



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم: علم الاجتماع



مذكرة لنيل شهادة الماستر علم الاجتماع الاتصال
بعنوان:

التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد - دراسة تحليلية لبعض الكليات -

تحت إشراف الأستاذ:

أ.د/ دفون محمد

من إعداد الطالبة:

عيساوي عزيزة

المؤسسة	الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
جامعة الشاذلي بن جديد	رئيسا	أستاذ تعليم عالي	أ.د/ غريب منية
جامعة الشاذلي بن جديد	مشرفا ومقرا	أستاذ تعليم عالي	أ.د/ دفون محمد
جامعة الشاذلي بن جديد	عضوا ممتحنا	أستاذ تعليم عالي	أ.د/ بوحنيكة نذير

السنة الدراسية
2025/2024



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وقال تعالى: (يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ
خَبِيرٌ)، «سورة المجادلة: الآية 11».

الصلوة
العظيمة

شكر وتقدير

قال الله تعالى "وإن شكرتم لأزيدنكم" صدق الله
العظيم
أشكر الله تعالى على توفيقني لإتمام هذه المذكرة
فله كل الشكر والحمد لله على أفضاله ونعمه
أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والامتنان لاساتذتي
المشرف "دفعون محمد" على حرصه وتوجيهه لي
وإشرافه ومتابعة مذكرتي، راجيه من الله عز وجل
ان يجعلها في ميزان حسناته
كما احيط بالشكر كل اساتذة كلية العلوم
- الاجتماعية لجامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

إهداء

قال الله تعالى: "وَيَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هُمْ أَوْثُوا الْعِلْمِ
وَرَجَاتُ"

اهدي لهذا التضريح الى روعي ابي وامي - رحمه الله
عليهما-

من قال أنا لها نالها وانا رغباً عنها أتيت بيها
الى نفسي التي كبتت وصبرت وسهرت الليالي
وتعدت الصعاب، الى ايمان راسخ بقدراتي وللعقل
الذي سعى للمعرفة وللقلب الذي آمن بالنجاح
الى كل لحظة تعب وكل قطرة عرق وكل تعد
إجتزته، اودي لهذا التضريح لنفسي انه ليس مجرد
شهاده بل هو تنويج لمسيرة من الجهد والاجتهاد
والصبر، أعدت بأنه ليس سوى بداية لمستقبل
مليء بالانجازات والطموحات والقادم أفضل
الله

عزيزة

المخلص:

من خلال الدراسة التي قمت بها توصلت إلى نتيجة مفادها أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد تركز على مواقع التواصل الاجتماعي وكمنصة رئيسية موقع فيسبوك، باعتباره أداة أساسية لنقل الفعاليات والرائج بين الطلبة ،وقناة تواصل فعالة تعكس صورة الجامعة وتطور التكنولوجيا الراهن، إضافة إلى ذلك أن الملتقيات العلمية تساهم بشكل كبير في التعبير عن مكانة الجامعة المنفتحة على الحداثة والتكنولوجيا المتطورة وتعزيز حضورها على المستويين المحلي والوطني، وأن هذه التغطية لا تقتصر فقط على الجانب الشكلي بل تتعدى إلى الجانب العلمي كأحد المرتكزات الأساسية للجامعة خاصة في ظل الانفتاح على التقنيات الحديث ،وعليه فإن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد انعكاسا وتعبيرا عن البحث العلمي لجامعة الشاذلي بن جديد المتقدم علميا وإعلاميا

summary:

Based on the study I conducted that media coverage of scientific forums at chadli bendjid university primarily relies on social media platforms, with facebook being the main channel facebook serves as a key tool for broadcasting events is popular among students and acts as an effective communication channel that reflects the university Image and current technological development furthermore, scientific reforms significantly contribute to showcasing the university openness to modernity and nationally. This coverage is not limited to the formal aspect but also extends to the scientific dimension, which

is one of the core pillars of the university, especially in the context of embracing modern technologies. Therefore media coverage of scientific forums through social media platforms serves as a reflection and expression of the scientific research progress at chedli bendjedid university, both scientifically and in terms of media engagement

قائمة الجداول والمحتويات

6	الملخص:
12	مقدمة
4	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.....
3	1/ الإطار المفاهيمي للدراسة:.....
3	الإشكالية
6	أسباب إختيار الموضوع
7	أهمية الدراسة
7	أهداف الدراسة
8	تحديد المفاهيم
9	الإطار المنهجي للدراسة
9	المنهج المستخدم
12	أدوات جمع البيانات
13	الإطار الزمني والمكاني والبشري
13	نظرية الاستخدامات والأشباع
22	الفصل الثاني: وسائل الإعلام.....

