وهي: مستخدمي الانترنت، جمهور الويب، جمهور على الخط، الجمهور الالكتروني.<sup>2</sup>

### 1.6 خصائص الجمهور:<sup>3</sup>

يتضمن عدة خصائص متمثلة في:

- الحجم الواسع: فشكل الجماهير يتخذ حيزاً أوسعاً بكثير من الأشكال الأخرى.
- التشتت: فعناصر الجماهير يتواجدون في أوضاع وأماكن متباعدة ومع تطور وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، اكتسب الجمهور بعداً كونياً كبيراً فتحدى الزمان والمكان وأصبح العالم كقرية صغيرة.

<sup>1</sup> علي قسايسية، مرجع سابق، ص23

<sup>2</sup> علي قسايسية، مرجع سابق، ص29

<sup>3</sup> علي قسايسية وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، ج2، الجزائر، دس، ص57

- عدم التجانس: وعليه فأفراد الجمهور غير متجانسين، وبالتالي متميزين في احتياجاتهم ومصالحهم ودوافعهم واهتماماتهم وفي سلوكهم.
- عدم التعارف أو المجهولية: فنجد أن عناصره غير معروفة بذواتهم وأيضا مجهولين لبعضهم البعض وكذلك لدى القائم بالاتصال.
- غياب أي تنظيم اجتماعي: فتباعد عناصره وعدم معرفة بعضهم البعض هذا ما يفقدهم القدرة على التوحد أو الدخول في تنظيمات اجتماعية باعتبارهم أفراد الجمهور.

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي:

### مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

مصطلح شبكات يطلق على مجموعة من المواقع على الشبكة العنكبوتية قد ظهرت مع الجيل 2 للويب حيث تتيح التواصل بين الافراد في بيئة اجتماعية افتراضية يجمعهم بحسب مجموعات الاهتمام او الانتماء مثل (مدينة، جامعة، مدرسة، مؤسسة) وذلك يتم عبر خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل او الاطلاع على الملفات الشخصية الآخرين والتعرف على اخبارهم و بياناتهم التي تعرض على الشبكة . وتصنف شبكات التواصل الاجتماعي ضمن موقع الويب وذلك بسبب انها في الدرجة الاولى تعتمد في تشغيلها وتغذية مزامينها على مستخدميها كما تتنوع اشكال واهداف تلك الشبكات الاجتماعية فالبعض منها يهدف الى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم الاخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق حدد ومنحصر في مجال معين.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> علي قسايسية، مرجع سابق ، ص30

والتواصل الاجتماعي باللغة الانجليزية يطلق عليها social media والتي لو ترجمت الوسائط الاجتماعية كما نجد مصطلح اخر هو social net working اي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو ادق، ومن حسن الحظ المصطلح العربي "المواقع الاجتماعية" او "التواصل الاجتماعي" ادق من ناحية الوصف.

ويندرج تحت مسمى مواقع التواصل الاجتماعية العديد من مواقع الالكترونية كالفيس بوك، وتويتر وغيرها من الشبكات الاجتماعية.

### نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

ظهرت فكرة انشاء شبكة اتصالات تربط مجموعة من الحواسيب المتباعدة جغرافيا في القرن 60 الماضي حيث كلفت وزارة الدفاع الامريكية مجموعة من الباحثين للقيام بذلك خوفا من فقدان الاتصالات و المعلومات و البيانات في حال نشبت حرب بينها و بين الاتحاد السوفيتي آنذاك.

وفي العام 1969 ثم انشاء اول شبكة اتصالات تخدم وزارة الدفاع الامريكية بحيث تستخدم بالشؤون العسكرية و هي شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتقدم Arpanet والتي ربطت بين 4 معامل بحثية متباعدة جغرافيا واتسعت قاعدة استعمالها بعد عام 1972 لتستخدم اضافة للشؤون و الغايات العسكرية في امور تتعلق بالبحث العلمي من قبل مراكز بحثية متخصصة اضافة الى انه ثم اختراع البريد الالكتروني في نفس العام و الذي بدوره اتاح الفرصة لتبادل الرسائل بين الاطراف المتباعدة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أشرف عصام فريد صالح، دور موقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، شهادة الماجستير، جامعة الشرق للأوسط، 2016، ص29

### خدمات شبكات التواصل الاجتماعي:

- الملفات الشخصية أو صفحات الويب وهي ملفات يقوم فيها الفرد ببياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات والصور الشخصية.
- الاصدقاء أو العلاقات وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم بالموقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
- إرسال الرسائل تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.
- البومات الصور تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للطلاع عليها و تحويلها و تبادلها أيضا.
- المجموعات تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف أو الأهداف المحدودة ويوفر موقع الشبكات مؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء تلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين و عدد الغير الحاضرين.
- الصفحات تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يجدونها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، النهضة السودان، 2010، ص70.

## مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تتنوع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن ذكرها على النحو التالي:

1. التعرف والصدقة: وأهم استخدامات الشبكات الاجتماعية و هي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.
2. إنشاء شبكة الشبكات للجهات والمؤسسات المختلفة: من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب (02) هي امكانية انشاء شبكات داخلها تجمع الافراد تحت مضلتها فيمكن لأي جهة انشاء شبكة لها و يشترك فيها كل العاملين في تلك الجهة.
3. انشاء مجموعات اهتمام: وهي متاحة على الانترنت منذ وقت بعيد و كذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجانا بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في ظهور الخدمة فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن انشاء مجموعة اهتمام و دعوة الاصدقاء الاشتراك في تلك المجموعة.
4. انشاء صفحات خاصة بالأفراد و الجهات: وهي من الامكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 0.2 فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير و الشخصيات المميزة و كذلك الجهات و المؤسسات، و يقوم محبي الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على اخباره و انشطته.
5. البرمجيات المتوفرة داخل الشبكات الاجتماعية: نشأت داخل شبكات الاجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين حيث اصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل البرمجيات وفي هذا المجال يأتي الفيسبوك على راس الشبكات الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات حتى اصبح بيئة لمنصة التطوير البحثي.
6. استخدامات ترفيهية: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية لأنها تعمل بفكر الويب 0.2 حيث يتنافس الاصدقاء في اللعبة الواحدة.

7. وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع : توفر شبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين افراد المجتمع الالكتروني من اشهر تلك الوسائل الرسائل الالكترونية و هي تدار عبر مواقع الشبكة الاجتماعية و ليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الالكتروني المتعارف عليه كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الاعضاء.
8. الدعاية والاعلان: يمكن استخدام شبكات الانترنت لاغراض الدعاية التجارية فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات اما كنوع من انواع الترويج كم يمكن عمل اعلانات مدفوعة الاجر عبر الشبكات الاجتماعية.

### اشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد مواقع التواصل الاجتماعي لذي يمكن تصنيفها وفق وظائفها و الوسائل التي تستخدم فهناك ادوات النشر (ويكيبيديا) وادوات التشارك كموقع تحميل الفيديو (اليوتيوب) والصور الفيلتر و ادوات الدردشة المنتديات و هناك الشبكات العامة الفيسبوك ووسائل الاشهار الصغيرة (تويتر) فمن ابرز انواع هذه المواقع:<sup>1</sup>

**الفيسبوك facebook**: باعتباره اشهر شبكة اجتماعية عالميا اذا يحتل المرتبة الاولى على عرش الشبكات الاجتماعية وتأسس الموقع عام 2004 على يد طالب امريكي في جامعة هارفرديديكي مارك زوكربيرغ و اعطاه اسم الفيسبوك معناه كتاب الوجوه، إن الفيسبوك من اولى و اشهر الشبكات الاجتماعية و الذي يحظى باهتمام كبير على المستوى العالمي.

**تويتر twiter**: هو احد مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت تم تطويره عام 2006 ويتيح للمستخدمين فتح حساب شخصي و كتابة الرسائل على غرار تحديث الحالة في موقع فيسبوك يتضح لنا ان التويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام .

<sup>1</sup> مصعب حسام الدين نوران، الفيسبوك من قبل ووسائل التواصل الاجتماعي في التعبير، ط1، شركة المطبوعة، 2014،

اليوتيوب **youtube** : موقع متاح للعموم على الشبكة الانترنت مشاركة ملفات الفيديو يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة بل والتعليق عليها كتابة بالإضافة الى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها.

**فليكر flecker**: يعتبر موقع فليكر نموذجا لواحدة اهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور وقد اسهم الموقع في المنبات مختلفة في أن يكون بديلا للوكالات.

### ثالثاً: موقع الفيسبوك

#### نشأة الفيسبوك وتطوره:

قد قام زوكربيرغ بتأسيس عام 2004 بالاشتراك مع كل من "داستن موسكو" و "كريس هيوز"، الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب كانت عضوية الموقع مختصرة في بداية الامر على طلبة جامعة هارفرد لكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الاخرى في مدينة بوسطن و جامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد ، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، أخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 سنة فأكثر. ويضم الموقع ملايين المشتركين. أول عرض تلقاه زوكربيرغ في يونيو 2004 من شركة باي بيل التي عرضت عليه استثمار 500 الف دولار في الموقع، وفي سبتمبر 2006 تم عقد مباحثات بين القائمين على شركة الفيسبوك وياهو بشأن شراء الموقع بمليار دولار.<sup>1</sup> ثم دخلت مايكروسوفت وعرضت شراء اسهم في الموقع، كما ان غوغل ابد اهتماما بعقد صفقة مع الفيسبوك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال "دراسة في النشأة والتطور"، ط1، دار المسير، الاردن، 2012،

ص360

<sup>2</sup> محمد صاحب سلطان، مرجع سابق، ص 360

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الاصدقاء والعائلة الى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الافكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية، عجزت عنها الاحزاب الفعلية على الارض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الاف من الشركات للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف لنقل أخبارها والترويج لكتابتها كغيرها من وسائل الاعلام، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية الى موقع تواصل متعدد الاغراض، ويتوقع ان يصل عدد المشتركين في 2013 الى قرابة نصف مليار متابع وليصبح مستقبلا أكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.<sup>1</sup>

### خصائص موقع الفيسبوك:

يتميز الفيسبوك على غيره بعدة خصائص ومميزات من بينها:

- **التعليقات:** هذه الخاصية تسمح لمستخدمي الفيسبوك بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع امكانية اضافة رابط أو صورة.<sup>2</sup>
- **الاعجاب:** يمكن الفيسبوك مستخدميه القيام بعمل معجب لأ ينص أو صورة أو فيديو لأحد الاصدقاء وهي عملية متاحة بين الاصدقاء.
- **النكز:** هي عبارة عن اشهر يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **العالمية:** استطاع الفيسبوك بحركيته الغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد بالتواصل ببساطة وسهولة، وبتنا نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها، وسمح بالتواصل المقروء المرئي والمسموع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية " الفيسبوك والتويتر

أنونجا"، رسالة الماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية، 2014، ص 31-32.

<sup>2</sup> عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك أنونجا" وعلاقة بالتنشئة الاجتماعية، مكرة لنيل

شهادة الماجستير، جامعة الوادي، 2016/2017، ص 35

<sup>3</sup> بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عن الطلبة الاجتماعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماجستير، جامعة بسكرة، 2015، ص 65-68.

- **التفاعلية:** ان الفرد في الفيسبوك يرسل ويكتب ويستقبل ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات فهو في عملية أخذ ورد مستمرة، فبعدما كانت الاتصالات بخاصية مباشرة غير الفيسبوك مسار الاتصالات.<sup>1</sup>
- كما لا يمكن الاغفال عن بعض الخصائص الاخرى مثل: التنوع وسهولة الاستخدام، التوفير والاقتصادية.

### الصفحات المحلية الاخبارية على الفيسبوك:

تعريف الصفحات الاخبارية على الفيسبوك ونشأتها:

تحولت النماذج الاخبارية للصفحات على موقع الفيسبوك على الموقع الى مؤسسات اخبارية متكاملة العمل على بث الاخبار لحظة بلحظة، بل وانشأت لنفسها مواقع الكترونية تحمل نفس الاسم، وتعمل في المجال الاخباري باحترافية شديدة، وكطيف بدأت العمل بصحافة المواطن فتطورت في الاعلام لتنافس مواقع اخبارية لها من الوقت الكثير في العمل الاعلامي.

تطور العمل على صفحات الشبكات الاخبارية، فأصبحت تعمل على تغطية الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية، واصبح للكثير منها نسبة متابعة كبيرة جداً، تخطت الملايين متابع أو معجب في الصفحة الواحدة، حيث احتوت على منشورات مختلفة عن الأحداث الجارية التي تحدث في المجتمع، إما عم طريق نشر نصوص أ، نصوص مصاحبة لصور أو نصوص وروابط لموقع الكتروني الخاص بها أو وموقع آخر، وتتنوع الموضوعات التي تنشر على تلك الصفحات ما بين السياسية والرياضة والطب والحوادث والشؤون العربية والشؤون الدولية والاقتصاد والآراء والتحليلات السياسية، حيث منحت فرصة جيدة للأفراد

<sup>1</sup> عبد السلام الأشهب، مرجع سابق، ص36

لمتابعة الأحداث فور وقوعها لما تتمتع به من سمات مميزة نصوصا ما يتعلق بالتحديث المتواصل والسرعة وهامش الحركية والتفاعلية.<sup>1</sup>

وهي الصفحات التي تحتوي على معلومات المؤسسة وتكون ثابتة على مدار 24 ساعة طوال أيام السنة على شبكة الانترنت، ومتاحة لجميع المتصفحين لمجرد الاعجاب يصبح يتلقى ما هو جديد ويمكن التفاعل معه.<sup>2</sup>

### خدمات صفحات الفيسبوك:

لصفحات الفيسبوك أدوار رئيسية بالإمكان الاستفادة منها، فهي وسيلة تزيد من مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة عليها من الوسائل الأخرى، وفي هذا السياق تقوم الوسائل الإعلامية التقليدية بإعادة نشر موادها من مقروءة تقليدية الى إلكترونية على صفحاتها في الفيسبوك بالإضافة الى حصول القائم بالاتصال على رجوع الصدى من خلال التفاعل مع المنشور الذي تم نشره، مما يساهم في التواصل بين القائم بالاتصال والمتلقي.<sup>3</sup>

إن عددا من الشخصيات المهمة والمؤثرين لديهم صفحات على الفيسبوك، الأمر الذي يوفر للجمهور المعجب فرصة الحصول على أحدث المعلومات والمستجدات حول مختلف المواضيع التي تهمهم، لهاذا أصبحت المؤسسات تعتمد عليها في نشر وعرض مختلف خدماتها وكذلك أصبح يستعان بها في التوعية والتأثير، حيث ظهر الدور الكبير الذي يقوم

<sup>1</sup> مريم وكواك، مصادقية الصفحات الاخبارية الجزائرية عبر الفيسبوك "دراسة ميدانية لطلبة جامعة الوادي"، مذكرة

لنيل شهادة ماستر، جامعة الوادي، 2018/2019، ص25.

<sup>2</sup> حسن عماد المكاوي وليلى حسن السعيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998،

ص24

<sup>3</sup> مريم وكواك، مرجع سابق، ص26

به الفيسبوك وصفحاته وقدرته على الوصول الى الجماهير العريضة وما يميزها من سهولة الاستخدام وقلّة التكاليف.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> براهيم سميرة، بوعناني منال، مرجع سابق، ص49

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية  
اتجاهات الجمهور الجزائري (الغليزاني)  
نحو صفحة غليزان الأخبار عبر  
الفيسبوك

## أولاً: صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك

تقدم صفحة غليزان الأخبار نفسها بأنها "صفحة تهتم باخر المستجدات والأخبار لولاية غليزان"، وإلى حين إنجازنا الدراسة يتابع الصفحة 377 ألف من المستخدمين. وهي مرتبطة بحساب الواتس لمؤسس الصفحة لصحفي درقاوي حاج زوبير. وتوضح الصورة التالية صفحة غليزان الاخبار:



صورة لصفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك<sup>57</sup>.

<sup>57</sup> رابط صفحة غليزان الأخبار: <https://www.facebook.com/relizane.akhbar>

## أنشأت صفحة غليزان الأخبار بتاريخ 29 سبتمبر 2016 في مدينة

غليزان، بمبادرة من الصحفي درقاوي حاج زوبير الذي كان قد أنشأ قبل ذلك مجموعة (غليزان في القلب) عبر الفيسبوك، حيث كان ينشر قصاصات الصحف التي تتناول كل ما يتعلق بأخبار ولاية غليزان.

إضافة إلى أن درقاوي أنشأ أول موقع إلكتروني خاص بنادي سريع غليزان، وهو وفق ما يقول "أول بوابة إلكترونية بغليزان"<sup>58</sup>.

تولى مهمة تسيير الصفحة درقاوي مع اثنين من زملائه الصحفيين، وعقب ذلك ومنذ 2020 تولى درقاوي شخصيا وبمفرده تسيير الصفحة، وذلك لأسباب تتعلق بالجانب الأمني وفق تعبيره.

وحول السياسة التحريرية المتبعة في صفحة غليزان الأخبار فإنها تعتمد المصادقية والحياد التام، حيث يقول درقاوي "نكتفي بنقل الأخبار دون إثارة للرأي العام أو ابداء آراء شمولية، مع ترك التعليقات للمتابعين، والتشديد في الرقابة يمنع فيها السب والشتم أو القذف في الأشخاص والهيئات الرسمية وغيرها"<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> مقابلة إلكترونية مع الصحفي درقاوي حاج الزوبير، مؤسس صفحة غليزان الأخبار، بتاريخ 10 ماي 2023.

<sup>59</sup> مقابلة إلكترونية مع الصحفي درقاوي حاج الزوبير، مؤسس صفحة غليزان الأخبار، بتاريخ 10 ماي 2023.

إن أحد أسباب نجاح صفحة غليزان الأخبار هو الاستمرارية، ما جعلها تواصل بقائها على موقع الفيسبوك رغم ظهور عدة صفحات أخرى مشابهة. وهنا يؤكد درقاوي أن من أسباب نجاح الصفحة إضافة إلى عنصر الاستمرارية هو اعتمادها على صنع محتواها الخاص من مقاطع مرئية ومنشورات وصور، ونادرا ما يكون هناك نقل للأخبار من جهات أخرى. حيث يرى مؤسس الصفحة بأنها باتت المصدر الأول للخبر بولاية غليزان.

حول مصار الأخبار لصفحة غليزان الأخبار فهي تأتي من الجهات الرسمية المختلفة في الولاية (الإدارية، الأمنية، العسكرية)، إضافة إلى سهولة الحصول على المعلومة نظرا للصفة الإعلامية التي يتمتع بها مؤسس الصفحة، بإعتباره مراسل صحفي لجريدة الجمهورية في ولاية غليزان.

يؤكد درقاوي مؤسس صفحة غليزان الأخبار، إن الصفحة ليست تجارية، ولا تسعى إلى تحقيق أهداف مادية، وأنها تقوم على مجهودات ذاتية، إلا انها تقدم في بعض الأحيان خدمات اعلانية لفائدة بعض الخواص والتجار.

تسعى صفحة غليزان الأخبار لأجل الحصول على التوثيق الرسمي من موقع الفيسبوك.

وعن الاعتماد الرسمي للصفحة من قبل السلطات المعنية هنا يقول درقاوي: "السلطات بمختلف توجهاتها على علم ودراية بالصفحة من طرف كل المسؤولين وما يتم نشره يكون بعلم منها، على اعتبار أنني إعلامي معتمد من طرف مصالحها بقائمة الاعلاميين

والصحفيين، والتمتع بصفة اخرى ككاتب رئيس المكتب الولائي للاتحاد الوطني للصحفيين والاعلاميين الجزائريين<sup>60</sup>.

نظراً لنجاح صفحة غليزان وانتشارها على مستوى ولاية غليزان من حيث عدد المتابعين يسعى مؤسس صفحة غليزان الأخبار درقاوي إلى إعداد مشروع إعلامي إلكتروني، يتمثل في إنشاء أول موقع إخباري في غليزان، وهو يعتمد في ذلك على خبرته المهنية، خاصة وأنه أسس من قبل موقع رياضي، وموقع ثقافي يُعنى بمؤسسة دار الثقافة لولاية غليزان.

### ثانياً: اتجاهات الجمهور الجزائري الغليزان نحو صفحة غليزان الأخبار

#### مطالعة الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك:

إن غالبية أفراد عينة الدراسة تطالع مختلف الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك بنسب 97.53%، في حين من لا يطالعونها شكل 2.46%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(2): يمثل توزيع العينات حسب مطالعة الجمهور الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك.

التكرار	التكرار	مطالعة الصفحات الإخبارية
97.53%	79	نعم
2.46%	2	لا
100%	81	المجموع

<sup>60</sup> مقابلة إلكترونية مع الصحفي درقاوي حاج الزويبر، مؤسس صفحة غليزان الأخبار، بتاريخ 10 ماي 2023.

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن غالبية أفراد عينة الدراسة يعتبرون من جمهور المستخدمين للصفحات الإخبارية المحلية.