25.....	المبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإعلام:
26	أنواع وسائل الإعلام:
.....	خصائص وسائل الإعلام.....
54	الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية.....
57.....	1. التغطية الإعلامية
69.....	الحملة الإعلامية:.....
73.....	3/ الملتقيات العلمية.....
81	الفصل الرابع الجانب الميداني.....
83.....	تمهيد
88	تحليل الدراسة الميدانية:.....
88	جدول (01): جدول الجنس.....
89	جدول (02): جدول العمر.....
90	جدول (03): المستوى التعليمي.....

- جدول (04): وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة أكثر..... 92
- جدول(05): امتلاك إنترنت جيدة للتواصل مع الآخرين..... 93
- جدول(06): إستعمال وسائل التواصل الاجتماعي..... 94
- جدول(07): استفاة الطالب الجامعي من مواقع التواصل الاجتماعي..... 95
- جدول(08): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي..... 96
- جدول(09): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية 98
- جدول(10): تأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي..... 98
- جدول(11): اختلاف التغطية من موقع لآخر..... 100
- جدول(12): شمولية التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي..... 101
- جدول(13): الرأي حول التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة 102
- جدول(14): الحضور للملتقيات العلمية في الجامعة 104
- جدول(15): الموقع المستخدم لمتابعة الملتقيات..... 105
- جدول(16): أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف 106

جدول(17):انعكاس التغطية الإعلامية حقيقة مايطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية107

جدول(18): مساهمة الطالب الجامعي في المشاركة في الملتقيات العلمية المقدمة من طرف

109 جامعة الشاذلي بن جديد وإعطاء رأيه.....

جدول(19): تركيز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية.....110

جدول(20): الاهتمام بما تقدمه الملتقيات في الجامعة.....111

جدول(22): القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية113.....

جدول(23): رأي الطلبة حول الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي

116 بجامعته.....

121..... خاتمة.....

123..... قائمة المراجع.....

127..... الملاحق.....

مقدمة

مقدمة

مقدمة:

يشهد عصرنا ثورة من التطور التكنولوجي، ونظراً لسعي الإنسان الدائم نحو التطور والانفتاح على المجتمعات الحديثة، وجد نفسه يعيش في سياق اجتماعي يتسم بالرقمنة والحدثة، حيث تحولت البنية الاجتماعية إلى نمط عالمي متناسق جعل من العالم قرية صغيرة مترابطة المصالح ومتقاربة الهويات، وقد استثمرت في العنصر البشري فحولته من كائن يعيش في حياة بسيطة إلى حياة مليئة بالتكنولوجيا ولا يستطيع التخلي عنها، وأن عصر العولمة جعل من العالم في حالة من التأهب لأي تطور قد يحدث.

إن التعلم التقليدي لم يحدث أي تطور إلا بظهور التكنولوجيا الرقمية، والتي ساهمت في تطور العلم و التعلم والبحث العلمي، فالمؤسسات التعليمية و الجامعات الجزائرية أصبحت لا تستغني عن الانترنت كرمز للتقدم، فهي تساهم في إثراء الصيد المعرفي وتبادل المعلومات و الثقافات وحتى التعلم عن بعد، هذا ما أدى إلى التطور العلمي والفكري لدى الطلبة و انخراطهم في مختلف الأنشطة الأكاديمية (ورشات العمل، المحاضرات العلمية، الندوات، الملتقيات العلمية، المسابقات والمناظرات)، الأنشطة الثقافية (أمسيات شعرية، نوادٍ القراءة والكتابة الإبداعية)، الأنشطة الرياضية (بطولات داخلية وخارجية في كرة القدم، كرة السلة وغيرها)، إضافة إلى ذلك إلى الأنشطة الطلابية والتنظيمية (انتخابات المجالس الطلابية، نوادٍ طلابية متنوعة، مؤتمرات وفعاليات يقودها الطلبة) وكل ذلك لإشباع رغبتهم وتحقيق ميولهم والتطوير من أنفسهم ليصبحوا قدوة في المجتمع.

تساهم الملتقيات العلمية التي في الجامعات الجزائرية بالتعريف بكل ما يدور حول البحث العلمي، ومع تطور التكنولوجيا أصبحت تغطي إعلامياً



مقدمة

وتوثق من الرقمية ، منصات الخدمات الجامعية إضافة إلى منصات التواصل الاجتماعي، فهذه الأخيرة تعتبر فضاء تفاعلياً للملتقيات العلمية المغطاة إعلامياً من طرفهم، كما أنها وسيلة تواصل بين طلبة داخل الجامعة وينظم من خلالها علاقاتهم التعليمية والاجتماعية، وساحة افتراضية لتبادل المعرفة وتعزيز الانتماء الجماعي، وإن التغطية العلمية للملتقيات العلمية في الجامعة الجزائرية عبر منصات التواصل الاجتماعي ما هي إلا امتداداً رقمياً وإعادة تشكيل علاقة جيدة بين المجتمع والجامعة للوصول إلى المعرفة.

وقد قسمنا موضوع الدراسة إلى أربع فصول وهي:

الفصل الأول: بعنوان "الإطار المفاهيمي والمنهجي" للدراسة يتضمن على جميع الخطوات التي تتبع عادة في البحوث العلمية بداية بتحديد إشكالية الدراسة وتقديم أسباب اختيار الموضوع ثم أهمية الدراسة وأهدافها تحديد المفاهيم وعرض المنهج وأدوات وتقنيات جمع البيانات إضافة إلى تحديد مختلف المجالات المتعلقة بموضوع الدراسة الميداني ما بين الزماني والمكاني والبشري إضافة إلى المقاربات النظرية.

الفصل الثاني : بعنوان " وسائل الإعلام " ويتضمن هذا الفصل نشأة وسائل الإعلام والمبادئ الأساسية التي يقوم عليها ،أنواع وسائل الإعلام وكذلك خصائصه.

الفصل الثالث :والمعنون "بالتغطية الإعلامية للملتقيات العلمية" والذي يتضمن مفهوم التغطية الإعلامية وأهدافها وأنواعها كما تطرقت إلى الحملات الإعلامية وأساليب التخطيط للحملات الإعلامية وأنواعها.



مقدمة

ويتضمن الشق الثاني من الفصل الملتقيات العلمية فتطرق إلى مفهومها وأهمية الملتقيات العلمية وأهدافها إضافة إلى أهم فوائد حضور الملتقيات وأهم عوامل نجاحها

طرف العديد من المنصات كالمنصات الإلكترونية، منصات محاضرات رقمية (تستخدم لعرض محاضرات عن بعد) ، منصات المكتبات الفصل الرابع بعنوان "الإطار الميداني " وقد خصص هذا الفصل لتنظيم البيانات المجمعة في الدراسة الميدانية وعرض نتائجها وتحليلها ، في الأخير عرض النتائج العامة التي توصلت إليها في دراستي.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

1. الإطار المفاهيمي للدراسة.
2. الإطار المنهجي للدراسة.
3. الإطار الزمني والمكاني والبشري.
4. الاستخدامات والاشباكات.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

1-1 / الإطار المفاهيمي للدراسة:

1-1 / الإشكالية:

يميل الإنسان بطبيعته إلى التواصل مع الآخرين والسعي لتطوير ذاته، بهدف التكيف مع التغيرات ومواكبة التطورات التي يشهدها المجتمع باستمرار، في بداية الأمر لم يكن هناك أي وسيلة إعلامية للتواصل بين الناس، فمثلا كان السبيل الوحيد لنقل المعلومات هو من خلال الأشخاص إما من فرد إلى فرد، أو من فرد إلى مجموعة من الناس، حيث كان لزاما عليك أن تتواجد في مكان وزمان معينين لتبادل المعلومات مع الآخرين، فلو أراد الشخص "أ" الاتصال بالشخص "ج" دون أن يفعل ذلك بشكل مباشر فيجب أن يكون هناك وسيط ثالث هو "ب" يقوم بتوصيل الرسالة بنفسه من "أ" إلى "ج" أي أن وسائل الاتصال كانت حية من لحم ودم¹.