### متابعة الجمهور الغليزاني لصفحة غليزان الأخبار

إن جل أفراد عينة الدراسة تتابع صفحة غليزان الأخبار منذ أكثر من ثلاث سنوات، وذلك بنسبة 62,96%، في حين أن نسبة متابعيها منذ سنتين شكلت 23,46%، وأقل من سنة 13,58%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(3): يمثل توزيع العينات حسب مدة متابعة الجمهور الغليزاني لصفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	مدة متابعة صفحة غليزان الأخبار
13,58%	11	اقل من سنة
23,46%	19	منذ سنتين
62,96%	51	اكثر من ثلاث سنوات
100%	81	المجموع

ما يعني أن لصفحة غليزان الأخبار التي انطلقت في 2016، لها جمهور مستخدمين يتابعها منذ سنوات عبر موقع الفيسبوك. لعل ذلك يعود إلى اهتمام عينة الدراسة بمطالعة ومتابعة كل ما يتعلق بالشأن المحلي، كما قد يعود ذلك إلى شهر الصفحة وانتشارها في نقل الأخبار والموضوعات المتعلقة بولاية غليزان.

### دورية المطالعة لصفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك

أظهرت نتائج الدراسة أن 56,7% يطالعون صفحة غليزان الأخبار يومياً، في حين أن 23,4% يطالعونها في حال وجود أحداث مهمة بولاية غليزان، و17,2% يطالعون الصفحة بشكل غير منتظم. كما أن 1,2 من أفراد عينة الدراسة يطالعونها مرة في الشهر. وهو ما تدل عليه نتائج الجدول التالي:

#### الجدول رقم (4): دورية مطالعة الجمهور صفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	دورية مطالعة غليزان الأخبار
56,7%	47	يومية
23,4%	19	في حالة وجود احداث مهمة
1.2%	1	مرة في الشهر
17,2%	13	غير منتظمة
100,0%	81	المجموع

ويتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق أن دورية مطالعة صفحة غليزان الأخبار تمثلت بشكل يومي بدرجة أولى، وفي حال وجود أحداث مهمة تشهدها الولاية بالدرجة الثانية.

#### كيفية مطالعة صفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك

جاءت إجابات عينة الدراسة حول كيفية مطالعتهم لصفحة غليزان الأخبار بطرق مختلف، حيث إن 46.9% تكتفي بمطالعة العناوين فقط، و34.6% تطالع الموضوع كاملا، في حين أن 16.0% تكتفي بمشاهدة الفيديو/ الصور، وشكلت نسبة 2.5% من يطالع التعليقات. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

#### الجدول رقم (5): كيفية مطالعة الجمهور صفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	كيفية مطالعة غليزان الأخبار
46.9%	38	أكتفي بالعناوين
34.6%	28	الموضوع كاملا
16.0%	13	اكتفي بالفيديو/الصور
2.5%	2	اتباع التعليقات
100,0%	81	المجموع

تؤكد نتائج الجدول السابق ما اتفق حوله الباحثون حول خصائص جمهور مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وتأثرهم بعصر السرعة، حيث أن جمهور المستخدمين لا يخصص الوقت الكافي لمطالعة التفاصيل في الإعلام الجديد وهو عكس ما يتصف به جمهور الإعلام التقليدي.

### أماكن تصفح الجمهور لصفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك

يتابع أفراد عينة الدراسة صفحة غليزان الأخبار بأي مكان يتواجدون به وذلك بنسبة 76.5%، في حين أن بعض أفراد عينة الدراسة يفضلون متابعة الصفحة في البيت، وبنسبة 7.2% يتابعونها في العمل.

#### الجدول رقم (6): موقع المبحوثين أثناء تصفح غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	أماكن مطالعة غليزان الأخبار
20%	17	البيت
7.2%	2	العمل
76.5%	62	أي مكان أتواجد به
100%	81	المجموع

من خلال نتائج الجدول السابق نعتقد أن متابعة صفحة غليزان الأخبار في أي مكان يتواجد به الجمهور يعود إلى انتشار امتلاك الأجهزة الاتصالية (الهاتف/ التابلت)، وتوفر خدمة الإنترنت لدى الجمهور في كل مكان يتواجدون به.

### أوقات تصفح الجمهور لصفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك

غالبية أفراد عينة الدراسة تتصفح غليزان الأخبار في الصباح بنسبة 59.1%، وبنسبة 23.5% منتصف النهار. كما أن 16% يتصفحون الصفحة في أي وقت، و1.2% يحددون فترة المساء لمطالعة وتصفح صفحة غليزان الأخبار. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

#### الجدول رقم (7): أوقات تصفح المبحوثين لصفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	أوقات تصفح غليزان الأخبار
59.1%	48	الصباح
23.5%	19	منتصف النهار
1.2%	1	المساء
16%	13	في اي وقت محدد
100,0%	81	المجموع

ونعتقد أن نتيجة هذا الجدول منطقية، نظراً أن الفترة الصباحية تعتبر أكثر الفترات التي تشهد عملية نشر للأخبار والموضوعات المحلية في صفحة غليزان الأخبار، كما أنها تعتبر فترة تشهد استخدام كبير للجمهور لمواقع الشبكات الاجتماعية.

### أسباب متابعة الجمهور الغليزاني لصفحة غليزان الأخبار

جاءت أسباب متابعة أفراد عينة الدراسة لصفحة غليزان الأخبار باعتبارها بديلاً لوسائل الإعلام بنسبة 47.7%، وبنسبة متقاربة 43.2% بسبب تغطيتها الشأن المحلي لولاية غليزان. في حين يتابع بعض أفراد العينة بنسبة 9.9% بسبب الفورية في نقل الأخبار، واعتبارها مصدر موثوق للمعلومة بنسبة 1.2%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (8): يوضح أسباب متابعة الجمهور لصفحة غليزان للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	أسباب متابعة غليزان الأخبار
1.2%	1	تعد مصدر موثوق للأخبار
43.2%	35	تغطي الشأن المحلي في غليزان
47.7%	37	تعد بديلاً لوسائل الإعلام
9.9%	8	الفورية في نقل الأخبار
100,0%	81	المجموع

من خلال نتائج الجدول السابق يمكننا التأكيد على أن شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك أصبح يعتبر بديلاً للإعلام التقليدي، كما أن موقع الفيسبوك وفر مساحة كبيرة لنشر مختلف الأخبار والموضوعات ذات الإهتمام بالشأن المحلي، ما جعل جمهور المستخدمين يحرصون على متابعتها.

### ثالثاً: اتجاهات الجمهور نحو مضمون صفحة غليزان الأخبار المزايا التي توفرها صفحة غليزان الأخبار للجمهور:

جاءت نتائج تساؤلنا حول مزايا صفحة غليزان الأخبار متقاربة نوعاً ما، حيث إن 55.6% من عينة الدراسة ترى أن الصفحة تتميز بالدقة في عرضها للأخبار والموضوعات، وما نسبته 46.9% ترى أن الصفحة تتميز بالوضوح في عرضها للأخبار والموضوعات. كما أُجبت عينة الدراسة أن الصفحة تتميز بالإيجاز في العرض والتحليل بنسبة 37%، وفي السطاة والسهولة بنسبة 23.5%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (12): الميزات التي تتوفر في صفحة أخبار غليزان

النسبة المئوية	التكرار	مزايا صفحة غليزان الأخبار
46.9%	38	الوضوح والاتساق
55.6%	45	الدقة والتناسب
37%	30	الإيجاز في العرض والتحليل
23.5%	19	البساطة والسهولة

الملاحظ من خلال نتائج الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة تجمع على أن صفحة غليزان الأخبار تتميز عن غيرها من الصفحات الإخبارية المحلية بعدد من المميزات لعل أهمها الدقة والوضوح في عرضها للأخبار والموضوعات ذات الشأن المحلي الغليزان.

### أسباب تفضيل الجمهور لمضامين صفحة غليزان الأخبار:

إن أسباب تفضيل الجمهور من أفراد عينة الدراسة لصفحة غليزان الأخبار يعود أولاً إلى اعتمادها أسلوب الاختصار وعدم الإطالة في عرض الأخبار والموضوعات وذلك بنسبة 39.5%، وبنسبة 12.3% يفضل الجمهور الصفحة لتنوع مضامين من حيث الأخبار والموضوعات التي تقدمها، ومن الأسباب الأخرى التي جاءت بنسب متشابهة هي توفير مساحة لتعبير عن الرأي، وإهتمام الصفحة بالشأن المحلي لولاية غليزان وذلك بنسبة 6.2%، في حين أن من يفضل غليزان الأخبار بسبب الفورية والسرعة في نقل الخبر جاءت بنسبة 2.5%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

### الجدول رقم (10): اوضح أسباب تفضيل الجمهور لمضامين غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	أسباب تفضيل الجمهور لمضامين غليزان الأخبار
39.5%	32	تعتمد عدم الإطالة والاختصار في العرض
12.3%	10	تنوع الأخبار والموضوعات
6.2%	5	حرية التعبير وإبدا الرأي
6.2%	5	الإهتمام بالشأن المحلي
2.5%	2	السرعة والنقل الفوري للخبر

من خلال نتائج الجدول السابق نؤكد على ما سبق ذكره من أن الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي يتصف بسمات خاصة تجعله مختلف عن الجمهور التقليدي. حيث نجد سمة السرعة في القراءة والمطالعة، إضافة إلى البحث عن مساحة لتعبير عن الرأي. وهو ما يوفره موقع الفيسبوك، و صفحة غليزان الأخبار

### المضامين التي يقبل عليها جمهور صفحة غليزان الأخبار

تظهر نتائج الدراسة أن نسبة 51.9% من أفراد عينة الدراسة يفضلون المضامين والموضوعات ذات الطابع الاجتماعي، وبنسبة 32.1% المضامين ذات الطابع الرياضي. في حين أن المضامين الثقافية جاءت بنسبة 21.0%، تليها المضامين الفنية بنسبة 14.8%، كما أن المضامين الاقتصادية يفضلها 11.1% من أفراد عينة الدراسة، والسياسية بنسبة 1.2%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(11): المضامين التي يقبل عليها جمهور غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	المضامين المفضلة لجمهور غليزان الأخبار
51.9%	42	المضامين الاجتماعية
32.1%	26	المضامين الرياضية
21.0%	17	المضامين الثقافية
14.8%	12	المضامين الفنية
11.1%	9	المضامين الاقتصادية
1.2%	1	المضامين السياسية

الجدول السابق يؤشر على ضعف متابعة أفراد عينة الدراسة للمضامين السياسية، والاقتصادية، في حين أن المضامين الاجتماعية والرياضية تعد الأكثر تفضيلا لدى جمهور المستخدمين لصفحة غليزان الأخبار.