- يمثل الإعلام نظاما وظيفيا أساسيا في المجتمعات الحديثة، ويتكون من مجموعة متنوعة من الوسائل والتقنيات التي تنقل المعلومات والأفكار والآراء، فهو ليس مجرد وسيلة لنقل الأخبار بل هو قوة مؤثرة تشكل الوعي العام وتوجه الرأي، فوجود الإعلام التقليدي الذي يشمل التلفزيون والراديو والصحف والمجلات، ساهم في وجود الإعلام الجديد الذي يشمل الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

- كان التطور السريع الذي صاحب العمليات الاتصالية عامة والإعلام خاصة، حيث أصبحت هذه الكلمة أو المعلومة التي أُصطلح عليها باسم الرسالة الإعلامية تنقل من شخص أو من أشخاص إلى عالم متسع من المتلقين عن طريق الأذن ولكن بوسيلة جديدة وجهاز جديد عرف بالراديو، وتنتقل أيضا عن أنظار

¹ جيم كولين ت أحمد زكي تاريخ مختصر لوسائل الإعلام الحديثة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط01،

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

¹ وعيون الملايين عن طريق التلفاز أو السينما وغيرهما، ومن الوسائل المرئية الحديثة مما جعل العملية الإعلامية تتحول شكلا ومضمونا وهدفا، حيث تعد مجرد خبر ينقل أو تسلية في وقت فراغ، بل أصبحت تمثل نشاطا هادفا² يسعى إلى العديد من الأهداف التي تتركز في معظمها على التأثير والإقناع، بهدف إحداث التغيير والتحويل نحو أهداف ومبادئ وقيم يسعى إليها صاحب الرسالة ومرسلها سواء كان ذلك في عالم القيم والمثل، أو الاتجاهات والمبادئ والمذاهب بهدف استمالة المتلقي _ السامع أو الرائي_ واعتناقه لقيم ومبادئ صاحب الرسالة³

- تعد التغطية الإعلامية للأحداث بمثابة لب وجوهر الإعلام، فهي تلعب دورا هاما في تكوين أفكار واتجاهات ومواقف الأفراد اتجاه قضايا معينة، كما تعمل على إحاطة الجمهور بكل ما يجري ويدور من حوله من أحداث لحظة بلحظة وفور وقوعها، وعليه تبقى التغطية الإعلامية في الإطار الذي توضع فيه الحقائق، أما المتلقي الذي يكون زاده المعرفي عن الأحداث من خلال تلك التغطية⁴.

- إن التغطية الإعلامية في وقتنا الحالي أصبحت بين الإعلام والجمهور، فهي العملية الشاملة التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة لتقديم المعلومات و الأخبار والتحليلات حول القضايا والأحداث الجارية للجمهور، تشمل هذه العملية جمع المعلومات والتحقق من صحتها وصياغتها وعرضها على المتلقي في قوالب إعلامية متنوعة (أخبار، تقارير، مقالات، برامج، وأيضا محتوى رقمي).

1

² ابراهيم جابر السيد: الاعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، ليبيا، ب، ط، ص5 سنة 2015

³ نفس المرجع

⁴ بن رجم شهلة وآخرون:التغطية الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة الغير شرعية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 8ماي1945، قالم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال سنة 2018-2019، ص 47

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- تحاول التغطية الإعلامية جمع كل المعارف والأخبار لرصد كل ما هو جديد في كل ما يدور بالمؤسسات التعليمية والتربوية ونخص بالذكر الجامعات والبحث العلمي عبر العديد من الملتقيات العلمية والندوات فهذه الأخيرة هي حدث يتم تنظيمه من قبل هيئة أو مؤسسة بهدف تحقيق عملية المعرفة وطرح آخر مستجدات في مجال محدد عن طريق تأمين اللقاء بمجموعة من الباحثين المهتمين، كما تعرف على أنها عملية التواصل وتقديم الفكر البشري بشكل مباشر وصريح¹.

-تعتمد الجامعة في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية على جميع أنواعها وتقنياتها التي تواكب عصر الحداثة، أو ما يطلق عليه بعصر التطور وما بعد التطور في نشر المادة العلمية لجميع الملتقيات كانت منها وطنية أو دولية، وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

_ كيف تغطي الملتقيات العلمية إعلاميا داخل الجامعة؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي الفرضية الرئيسية التالية:

- إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية؟

- على أي جانب تركز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية على الجانب العلمي أو الصورة؟

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

1-1-1/ أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار هذا الموضوع راجع إلى دوافع ذاتية وموضوعية، خاصة أن الإعلام يهتم بكل ما يدور في الجامعات من تغطيات إعلامية حول الملتقيات العلمية، ولعل أبرز هذه الأسباب ما يلي:

أ/ أسباب ذاتية:

- كوننا طلبة جامعيين نسعى إلى التطرق لمعرفة المحتوى الذي تقدمه الملتقيات العلمية
- الرغبة في معرفة مدى تأثير الملتقيات العلمية على الطالب عامة وكيف يسعى الإعلام إلى تغطيتها إعلامياً.
- الإحساس بقيمة الموضوع كونه مرتبط بتخصصي علم الاجتماع اتصال، وما علاقة المجتمع بما تقدمه الجامعات.
- الميول والرغبة في اكتشاف ما تقدمه الملتقيات العلمية وكيف تغطي إعلامياً من طرف مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك نموذجاً).

ب/ أسباب موضوعية:

- الدافع الرئيسي لهذه الدراسة كيف تغطي الملتقيات العلمية إعلامياً من طرف مواقع التواصل الاجتماعي.
- الوقوف على ما تقدمه الملتقيات العلمية وأهم المواضيع في الجامعة، خاصة جامعة الشاذلي بن جديد الطارف كونها تحظى باهتمام كبير من طرف مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك نموذجاً).

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- أهم المجرىات والأحداث التي تقدمها الملتقىات العلمىة.

1-1-2/ أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة فى تسلط الضوء على ما تقدمه الجامعات من ملتقىات علمىة ومحتواها، ودور الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعى (فيسبوك نموذجاً) فى تغطىتها إعلامىاً، وأهم عوامل الدراسة ما ىلى:

- تعد الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعى (فيسبوك) المرآة العاكسة لجامعة الشاذلى بن جدىد _الطرف_ لتغطىة الملتقىات العلمىة والاهتمام بما يقدمون وأبرز الملاحظات المتعلقة به.

- تحليل ما تقدمه الملتقىات العلمىة من معارف وطرق حدىة.

- تسلط الضوء على الإذاعة والفيسبوك فى الاهتمام بالملتقىات العلمىة فى جامعة الشاذلى بن جدىد وتغطىتها إعلامىاً.

1-1-3/ أهداف الدراسة:

- لهذه الدراسة أهداف علمىة واجتماعىة ترمز إلى ما ىدور حول الملتقىات العلمىة، وكىف تساهم الإذاعة والفيسبوك فى تغطىتها إعلامىاً وتبرز الأهداف فىما ىلى:

- فهم دور التغطىة الإعلامىة فى تحسىن صورة جامعة الشاذلى بن جدىد على المستوى المحلى والوطنى.

- تقىم جودة وكفاءة التغطىة الإعلامىة فى إبراز الأنشطة الأكادمىة والبعثىة

- تحدىد الصعوبات التى تواجه التغطىات الإعلامىة لهذه الفعالىات مثل الموارد وقلة التنسىق.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- تشجيع الطلاب على البحث العلمي والانخراط في الملتقيات العلمية والمشاركة فيها.

1-2/ تحديد المفاهيم:

1-2-1/ مفهوم الإعلام:

هو منهج وعملية يقوم على هدف التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تتناسب إلى عقول الأفراد، ووجدانهم فترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وتخلق فيما بينهم مناخا صحيا يقظا يمكنهم من الانسجام والتكيف والحركة النشطة¹.