وقد نُرجع ذلك إلى أن صفحة غليزان الأخبار ذات اهتمام بالشأن المحلي وخاصة الاجتماعي والرياضي منها، وهي تعكس أحداث وموضوعات الخاصة بولاية غليزان. ونادرا ما تتناول الشأن السياسي في مضامينها.

**ثقة الجمهور في المضامين الإخبارية لصفحة غليزان الأخبار**

حول مدى ثقة الجمهور من أفراد العينة في صفحة غليزان الأخبار كمصدر للأخبار والمعلومات، عبرت عينة الدراسة بأنها تثق بالصفحة وذلك بنسبة 64.2%، وهي تشكل نسبة كبيرة مقارنة بمن عبروا بعدم ثقتهم في مضامين صفحة غليزان الأخبار التي جاءت بنسبة 35.8%. وهو ما يوضحه الجدول التالي.

**الجدول رقم (12): ثقة الجمهور في مضامين صفحة غليزان الأخبار**

الثقة الجمهور في صفحة غليزان الأخبار	التكرار	التكرار
نعم	52	%64.2
لا	29	%35.8
المجموع	81	%100

من خلال نتائج الجدول السابق: نعتقد أن غالبية أفراد العينة المدروسة لديهم ثقة في صفحة غليزان الأخبار، ما قد نعتبره مؤشر للإتجاه الإيجابي نحو مضامين صفحة غليزان الأخبار، باعتبارها تمصل صفحة إخبارية محلية على موقع الفيسبوك.

**طرق تأكد الجمهور من الأخبار التي تنشرها صفحة غليزان الأخبار:**

في محاولة بحثنا حول طرق أو كيفية تأكد الجمهور من الاخبار والموضوعات والمضامين التي تنشرها صفحة غليزان الأخبار، نجد أن غلبة عينة الدراسة بنسبة %63.0 تلجأ إلى مصادرها الخاصة قد تكون من (المقربين، أو الأصدقاء، أو المسؤولين) لأجل التأكد من صحة ودقة الأخبار، في حين أن ما نسبته %23.5 من الجمهور عينة الدراسة يتأكدون من خلال تداول وانتشار الأخبار والمعلومات عبر صفحات فيسبوكية أخرى، كما أن %13.6 لا يسعى إلى التأكد من صحة الأخبار والمعلومات ويكتفى بتلقيها. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

**الجدول رقم (13): يوضح كيفية تأكد الجمهور من الأخبار التي تنشرها صفحة غليزان الأخبار**

النسبة المئوية	التكرار	تأكد من الأخبار والمضامين صفحة غليزان الأخبار
13.6%	11	لا أتأكد
23.5%	19	من خلال تداول وانتشار الخبر والمعلومات
63.0%	51	من مصادري الخاصة
100%	81	المجموع

وتدل نتائج الجدول السابق باعتقادنا على أن جمهور المستخدمين لصفحة غليزان الأخبار لديه نوع من الوعي بضرورة التأكد من الأخبار والمضامين التي تنشرها الصفحة، قبل أن يتخذ قرار بتصديقها وتبينها أو عدم تبينها.

**رابعاً: اتجاهات الجمهور نحو الشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار  
عناصر الجذب في صفحة غليزان الأخبار**

إن من عناصر جذب الجمهور لمتابعة صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك هو الواجهة وطريقة تصميمها وهو ما عبر عنه غالبية عينة الدراسة بنسبة 55.6%، في حين أن أسلوب تقديم وعرض المعلومات جاء بنسبة 23.5% كعناصر جذب للجمهور، يليه التصميم المتغير (المتجدد) بنسبة 18.5%. كما اعتبر بعض أفراد عينة الدراسة أن التصميم الثابت يشكل أحد عناصر جذب لهم لمتابعة صفحة غليزان الاخبار وذلك بنسبة 2.5%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (14): يوضح عناصر الجذب في صفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	عناصر الجذب في صفحة غليزان الأخبار
55.6%	45	تصميم واجهة الصفحة
23.5%	19	أسلوب تقديم وعرض المعلومات
2.5%	2	التصميم الثابت للصفحة
18.5%	15	التصميم المتغير للصفحة
100%	81	المجموع

تدل نتائج الجدول السابق وتؤكد على أهمية الاختيار الجيدة لتصميم واجهة الصفحة، ولأسلوب عرض المضامين بإعتبارهم ابرز عناصر جذب الجمهور، ويعود ذلك لتأثيرها على الجمهور و أول ما يراه الجمهور المتصفح، ولذلك تصميم الصفحة الخارجي يعتبر الخطوة الأولى والهامة لجذب الجمهور .

عند تصفحك لصفحة غليزان الأخبار تفضل المواضيع المرفقة

إن جمهور صفحة غليزان الأخبار من أفراد عينة الدراسة يفضلون النصوص والمنشورات بنسبة 79.0%، وأن تكون الموضوعات مرفقة بالفيديو بنسبة 16.0%، في حين من يفضلون الإعلانات جاءت بنسبة 3.7%، ومن يفضلون الصور مرفقة مع الموضوعات بنسبة 1.2%، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (15): ما يفضله الجمهور رفقة المواضيع التي يشاهدونها عبر صفحة غليزان الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	ما يفضله الجمهور عبر صفحة غليزان الأخبار
16.0%	13	الفيديو
79.0%	64	النصوص والمنشورات
3.7%	3	الإعلانات
1.2%	1	الصور
100%	81	المجموع

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن غالبية الجمهور يفضل النصوص والمنشورات لعل ذلك يعود إلى أنها لا تحتاج غلى الكثير من الوقت، وفي غالب الأحيان لا تكون طويلة بل مختصرة. كما نجد أن بعض أفراد عينة الدراسة يفضلون ارفاق الفيديو مع الأخبار والمنشورات.

### تقييم الجمهور للشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار

يعتقد غالبية أفراد عينة الدراسة وبنسبة 58.0% أن شكل صفحة غليزان الأخبار متوسط، و39.5% ترى أنه شكل ممتاز، في حين عبر 2.5% أن شكل صفحة غليزان الأخبار ذات شكل ضعيف. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (16): تقييم الجمهور لشكل صفحة غليزان للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	تقييم الجمهور لشكل صفحة غليزان الأخبار
2.5%	2	ضعيف
58.0%	47	متوسط
39.5%	32	ممتاز
18.5%	15	التصميم المتغير للصفحة
100%	81	المجموع

من خلال الجدول السابق نقول أن جمهور صفحة غليزان الأخبار يعتقد أن الصفحة ذات شكل متوسط أو ممتاز، وهنا ننوه أن نظرا لخصوصية موقع الفيسبوك فهو لا يتسع الكثير من الخيارات في جانب الإخراج العرض للصفحات عبره. ورغم ذلك نجد أن الجمهور لديه اتجاه ايجابي نوعا ما حول شكل صفحة غليزان الأخبار.

## خامساً: اتجاهات الجمهور نحو التفاعلية المحققة في صفحة غليزان الأخبار تفاعل الجمهور مع صفحة غليزان الأخبار

يتفاعل غالبية الجمهور من أفراد عينة الدراسات مع المضامين التي تنشرها صفحة غليزان الاخبار وذلك بنسبة 82.7%، في حين أن من لا يتفاعلون جاءت بنسبة 14.8% وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع من يتفاعلون في الصفحة. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (17): تفاعل الجمهور مع صفحة غليزان للأخبار

تفاعل الجمهور	التكرار	التكرار
نعم	67	82.7%
لا	12	14.8%
المجموع	81	100%

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن التفاعلية مرتفعة في صفحة غليزان الأخبار وهو مؤشر ايجابي حول اتجاهات التفاعلية لجمهور صفحة غليزان الأخبار.

## المدائمة على التفاعل بصفحة غليزان الأخبار

إن الجمهور من أفراد عينة الدراسة يداوم على التفاعل بشكل دائم كلما تصفح غليزان الاخبار وذلك بنسبة 50.6%، في حين أن البعض من أفراد عينة الدراسة يتفاعلون أحيانا بنسبة 34.6%، وجاءت من لا يتفاعلون إلا نادرا بنسبة 14.8%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

**الجدول رقم (18): يوضح المداومة على التفاعل في صفحة غليزان الأخبار**

النسبة المئوية	التكرار	المداومة على التفاعل بصفحة غليزان الأخبار
34.6%	28	أحيانا
50.6%	41	دائما
14.8%	12	نادرا
100%	81	المجموع

تؤكد نتائج الجدول السابق على مداومة جمهور صفحة غليزان الأخبار على التفاعل كلما طالع وتصفح الصفحة.

**نوع تفاعل جمهور صفحة غليزان الأخبار**

يتفاعل غالبية الجمهور من أفراد عينة الدراسة من خلال خاصية الإعجاب وذلك بنسبة 94.4%، ومن خلال المشاركة في صبر الآراء بنسبة 21.0%، في حين أن التعليق على المحتوى جاءت بنسبة 6.2%، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

**الجدول رقم (19): كيفية تفاعل الجمهور مع مضمين صفحة غليزان للأخبار.**

النسبة المئوية	التكرار	تقييم الجمهور لشكل صفحة غليزان الأخبار
96.4%	81	الإعجاب
21.0%	17	المشاركة في صبر الآراء
6.2%	5	التعليق على المحتوى
0%	0	مشاركة المنشور

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن غالبية جمهور صفحة غليزان الأخبار يكتفون بالتفاعل من خلال خاصية الإعجاب، وننوه إلى عدم مشاركة منشورات الصفحة لدى جميع أفراد عينة الدراسة.

## أسباب تفاعل جمهور صفحة غليزان الأخبار

يتفاعل غالبية جمهور صفحة غليزان الأخبار لأنها تسمح بحرية التعبير وذلك بنسبة 96.4%، في حين أن عدد من أفراد عينة الدراسة يتفاعلون لأنها تقدم وتعالج مواضيع مختلفة بنسبة 21.0%، ويُرجع بعض أفراد العينة أنها مسألة تعود على التفاعل بنسبة 6.2%. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (20): يوضح أسباب تفاعل الجمهور مع صفحة غليزان للأخبار

النسبة المئوية	التكرار	أسباب تفاعل الجمهور صفحة غليزان الأخبار
96.4%	81	تسمح بحرية التعبير
21.0%	17	معالجة مواضيع مختلفة
6.2%	5	تعودت على التفاعل

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ تنوع واختلاف أسباب تفاعل الجمهور من أفراد عينة الدراسة بصفحة غليزان الأخبار إلا أنها في غالبيتها يتفاعلون نظرا لتوفيرها مساحة لتعبير عن الرأي وتنوع موضوعاتها، وبشكل أقل لأنها أصبحت عادة تعود عليها الجمهور.