يرى الدكتور "إبراهيم إمام" في كتابه "فن العلاقات العامة والإعلام" أن الإعلام كمصطلح حديث له مفهومه الخاص الذي يختلف تمام الاختلاف عن الألفاظ القديمة كالنشر والدعاية، فليس كل ما ينشر إعلاما، بل الإعلام هو تلك العملية التي يترتب عليها تأثير فعلي في عقلية الفرد أو الجمهور، ولا يمكن أن نطلق على ما ينشر من أخبار وصور وتعليقات وغيرها إعلاما، إلا إذا تحقق ركن إحاطة الجمهور علما بمضمون الإعلام، ولا يتم ذلك إلا على أساس دراسة الجمهور وإعداد المواد الإعلامية المناسبة له في الزمان والمكان والظروف المعينة².

1-2-2/ التغطية الإعلامية:

هي الجهود والأنشطة التي يقوم بها الإعلام بمختلف وسائله (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة، المواقع الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي)، كما تعتبر عملية

¹ عبد الرزاق الدليمي: الإعلام المتخصص ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ب.ط، ص، 11، سنة 2019.

² عبد السلام شكركر: الإعلام التوعوي، المفاهيم والمجلات، مركز الكتاب الأكاديمي ب.ط، ص 15، سنة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الحصول على المعلومات والبيانات والتفاصيل حدث معين متعلق بحادثة معينة، والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وكيف وقع ومتى، فلا بد الإشارة بأن هناك فرق بين الحدث والخبر، ففي الحياة اليومية يوجد الكثير من الأحداث، وعليه يمكن القول بأن التغطية تحول الأحداث والوقائع إلى أخبار تستحق النشر¹.

1-2-3/ الملتقيات العلمية:

هي حدث يتم تنظيمه من قبل هيئة أو مؤسسة لهدف تحقيق عملية المعرفة، كما تعتبر أحد أهم وأفضل وسائل النشر العلمي، التي أصبحت تلقى شعبية كبيرة لدى العلماء والمفكرين، فالباحثين يهتمون بحضور المؤتمرات العلمية لتقديم نتائج أبحاثهم البحثية أمام نخبة من المهتمين، مما يضمن للباحث وصول صوته وعرض نتائج بحثه وتلقي الآراء وجمع الملاحظات²

2/ الإطار المنهجي للدراسة:

2-1/ المنهج المستخدم:

- أما موضوعي الآن فقد تطلبت دراسته اختيار المنهج الوصفي التحليلي كونه مناسب وملائم لطبيعة الدراسة، فالمنهج الوصفي التحليلي هو ذلك المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كفيًا وكميًا، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير

¹ يوسف العلوش: في الخبر الصحفي، المرحلة الأولى قسم الإعلام 2021-2022

شاهد يوم 2025/04/03 <https://uomustansiryah.edu.iq>

² المؤتمرات العلمية: شبكة النخبة للنشر والتوزيع <https://www.bts.academy.com> 2024/12/27

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الكمي فيعطيهها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى¹.

- وعليه تطرقت إلى توظيف المنهج الوصفي التحليلي كونه يصف ويفسر التغطية الإعلامية التي تقوم بها جامعتنا (جامعة الشاذلي بن جديد) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والإذاعة في كل ما يخص الملتقيات العلمية، فهذه الأخيرة تلعب دورا محوريا في البحث العلمي وتشجيع التبادل المعرفي بين الطلبة والباحثين، وفي ظل هذا الدور تلعب التغطية الإعلامية في نقل هذه الفعاليات وإبراز المحتوى العلمي في الجامعة، فاقترحت على توثيق الصور لأعلى العمق والمصدر والأسلوب للملتقيات العلمية، كما أنها لم تركز على السلبيات والعراقيل التي يواجهها الطلبة والباحثين وعدم تشجيعهم على البحث العلمي، فالوصف الدقيق للملتقيات العلمية وكيفية تغطيتها إعلاميا يعتمد على ما تقدمه من مواضيع تخدم مصلحة الطالب الجامعي ومصلحة جامعة الشاذلي بن جديد ثانيا، وعليه فالتغطية الإعلامية للملتقيات العلمية اتسمت بالطابع الشكلي أكثر من تركيزها على المحتوى العلمي المعرفي والتعمق فيه.