**مناقشة نتائج الدراسة في ضوء تساؤلاتها:**

**جاءت النتائج حول اتجاهات الجمهور الجزائري (الغليزاني) نحو استخدام**

**الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك إيجابية،** حيث أن غالبية الجمهور يتابعون الصفحات الإخبارية المحلية، ومنذ أكثر من ثلاث سنوات، بشكل يومي، وفي أي مكان، خاصة في الفترة الصباحية.

ويعود ذلك لأسباب مختلفة لعل أهمها أنها تمثل الإعلام الجديد الذي أصبح بديلا للإعلام التقليدي، واهتمامها بالشأن المحلي والتركيز عليه،

**إن اتجاهات الجمهور نحو مضمون صفحة غليزان الأخبار يعتبر إيجابياً، حيث أن الصفحة تتميز بالدقة في تقديم الاخبار والموضوعات، ومن أسباب متابعة الجمهور لمضمون الصفحة اعتمادها على الاختصار وعدم الغطالة في عرض الاخبار والموضوعات المحلية. كما إن الضامين الأكثر إقبالا من الجمهور هي الضامين الاجتماعية والرياضية، والتي تعكس مجال اهتمامات جمهور المتابعين للصفحة.**

إضافة إلى ذلك فإن الجمهور يثق في الضامين التي تقدمها صفحة غليزان الاخبار عبر موقع الفيسبوك، ويتأكد من صحة الضامين من خلال مصادره الخاصة.

**تؤكد نتائج الدراسة الاتجاه الإيجابي للجمهور نحو شكل صفحة غليزان الأخبار، حيث تتميز الصفحة بتوفيرها عناصر الجذب مثل تصميم واجهة الصفحة، وأسلوب تقديم وعرض الأخبار والمعلومات. كما أن الجمهور يفضل المنشورات والنصوص، والفيديو في مضامين صفحة غليزان الأخبار، ويؤكد الجمهور على أن صفحة غليزان الأخبار تمتاز بشكل ممتاز ومتوسط.**

**جاءت اتجاهات الجمهور حول التفاعلية ايجابية ومرتفعة في صفحة غليزان الأخبار عبر موقع الفيسبوك، حيث أن غالبية الجمهور يتفاعل مع مضامين الصفحة، ويتفاعل دائما مع صفحة، من خلال خاصية الإعجاب، والمشاركة في صبر الآراء التي تقوم بها صفحة غليزان الأخبار من حين إلى آخر.**

ومن أسباب تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة غليزان الاخبار توفيرها مساحة لحرية التعبير، ومعالجتها لمختلف المواضيع والقضايا التي تهم الجمهور وتهتم بالشأن المحلي لولاية غليزان.

الختامة

نختتم دراستنا بالقول أن الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك أصبحت تستقطب جمهور واسع من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي.

وهي تمثل الإعلام المحلي البديل في ظل تراجع وسائل الإعلام التقليدية من حيث اعتماد الجمهور عليها كمصدر للأخبار ذات الشأن المحلي.

وتعتبر صفحة غليزان الأخبار من أقدم وأشهر الصفحات الإخبارية المحلية على مستوى ولاية غليزان، حيث نجحت الصفحة في استقطاب الجمهور الغليزاني، المهتم بالشأن المحلي.

كما أننا نؤكد على الاتجاهات الإيجابية لجمهور المستخدمين لصفحة أخبار غليزان، وتفاعلهم مع مضامين صفحة غليزان الأخبار بشكل كبير.

وعليه توصي دراستنا بمزيد من الدراسات في مجال الصفحات الإخبارية ذات الاهتمام بالشأن المحلي، ومحاولة استكشاف تأثيراتها على الجمهور ودورها في التنمية المجتمعية المحلية.

المراجع

## قائمة المراجع:

- الكتب:
- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.
- بلقيس احمد مرعي وتوفيق، المسير في علم النفس التربوي، ط1، دار المسير، عمان، 2011.
- حسن عماد المكاوي وليلى حسن السعيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- حسن محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2008.
- خالد غسان، يوسف مقداي، ثورة الشبكات الإجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
- الدسوقي عبده ابراهيم، وسائل واساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري، ط1، دار الوفاء، الاسكندرية.
- راضي الوقفي، مقدمة في علم النفس، دار الشروق، عمان، 1989.
- زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، د ط، مطبعة أبناء الجراح، مدينة غزة، فلسطين، 2010.
- عبد الله خلدون، الاعلام وعلم النفس، دار أسامة ، الاردن، 2010.
- علي قسايسية وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية، ج2، الجزائر، د س.
- علي قسايسية، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها من المتفرجين الى المبحوثين الافتراضيين، ط1، دار الورسم للنشر، الجزائر، 2011.

- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- فرج عبد القادر طه، موسوعة العلم النفسي والتحليل النفسي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2003.
- كمال علوان الزبيعي، علم النفس الاجتماعي، د ط، مؤسسة وراق للنشر، عمان، 2003.
- ماجد فاصل الزبون الاعلام وثقافة الدفعيات، العربي للنشر، القاهرة، 2013.
- محمد الفار، معجم المصطلحات الاعلامية ، ط1، دار أسامة للنشر ، عمان، 2014.
- محمد شفيق، الانسان والمجتمع مقدمة في علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، د، س.
- محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام والاتصال " دراسة في النشأة والتطور"، ط1، دار المسير، الاردن، 2012.
- محي الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبدي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008.
- مسعود جبران، الرائد المعجم ألف بائي في اللغة والاعلام، ط1، دار العلم للإعلاميين، لبنان، 2003.
- مصطفى يوسف الكافين الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان، 2015.
- مصعب حسام الدين نوران، الفيسبوك من قبل وسائل التواصل الاجتماعي في التعبير، ط1، شركة المطبوعة، 2014.
- مي عبد الله، عبد الكريم متين، معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2004.
- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، النهضة السودان، 2010.

## الرسائل والمجلات العلمية:

- أشرف عصام فريد صالح، دور موقع التواصل الإجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، شهادة الماجستير، جامعة الشرق للأوسط، ص29، 2016.
- بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عن الطلبة الاجتماعيين، مذكرة مكملة لنيل شاهدة الماستر، جامعة بسكرة، 2015.
- حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية" الفيسبوك والتويتر أنودجا"، رسالة الماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية، 2014.
- خولة طبابلة، راضية بو الفروق، اتجاهات جمهور القراء الجزائريين نحو الصحافة المحلية" دراسة على عينة من قراء جريدة بقسم الاعلام والاتصال، مذكرة نيل شهادة الماستر، جامعة جيجل، 2019/2018.
- دعاء عادل محمود، اتجاهات الجمهور نحو معالجة الجمهور لمواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والقضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة، المجلة العلمية، لبحوث الصحافة، ع5، مصر
- شهيناز العبدلي، اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية، مجلة المباحث الاجتماعية، ، جامعة تيزي وزو، 2017
- صونية قوراي، اتجاهات المستخدمين للإنترنت بجامعة بسكرة، مذكرة ماجستير، 2011/2010.
- عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك أنودجا" وعلاقة بالتنشئة الاجتماعية، مكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الوادي، 2017/2016.

- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي "دراسة نقدية تحليلية"، اطروحة لنيل الدكتوراه في الاعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر.
- فاطمة الزهراء تنيو، البعد المحلي في الصحافة الجزائرية\_ دراسة مضمون ليوميتي الخبر والشروق اليومي، رسالة دكتوراه، قسم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010.
- مريم وكواك، مصداقية الصفحات الاخبارية الجزائرية عبر الفيسبوك "دراسة ميدانية لطلبة جامعة الوادي"، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة الوادي، 2019/2018.
- الهام بوثلجي، الصحافة الالكترونية الجزائرية واتجاهات القراءة\_ دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق اونلاين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2011/2010
- هلال حربوش: هشام مناني، إتجاهات الشباب الجامعي حول دور موقع الفايسبوك في التوعية السياسية، مذكرة ماستر، جامعة الوادي، ص 47 ، 2019/2018

#### المواقع الإلكترونية:

- رابط صفحة غليزان الأخبار:
- <https://www.facebook.com/relizane.akhbar>
- موقع ، تاريخ الولوج يوم 2023/05/15 ، ساعة 22:00.
- [WWW.CHAT;OPENAI.COM](http://WWW.CHAT;OPENAI.COM)
- مقابلة إلكترونية مع الصحفي درقاوي حاج الزويير، مؤسس صفحة غليزان الأخبار، بتاريخ 10 ماي 2023.

الملاحق

## الملحق رقم (1) دليل المقابلة

- س1. من صاحب فكرة تأسيس صفحة غليزان الأخبار؟
- س2. كيف وأين إنطلقت صفحة غليزان الأخبار؟
- س3. من هم المشرفون على صفحة غليزان الأخبار؟ وما هي السياسة التحريرية المتبعة فيها، وذلك على اعتبار أن صفحة غليزان للأخبار صفح إخبارية محلية؟
- س4. كيف استطاعت صفحة غليزان الأخبار الاستمرار منذ انطلاقتها في 29 سبتمبر 2016 إلى الآن؟ خاصة في ظل ظهور واختفاء العديد من الصفحات المشابهة.
- س5. ما هي مصادر صفحة غليزان الأخبار فيما تقدمه من أخبار ومعلومات؟ وما عدد الصحفيين والمراسلين الذين يعملون مع صفحة غليزان الأخبار؟
- س6. هل تقدم صفحة غليزان الأخبار مقابل مادي للصحفيين والمراسلين؟
- س7. هل تم اعتماد صفحة غليزان الأخبار كصفحة إخبارية من قبل السلطات المحلية؟ وفي حال لم يتم اعتمادها ما سبب ذلك برأيكم؟
- س8. لماذا لم يتم توثيق صفحة غليزان الأخبار إلى الآن، رغم أنها تأسست من 2016، وبها عدد كبير من المشتركين والمتابعين، ودرجة التفاعلية بها كبير من قبل أفراد المجتمع؟
- س9. ما هي مصادر تمويل صفحة غليزان الأخبار؟ وهل تقدم الصفحة خدمة الإعلانات التجارية؟
- س10. ما هي الصعوبات التي تواجه صفحة غليزان الأخبار؟ وهل واجهتم دعاوى قضائية ضد الصفحة؟
- س11. بما أن صفحة غليزان الأخبار هي صفحة فيسبوكية إخبارية، هل هناك مشروع لأن تنتقل من صفحة على الفيسبوك إلى مشروع مؤسسة إعلامية رقمية؟

## الملاحق رقم (2) استمارة الاستبيان

## عنوان الاستبيان :

اتجاهات الجمهور الجزائري (الغليزياني) نحو صفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك  
في إطار إنجازنا لدراسة استطلاعية بعنوان: اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصفحات  
الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك- صفحة غليزان الأخبار أنموذجاً...  
نرجوا من سيادتكم التكرم بالاجابة على أسئلة استمارة البحث، علماً أنه لا توجد إجابة  
صحيحة وأخرى خاطئة..  
ونعلمكم أن جميع المعلومات لا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي، وبكل سرية وأمانة  
علمية... شاكرين تفاعلكم ووعيككم لأهمية المساهمة في إنجاز هذه الدراسة.

الباحث: عمراني عبد القادر إقبال/ عسال ياسين

جامعة غليزان

## أولاً: البيانات الشخصية:

1. النوع:  ذكر -  أنثي
2. السن: أقل من 18 سنة  18-19  19-28  28-38  38-29
- 48-39  49-58  59 فما فوق
3. المستوى العلمي: ابتدائي  جامعي
- تكويني مهني  دون مستوى علمي
4. المهنة: موظف  أعمال حرة  مهني  دون عمل

المحور الثاني: اتجاهات الجمهور نحو استخدام الصفحات الإخبارية المحلية عبر

الفيسبوك:

5. هل تطالع الصفحات الإخبارية المحلية عبر موقع الفيسبوك؟

نعم

6. منذ متى تطالع صفحة غليزان الأخبار؟

منذ أقل من سنة  منذ سنتين  أكثر من ثلاث سنوات

## 7. كيف تتم دورية المطالعة؟

يومية  في حالة وجود أحداث تهتمك  مرة في الشهر  مرة في الاسبوع  غير منتظمة

## 8. كيف تطالع صفحة غليزان الأخبار على الفيسبوك؟

اكتفي العناوين  الموضوع  مشاهدة الصور/ الفيديو  التعليقات

أخرى أنكرها.....

## 9. أين تتصفح صفحة غليزان الأخبار عبر الفيسبوك؟

البيت  العمل  في أي مكان

أخرى انكرها.....

## 10. ما هي الأوقات التي تتصفح فيها صفحة غليزان الأخبار عبر

الفيسبوك؟

الصباح  منتصف النهار  المساء  الليل  لا يوجد وقت محدد

## 11. ما هي أسباب متابعتك لصفحة غليزان الأخبار؟

تعد مصدر موثوق للأخبار

تغطي الشأن المحلي في غليزان

تعد بديلا لوسائل الاعلام الأخرى

تنقل الأخبار فور حدوثها وفي أي وقت

لا تكلف الكثير من الجهد والمال

لأنها تستخدم الاختصار وعدم الاطالة

أخرى أنكرها.....

### المحور الثالث: اتجاهات الجمهور نحو مضمون صفحة غليزان الأخبار:

12. حسب رأيك هل تتوفر في صفحة غليزان الأخبار:

الوضوح والاتساق

الدقة والتناسب

الإيجاز في التحرير

البساطة والسهولة

أخرى أذكرها.....

13. تفضل مضامين صفحة غليزان الأخبار لأنها:

تعتمد السرعة      تعتمد عدم الإطالة والاختصار      تنوع في الأخبار والموضوعات

حرية التعليق وابدأ الرأي      الإهتمام بالشأن المحلي

أخرى أذكرها.....

14. برأيك ما هي أهم المواضيع التي يقبل عليها الجمهور في مضامين

غليزان الأخبار:

السياسية  لاجتماعية  الرياضية  الثقافية  الفنية  الاقتصادية

أخرى أذكرها.....

15. هل تثق في المضامين الإخبارية لصفحة غليزان الأخبار:

نعم لا

16. كيف تتأكد من الأخبار التي تنشرها صفحة غليزان الأخبار:

من خلال وسائل اعلام أخرى

لا أتأكد..... تداول وانتشار الخبر      تأكد من مصادري الخاصة

أخرى أذكرها.....

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو الشكل الإخراجي لصفحة أخبار غليزان:

17. ما يجذبك في صفحة غليزان الأخبار؟

تصميم واجهة الصفحة  أسلوب عرض المعلومات   
التصميم الثابت للصفحة  التصميم المتغير للصفحة   
أخرى أكرها.....

18. عند تصفحك لصفحة غليزان الأخبار تفضل المواضيع المرفقة بـ:

الصور  الفيديو  النص/ المنشور  الإعلانات

19. الشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار هل تعتقد أنه:

متوازن  له القدرة على إحداث تأثيرات نفسية  عشوائي   
أخرى أكرها.....

20. ما هو تقييمك لشكل الإخراجي لصفحة غليزان الأخبار:

ضعيف  متوسط  ممتاز

المحور الخامس: اتجاهات الجمهور نحو التفاعلية المحققة في صفحة غليزان الأخبار

21. هل تتفاعل مع صفحة غليزان الأخبار؟

نعم  لا

22. هل تقوم بالتفاعل كلما اطلعت على صفحة غليزان الأخبار:

دائماً  أحياناً  نادراً

23. كيف تتفاعل على صفحة غليزان الأخبار؟

التعليق على المحتوى  المشاركة في صبر الآراء  الإعجاب   
مشاركة الموضوع

24. لماذا تتفاعل في صفحة أخبار غليزان:

لأنها توفر حرية التعبير  لأنها تعالج مواضيع متنوعة  لأنني تعودت على ذلك   
أخرى أكرها.....



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة غليزان



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

تقرير تربص لنيل شهادة الماستر موسوم بـ :

الاتصال الداخلي للمؤسسة التربوية الاخوين الشهيدين سوسي

إشراف:

قدوري ريم فتيحة

إعداد الطالبين:

• عمراني عبد القادر اقبال

• عسال ياسين

السنة الجامعية: 2022-2023

## شكر و تقدير

قبل كل شيء نشكر الله عزوجل ونتوسل بالدعاء والمغفرة

للذين ساعدونا في إنجاز هذا البحث

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى الأستاذة المشرفة ( ريم قدوري ) والشكر

أيضا للمستشار شهبه عبد الوهاب مدير المؤسسة , ولمن قدم لنا يد العون والنصح

خلال إنجازنا لهذا البحث وذلك من خلال دعمهم المادي والمعنوي لنا .

## فهرس المحتويات

1.....	المحور الأول: التعريف بالمؤسسة
1.....	تمهيد
1.....	1-الإسم الكامل للمؤسسة التربوية :
1.....	2-طابع المؤسسة :
2.....	3- الإطار القانوني للمؤسسة(دفتر الشروط):
4.....	04-اليات الاتصال للمؤسسة:
5.....	المحور الثاني: الإتصال الداخلي للمؤسسة
5.....	تمهيد
5.....	1-عقد الاجتماعات والاتصال بين العمال ومسؤوليهم :
7.....	2- أنواع الإتصال السائد داخل المؤسسة:
9.....	- وسائل الإتصال المستخدمة للتواصل بين العمال:
10.....	4-الإتصال بين الموظفين والإدارة أثناء الأزمة (التمثيل النقابي):
12.....	خلاصة
13.....	المحور الثالث: العملية الاتصالية داخل المؤسسة التربوية
14.....	الاستنتاج العام:
15.....	الخاتمة
16.....	قائمة المراجع
17.....	قائمة الملاحق

## المحور الأول: التعريف بالمؤسسة

### تمهيد

المؤسسة التربوية هي شكل من أشكال المؤسسة بصفة عامة لها قوانينها ووظائفها تسعى من خلالها للوصول إلى تحقيق أهدافها وسنحاول في هذا المحور التطرق إلى بعض الحثيات المتعلقة بنشأة المؤسسة وطابعها بالإضافة إلى الإطار القانوني وآليات الإتصال بها.

### 1-الإسم الكامل للمؤسسة التربوية :

مؤسسة تربوية تعليمية للأخوين الشهيدين سوسي

تعتبر المؤسسة التربوية ذات طابع إداري تركز على وظيفة نبيلة في مهمة التربية والتعليم والتكوين العلمي, فهي مؤسسة عمومية للتعليم تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، وتؤدي مهامها حسب طبيعتها إنطلاقاً من المدارس الأساسية.

تقع المتوسطة في حي برمادية ولاية غليزان في الجزء الشمالي يحدها من الشمال عمارات ومن الجنوب مسجد الرحمة ,اما في الجزء الشرقي للملعب البلدي ومن الغرب عمارات والطريق<sup>1</sup>.

### 2-طابع المؤسسة :

- مؤسسة ذات طابع تربوي تعليمي، فهي متخصصة بالتنشئة الإجتماعية، تساعد على التنشئة الصحيحة والسليمة للأفراد ويتم فيها تعليمهم وتزويدهم بالكثير من المعلومات المختلفة، وتتكون هذه المؤسسة التعليمية من أعضاء الهيئة التدريسية والمعلمون والتلاميذ، والهيئات الإدارية.

<sup>1</sup>مقابلة: مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 10:00

3- الإطار القانوني للمؤسسة (دفتر الشروط):

- أ- يسمح بالدخول للمؤسسة اثناء العمل .
  - التلاميذ المسجلين رسميا .
  - الموظفون (الاساتذة ,الاداريون ,العمال).
  - المفتشون العامون للتربية والتكوين .
  - المكلفين بالمراقبة من طرف السلطة .
- ب- يمنع دخول الاقسام والمخابر اثناء تقديم الدروس باستثناء .
- مدير المؤسسة .
  - مفتش التربية .
  - العون المكلف بالغيابات .
  - نائب مدير الدراسات , رئيس الاشغال , مستشار رئيسي للتربية .
- ج- يمنع دخول التلاميذ قاعة الاساتذة .
- د- يستقبل اولياء التلاميذ في قاعة خاصة بالزوار ايام الاستقبال المحددة من قبل مدير المؤسسة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>مقابلة: مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 10:30 .

### النظام الداخلي للمتوسطة:

هي عبارة عن وثائق رسمية تتألف من مجموعة قوانين ,الحياة المدرسية تهدف إلى توفير الهدوء والإستقرار داخلها مما ينبغي على كل شخص داخل المتوسطة إتباع هذا النظام ,وسنتطرق إلى بعض النقاط.

- **المادة 01:** لكل تلميذ الحق في التعلم وإكتساب القيم والمهارات والمعارف التي تؤهله للإندماج في الحياة العملية كلما إستوفى شروط وكفاءات مطلوبة ,لهذا يجب توفير كل الإمكانيات والوسائل المادية المتوفرة بالمؤسسة في خدمته ضمن إطار القوانين التنظيمية المعمل بها.