المنهج هو عدد من الأساليب والطرق التي يعتمد عليها الباحث العلمي لتساعده بتنظيم وتنسيق وتحليل المهام ثم التوصل إلى قواعد ونظريات جديدة، أو للتعرف على مجموعة من الحلول المتعلقة بإحدى الإشكاليات العلمية².

¹ يحي سعد: المنهج الوصفي التحليلي في البحث العلمي <https://drashe.com> 2025/04/10

² بحث حول المنهج العلمي <https://www.bts.academy.com> 2024/04/03

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

2-2-2/ الاستمارة:

هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة، لتقديم حقائق وآراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات¹.

- كما اعتمدت في بحثي أيضا على تقنية الاستمارة لتوثيق آراء وانطباعات الطلبة والمبحوثين حول الملتقيات العلمية المغطى إعلاميا من طرف الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت أيضا على الأسئلة المغلقة ذات اختيارات متعددة وتكون الإجابة واحدة من إجابات متعددة، والأسئلة المفتوحة ليبيدي الطالب رأيه وانطباعاته وحريته حول ما يتعلق بالملتقيات تفيد الطالب في البحث العلمي أو أنها مجرد صور توثق.

2-2-3/ المقابلة:

وهي محادثة بين القائم بالمقابلة والمستجوب، وذلك بغرض الحصول على معلومات المستجوب، بهدف الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الباحث الوصول إليها².

اعتمدت أيضا في بحثي التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية على تقنية المقابلة كونها أداة فعالة في التقائي بالمبحوثين ومعرفة رأيهم في كل ما يتعلق بالملتقيات العلمية المقامة في جامعة الشاذلي بن جديد والتي تغطيها إعلاميا الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي ورصد رأيهم كما اعتمدت على المقابلة المباشرة بالمبحوثين

¹ جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة- محاضرة 09 <https://velearining-univ.dbkm.dz>

2025/04/04

² يحيى سعد: تعريف المقابلة في البحث العلمي، <https://drashe.com>، 2025/04/04

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

2-2/ أدوات وتقنيات جمع البيانات :

2-2-1/ الملاحظة:

يقصد بالملاحظة المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات والبيانات والاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بهدف تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات ويستعين الباحث بحواسه وتوجيهها لمشاهدة ومتابعة السلوكيات والظواهر المعنية بالبحث وتسجيل جميع جوانب هذه الظواهر وخصائصها كما نعتد طريقة الملاحظة على قابلية الباحث العلمي، وقدرته على الصبر والانتظار لفترات مناسبة، ليتمكن من تسجيل ورصد المعلومات التي سيستفيد منها في البحث الخاص به¹.

- وقد اعتمدت على تقنية الملاحظة في دراسة التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية بشكل كبير لرصد رد فعل الطلبة والباحثين حول الملتقيات العلمية التي تدرسها جامعة الشاذلي بن جديد، وكيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي والإذاعة في التأثير على الطلبة سواء الجانب العلمي أو على التقاط الصور فقط، فتقنية الملاحظة تعطي للباحث للوهلة الأولى انفعالات المبحوثين أو الطلبة وتدوين التفاصيل كلغة الجسد وطريقة الحوار والإجابة على الأسئلة، فقد اعتمدت في بحثي هذا على الملاحظة المنظمة أو المضبوطة فهي أكثر دقة للوصول استنتاجات دقيقة، وهي أداة مهمة للباحث أحاول من خلالها فهم ما لم يقل في كل ما يتعلق بالملتقيات العلمية المغطى إعلامياً من طرف الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي.

¹ عبد الله موسى: تعريف الملاحظة في البحث العلمي <https://drash.com> 2025/04/03

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

من طلبة وأساتذة وغيرهم لطرح العديد من الأسئلة والخروج باستنتاج واضح، كما تعطي المقابلة نوع من المصادقية في المعلومات لدى الباحث ومعرفة هل الملتقيات العلمية تساعد الطالب على الجانب العلمي أم هي صور تؤخذ فقط.