- **المادة 02:** إن أي مخالفة للقانون الداخلي تعرض التلاميذ لإجراءات تأديبية تحددها الإدارة أو المجلس التأديبي حسب درجة الخطورة.

- **تصنيف العقوبات حسب الخطأ المرتكب على النحو الآتي :**

- الإنذار المكتوب.

- توبيخ.

- **عقوبات من الدرجة الثانية:**

- الإقصاء أو الطرد المؤقت من يوم واحد الى ثلاثة أيام.

- الإقصاء أو الطرد المؤقت من ثلاثة أيام الى أربعة أيام.

- **العقوبات من الدرجة الثالثة:**

- الإقصاء أو الطرد من النظام الداخلي.

- الإقصاء أو الطرد من المؤسسة مع إقتراح تحويل إلى مؤسسة أخرى.<sup>1</sup>

**04-اليات الاتصال للمؤسسة:**

-العنوان العادي: متوسطة الأخوين الشهيدين سوسي (برمادية).

com.Cemsoussi48@gmail-البريد الالكتروني:

- رقم الهاتف: 046 72 91 09

خلاصة:

من خلال ما تم تقديمه في هذا المحور نستنتج أن المؤسسة التربوية لها أهمية كبيرة في الواقع الإجتماعي, بالإضافة الى وظائف عديدة تمثلت في إعداد القوى البشرية القادرة على العمل, والعلاقات الإنسانية ما بين الموظفين والمدير والأساتذة التي تقوم على التواصل ما بينهم على أساس الإحترام و التعاون لنجاح الرسالة المراد إيصالها.

---

<sup>1</sup>مقابلة: مع المستشار التربوي شهبه على الساعة 10:45

## المحور الثاني: الإتصال الداخلي للمؤسسة

### تمهيد

يعتبر الإتصال الداخلي من بين أحد أهم العوامل التي تسعى من خلالها المؤسسة التربوية إلى تحقيق أهدافها , والتي تعمل على تنمية قدرات الأفراد ودمجهم في ثقافة المجتمع. فالتنمية تحتاج إلى مهارات وقيم موجّهة نحو تحقيق الأهداف، ولكي تنجز هذه المهام بشكل جيد وموحد لابد من وجود معلومات تنسيقية يتم إيصالها الى كافة المؤسسة، فكل هذه المعلومات المتدفقة تدعى بالإتصالات الداخلية.

### 1- عقد الاجتماعات والاتصال بين العمال ومسؤوليهم :

#### أ- الاجتماعات المدرسية :

وهي من الوسائل الضرورية التي لا يستغني عنها المدير والمدارس حيث تكون الفرصة متاحة لتبادل وجهات النظر بين المدير والمعلمين، وهنا يشعر الأساتذة بقرب الإدارة منهم وهذا يشجعهم على العمل الجاد ويعمل على نجاح العملية التعليمية، وحتى تكون الاجتماعات كذلك يجب أن :

- يحدد جدول الأعمال مسبقا , و يشارك في الاعداد كل المشاركين في الإجتماع .
- تتناول الإجتماع موضوعات تهم الأعضاء المشاركين .
- إتاحة فرصة لتناول وجهات النظر بين مائدة الإجتماع و الأعضاء .

- أن يسود الإجتماع نوع من الألفة و الإحترام المتبادل و حسن الإستماع أثناء المناقشة .

### الاجتماعات :

أ- مجالس الأقسام :تتمثل مهمة مجلس الأقسام فيما يلي

- تكون بحضور المدير والمشرف التربوي و الأساتذة و يأخذ أربع مرات في السنة .
- القيام بالحصيلة الإجمالية للقسم و دراسة النتائج التي يتحصل عليها كل تلميذ .
- توزيع عمل التلاميذ ومدى التقدم في تنفيذه .
- يشارك الأستاذ الرئيسي في تحضير مجلس القسم المنعقدة نهاية كل فصل .

ب-مجالس التعليم : تهدف إجتماعات مجلس التعليم إلى :

- ينعقد مجلس التعليم مرتين على الأقل في السنة , ويجتمع المجلس الأول في بداية السنة والثاني في نهاية السنة.

- يرأس مجلس التعليم مدير المؤسسة ,ويخلفه في حالة مانع الأستاذ المسؤول عن المادة .

- يشارك الأستاذ المسؤول عن المادة بصفة نشيطة في تحضير إجتماع المجلس , ويقدم الى مدير المؤسسة كافة العناصر اللازمة لعقد المجلس بصفة جيدة .

- تسجيل مداولات مجلس التعليم في محاضرة يحررها أستاذ يقوم بمهمة كاتب الجلسة.

د- المدير والأولياء : يستقبل المدير أولياء التلاميذ وإطلاعهم على نتائج أولادهم ويكون يوم مخصص لهم .

- يتم إستدعاء اولياء التلاميذ من قبل المدير بسبب عدم مواظبة التلاميذ ككثرة التأخرات وعدم الإنضباط داخل القسم

- تكسير الأدوات المدرسية كالكراسي والنوافذ الزجاجية .

- تجاوز الحدود مع الأساتذة كالرد بصوت مرتفع أو الكلام غير اللائق

ج- الأساتذة مسؤولي المواد : تكون بحضور مدير المؤسسة و المشرف التربوي, الأساتذة مسؤولي ينعقد مرة في الشهر<sup>1</sup>

## 2- أنواع الإتصال السائد داخل المؤسسة:

- يتم الإتصال في المؤسسة عن طريق :

أ-الإتصال الرسمي: لأنه في أي منظمة لابد أن يكون هناك إتصالات رسمية والتي

تحدد عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين وحدات الإدارية المختلفة

التي يتضمنها الهيكل, فالإتصال الرسمي يساهم في نقل المعلومات والتعليمات

والتوجيهات والأوامر إلى المرؤوسين مع التعرف على وجهات نظرهم مثل :إتصال

المدير و المشرف التربوي حول الأوضاع السائدة داخل المؤسسة.

<sup>1</sup>مقابلة مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:10

ب-الإتصال النازل : يكون هذا الإتصال من الأعلى إلى الأسفل , فيكون المرسل هو(المدير) في حين يكون المستقبل هو (المعلمين أو الموظفين), ويمكن أن تتضمن الرسالة في هذا النوع (أوامر وتعليمات ,توجيهات) وهي تمثل أحد مبادئ التنظيم الأساسية , وهو مبدأ التدرج الهرمي, كما أنها تعتبر السلطة الرسمية.

ج-الإتصال الصاعد: يتمثل هذا النوع من الإتصالات في المعلومات التي ينقلها العاملون في مستويات الدنيا إلى المستويات العليا , توضيح أفكارهم ومشاكلهم بشكل يتيح لرؤساء إتخاذ القرارات والتوجيهات المناسبة ,ولا يمكن ان تأتي توجيهات العليا دون التعرف على وجهات نظر العاملين في مختلف المستويات الإدارية , وإلا كان ذلك على حسب نوعية القرارات , ومن تطبيقات على هذا النوع من الإتصالات<sup>1</sup>

التقارير التي يرقمها العاملون و المعلمون والإجتماعات المشتركة بين الإدارة والعاملين .

د - الإتصال الأفقي :يكون بين الزملاء في نفس المركز مثل :

- الأساتذة أنفسهم أو العاملين فيما بينهم, ويهدف إلى توفير وتبادل المعلومات بين الأساتذة .

- توحيد الفروض و الإختبارات في المواد .

- مجلس الأقسام في كل فصل لتقييم التلاميذ.

<sup>1</sup>مقابلة مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:10

- وسائل الإتصال المستخدمة للتواصل بين العمال:

تعددت وسائل الإتصال في مجال الإدارة التعليمية فهناك من أدوات التي يستخدمها قادة المؤسسة التعليمية لتوصيل أفكارهم وآرائهم للعاملين, وهناك أيضا من الأدوات التي يستخدمها العاملون في توصيل أفكارهم ومشكلاتهم الى قادة المؤسسة التعليمية , بإضافة الى الأدوات التي تستخدم بين الأقسام والوحدات التعليمية ذات المستوى الواحد.

- ومن أهم أدوات الإتصال شيوعا :

أ- الوسائل الشفهية : وهي من أكثر الوسائل إستعمالا في المؤسسة.

- الإجتماعات والندوات : والتي تكون من أجل تمرير قرارات المسؤولين (المدير, المشرف التربوي ) وتعليماتهم , أو من أجل الإستماع إلى إنشغالات الموظفين (الأساتذة ,العاملين ) أو بغرض تبادل المعلومات والآراء بينهم لإيجاد حلول لمشكلاتهم .<sup>1</sup>

-اللقاءات و المقابلات :وهي وسيلة إتصالية مباشرة تمكن من نقل المعلومات وفهمها في أسرع وقت , وهي فرصة لإقامة إتصالات غير رسمية يمكن من خلالها تمرير إنشغالات الموظفين (الأساتذة ,العاملين) إلى المسؤولين (مدير)

ب-الوسائل المكتوبة:

-المذكرات والتقارير: من أكثر الوسائل إنتشارا في الأوساط التعليمية الإدارية, فالمذكرة هي عرض لموضوع أو مشكلة من قضايا المتصلة بالعمل التعليمي, حيث يقدمها المعلمون إلى مدير المؤسسة, أو من مدير المؤسسة إلى مستويات الأعلى, وقد يطلب فيها إبداء الرأي في موقف معين, أو إحالة مستويات الإدارية الأعلى بأحداث معينة.

<sup>1</sup>مقابلة مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:10

-أما التقارير فهي تتضمن حقائق عن موضوع معين , التي تهدف لنقل المعلومات إلى مختلف أفراد المؤسسة (متوسطة), ومن التقارير الشائعة في العمل التعليمي تقارير موجهة للمواد التعليمية المختلفة للمعلمين, وتقارير الدورية عن الحالة التعليمية في المدرسة .<sup>1</sup>

-الرسائل :ويقوم إما المسؤول (مدير المتوسطة )بإرسالها إلى الموظفون (الإداريين ,الأساتذة ,العمال) والتي قد تحمل موضوع مهم, أو تعليمات لأطراف معينة , أو تشكرات عن أعمال منجزة , أو قد تتعلق رسائل يرسلها موظفون إلى المدير ,كشكاوى ,إقتراحات .....الخ

-لوحة الإعلانات المدرسية : تستخدم لتوصيل المعلومات والتعليمات إلى العاملين بها , ويجب أن تكون لوحة الإعلانات متجددة الأخبار حتى لا تفقد أهميتها , كما يجب أن توضع في مكان بارز لجميع العاملين ,ولا تكون مزدحمة بالأوراق مما يعيق تركيز العاملين .

#### 4-الإتصال بين الموظفين والإدارة أثناء الأزمة (التمثيل النقابي):

الأزمة هي حدث مفاجئ غير مخطط له يتسبب بتهديد سمعة المؤسسة, أو يزعزع ثقة الموظفين وقد يؤدي هذا الحدث إلى عواقب سيئة, كتراجع الثقة, اتهامات من الموظفين, أو أي نتائج سلبية غير مرغوب فيها, هناك هدفان يجب تحقيقهما بالتوازي عند إدارة أي أزمة وهما :حل المشكلة وبناء تواصل فعال.

- يرتكز الهدف الأول على الكشف عن سبب المشكلة المؤدية للأزمة.

- الهدف الثاني فهو التواصل الفعال عبر تقديم كل المعلومات المرتبطة بالأزمة, بإستخدام أنواع الإتصال منها :

<sup>1</sup>مقابلة مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:10

-الإتصال الرسمي: حيث يكون بطرق رسمية يخص الوضع الجاري والأحداث و المشكلات.

- الإتصال الصاعد: بحيث تكون الرسائل من الموظفين إلى المدير, جراء أزمة ما أو مشاكل مع زملائهم, أو مشاكل مع التلاميذ من أجل إيجاد حلول لها, ويجب التواصل الصحيح الذي لا يحد من تأثيرها فقط, بل ويمكن أن يعكس النتائج للمؤسسة قبل تطور الأزمة, كما أن لابد من الإدارة أن تمتلك خطة واضحة للتواصل مع موظفيها عند الأزمات, إن التواصل الإستراتيجي مع الموظفين هو ليس أمرا واجبا ومهما, بل وأنه يشكل رقي أفضل للمؤسسة أن تقوم به في إستجابتها لأي موقف طارئ وتحويل مقدماته السلبية إلى نهايات إيجابية, كما أن هناك تمثيل نقابي الذي يحميهم.<sup>1</sup>

منذ تكريس الحق النقابي وحرية تأسيس النقابات, تزايد عدد النقابات المستقلة وهدفها الرئيسي كسر إحتكار العمل النقابي الذي هيمنت عليه "الفدرالية الوطنية لعمال التربية" التابعة ل"الإتحاد العام للعمال الجزائريين" الموالي للسلطة بشكل كامل. فهي سايرت كل الحكومات ولم تحقق أي مكاسب للأساتذة و المعلمين على مدار السنوات, في حين نجحت النقابات المستقلة خلال فترة وجيزة في السيطرة على قطاع التعليم وإستقطاب مجموع العاملين في قطاع التعليم , سواء الأساتذة والمعلمين أو الموظفين الإداريين أو العمال البسطاء في المؤسسات التربوية ويعد "المجلس الوطني المستقل لأساتذة التعليم الثانوي والتقني" أكبر النقابات التي تحاول التصدي منذ نحو عقد من الزمن للحكومة, وذلك نتيجة تأثيره في قطاع التربية والتعليم وإستقطابه الأساتذة والمعلمين في صفوفه, بالإضافة إلى موافقة المتشددة مع الحكومة وتحقيقه مكاسب مهنية وإجتماعية لصالح هؤلاء.

<sup>1</sup>مقابلة مع المستشار التربوي شعبة عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:25

وهذا التنظيم النقابي المستقل تأسس في أبريل/نيسان 2003 وبقي يعمل لمدة أربعة أعوام من دون ترخيص رسمي, ونفذ إضرابا تاريخيا غير مسبوق في عام 2004 من أجل الحصول على "الإعتماد" في حين واجه حملات شرسة وأساليب للتخويف من مضايقات إدارية وعمليات توقيف وعزل (من العمل) لبعض قياداته وملاحقات قضائية, إلى جانب إتهامات لقيادته بالإرتباط بحزب جبهة القوى الإشتراكية أقدم حزب معارض في البلاد في النهاية, ونتيجة الضغط الكبير الذي مارسه هذا التنظيم المعروف باسم "كنايست", أجبر الحكومة على الترخيص له.<sup>1</sup>

### خلاصة

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا المحور إتضح لنا أن الإتصال نشاط إنساني تفاعلي دائم الحركة بين الأفراد, وأنه عملية بسيطة وواضحة بين المرسل والمستقبل مع وجود إستجابة عبر قناة معينة من خلال خطوط رسمية, وكان على عدة أشكال وأنماط, فهو عملية ضرورية في المنطقة أو مؤسسة, وفي الأخير استنتجنا من كل هذا أن الاتصال كلما كان فعال إستطاع كل عنصر من عناصر أن يؤدي دوره جيدا, وتبين لنا أيضا أنه الأسلوب الناجح للوصول إلى الأهداف المرجوة.

<sup>1</sup>مقابلة: مع المستشار التربوي شهبه عبدالهادي 15 ماي على الساعة 11:45

### المحور الثالث: العملية الاتصالية داخل المؤسسة التربوية

يعتبر الاتصال الداخلي محرك اساسي لأي عملية داخل اي مؤسسة، فهو حلقة وصل بين الافراد ويساعد على اتمام العملية الاتصالية في شكلها الفعال، وعلى اثر هذا رأينا انه من الضروري اجراء مقابلة مع كل من مدير المؤسسة السيد حبيب غربي ومستشار التربية السيد شهبه عبد الوهاب، وذلك من اجل جمع معلومات كافية تثري موضوع دراستنا وتغنيه، وقد تمت هذه المقابلة على اكمل وجه نظرا لتجاوبهم معنا ومحاولة دعمنا بكل علم.

وبعد تسطير اسئلة المقابلة المراد الاستفسار عنها، كانت وجهتنا لأول سؤال والمتعلق بمعرفة العلاقة بين الموظفين كيف هي، فأجابنا السيد المستشار ان لهم صداقات داخل المؤسسة بمختلف انواعها، فهي تعتبر اتصال غير رسمي اي انهم لا يتواصلون مع بعضهم بحكم وظائفهم بقدر ما يتواصلون بحكم علاقاتهم الشخصية والصداقات القائمة تساعدهم على انسياب المعلومات وسهولة تداوله

وبعدها حاولنا معرفة رأي المسؤولين اتجاه اقتراحات الموظفين بالمؤسسة، فأكد لنا المدير انه يتم الاخذ بعين الاعتبار اقتراحات ووجهات نظر الموظفين لأنه يعتبر صورة من الاتصال الصاعد، فهو يساعد على تدفق المعلومات من القاعدة الى القمة، لكن دون ان ننسى ان هناك اقتراحات لا تقابل بالترحيب

ثم حاولنا الاستفسار ما اذا كان الموظفون يواجهون اي صعوبة في التواصل داخل المؤسسة، فكانت الاجابة انهم لا يواجهون اي صعوبة وذلك لان لهم الحرية في الاتصال.

لننتقل الى معرفة وسائل الاتصال المتوفرة بالمؤسسة فوجدنا ان هناك عدة وسائل كالوسائل الكتابية(تقارير، شكاوي...)، ووسائل شفوية كالاتماعات والندوات والاتصال الهاتفي ... واخرى الكترونية لكنها نادرة...

وختاما لهذه المقابلة حاولنا الكشف عن اقتراحات الموظفين من اجل تطوير الاتصال الداخلي داخل المؤسسة بهدف تحسين ادائهم، فتبين لنا ان الموظفين يقومون بطرح اقتراحاتهم تمثلت مجملها في ضرورة توفير تقنيات الاتصال الحديثة لتداول المعلومات بسرعة، ما يساعدهم في انجاز مهامهم في الوقت المحدد كما تم اقتراح تخزين المعلومات والبيانات الكترونيا باعتبارها وسيلة سهلة وغير مكلفة وايضا اقتراح التنسيق بين مختلف المصالح الادارية وسهولة تنقل المعلومات ونشر التعاون بين هذه المصالح لتحقيق اداء جيد.

### الاستنتاج العام:

بعد الدراسة الميدانية التي تمت بمؤسسة الشهيدين الاخوين سوسي بولاية غليزان تم استنتاج مجموعة من النقاط اهمها :

- \*الاتصال الداخلي متوفر داخل هذه المؤسسة وبكل اساسياته .
- \*الموظفين يتواصلون مع بعضهم البعض دون اي صعوبة .
- \*الموظفين يسعون دائما الى النهوض بمؤسستهم التربوية وذلك عن طريق اقتراحاتهم البناءة .
- \*المدير يأخذ بعين الاعتبار آراء الموظفين الايجابية من اجل دعم المؤسسة .
- \*المؤسسة تعتمد على عدة وسائل في عملياتها الاتصالية كالوسائل الشفوية والكتابية...

### الخاتمة

يؤدي الاتصال الداخلي دور جد مهم داخل المؤسسة التربوية من خلال نشر ثقافة الترابط والتماسك بين الموظفين مما يؤدي الى تحسين ادائهم من أجل المصلحة العامة وهذا لتحقيق نجاح المؤسسة.

فمن الضروري الاهتمام بالاتصال داخل المؤسسة التربوية مهما كان نوعه أو نمطه ضمانا لتقديم أداء جيد من طرف موظفيها مما يساهم في إشراكهم و تحسيسهم بالانتماء لها هذا ما يمنحها الاستقرار و الوصول إلى الأهداف التي تصبو إليها. وبعد الدراسة التي قمنا بها اتضح لنا أن الاتصال الداخلي له دور كبير في تحسين أداء الموظفين، وأن المؤسسة التربوية تركز بدرجة كبيرة على المورد البشري ذلك لأنه يعتبر السبيل الأنجح نحو تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.

والاتصال الداخلي بطبيعة الحال يحتاج إلى مجموعة من الوسائل التي يعتمد عليها في نقل و تبادل المعلومات بين الموظفين سواء كانت شفوية أو كتابية أو حتى الكترونية.

## قائمة المراجع

- مقابلة مع شهبه عبد الوهاب مستشار تربية بمؤسسة الشهيدين الاخوين سوسي، متحصل على شهادة ليسانس في اللغة الانجليزية، غليزان
- مقابلة مع حبيب غربي، مدير بالمؤسسة، متحصل على شهادة ليسانس في الادب العربي، غليزان

## قائمة الملاحق

### دليل المقابلة :

\*كيف هي علاقة الموظفين ببعضهم البعض؟

\*كيف يكون رأي المسؤولين اتجاه اقتراحات الموظفين بالمؤسسة؟

\*هل يواجه الموظفون صعوبات او مشاكل في الاتصال داخل المؤسسة؟

\*ماهي وسائل اتصال الموظفين مع الادارة؟

\*هل يقدم الموظفون اقتراحات من اجل تطوير الاتصال الداخلي بالمؤسسة ومن اجل تحسين

الاداء؟