3/ الإطار الزمني والمكاني والبشري:

3-1/ الإطار الزمني:

من 2025/04/24 إلى 2025/04/30

3-2/ الإطار المكاني:

جامعة الشاذلي بن جديد _ الطارف _

3-3/ الإطار البشري:

طلبة الحقوق، طلبة علم الاجتماع، طلبة الاقتصاد.

4/ نظرية الاستخدامات والإشباع:

4-1/ مفهومها:

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباع وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام، ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباع التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل، حيث تهتم النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام، خلافا للنظريات المبتكرة مثل: نظرية الأثار الموحدة، أو الرصاصة السحرية، التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، وبذلك يهتم مدخل الاستخدامات والإشباع بالسمات الفردية، وعلاقتها

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرض وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع، ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة، وتحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟ حيث يبنى مدخل الاستخدامات والإشباع على فكرة مؤداها أن الحاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال حيث يتوقع الرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح في ذلك، وهي أكثر النظريات اختصاراً وتطبيقاً في المجتمعات العربية من قبل الباحثين وتمكننا من التعرف على أهداف أفراد الجمهور من استخدامهم لوسائل الإعلام، وذلك من خلال سؤالهم عن هذه الأهداف ودوافعهم واحتياجاتهم التي يعون وجودها¹.

4-2/ نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

خلال الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، على رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام، وبدأ استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع في حقبة الأربعينيات من القرن الماضي، ثم أصبحت أكثر شعبية في فترة الخمسينيات، عندما

¹ مصطفى علي سيد عبد النبي: الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع، المجلة المصرية

لدراسات المتخصصة، ع 23 ن ص 41، سنة 2019

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

اتجه الباحثين لإظهار اهتمامهم بدراسة الكيفية التي يشارك بها الجمهور مع وسائل الإعلان المختلفة مثل قرار الصحف، وجمهور الراديو والتلفزيون، ثم تطورت هذه النظرية تدريجياً لتصبح إحدى أكثر النظريات نفوذاً في مجال دراسة الجمهور واستكشاف أنواع الدوافع التي تجذبه إلى وسائل إعلام محددة، ونوعية المحتوى الذي يلبي الاحتياجات الاجتماعية والنفسية له¹.

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباع من بين المرجعيات النظرية التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، تأسست النظرية على أنقاض نظريات التأثير، وحولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور، لقد تطور مفهوم الاستخدامات والاشباع في دراسة بلومر وكاتز سنة 1969 التي تمت لدراسة الانتخابات العامة البريطانية سنة 1964 من خلال التعرف على أسباب المشاهدة وأسباب دعمها للحملات الانتخابية العامة البريطانية بعدها سنة 1984 تم تحديد من طرف كاتز، بلومر، وقورفيس أن مدخل الاستخدامات والاشباع في الإعلام الجديد يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام².

- تقوم نظرية الاستخدامات والاشباع على العروض التالية:³

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

¹ أسماء مختار: ماهو نظرية الاستخدامات والاشباع <https://sanadkk.com> شوهد يوم

2025/04/12

² نفس المرجع، 2025/04/12

³ مرجع سبق ذكره، ص 42

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم والتطور.
- يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.

4-3/ المداخل الحديثة لتطبيق نظرية الاستخدامات الحديثة:

يقوم مدخل الاستخدامات والاشباع على أساس المدخل الوظيفي الذي يتلخص في أن تحديد دور وسائل الإعلام في المجتمع يتم من خلال الاستخدامات الناس لهذه الوسائل، وان تأثير وسائل الإعلام يتوقف على طبيعة الجمهور، والظرف الاتصالي وتأثير الجماعة، وتأثير الدوافع والحاجات والفروق الفردية والعوامل الديمغرافية، وقد قامت جل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال من اختيار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات وبين تعرض الفرد واستخدامه وكثافة هذا التعرض والاستخدام بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب ونظريات الدوافع من جانب آخر، وذلك لأن هذا المدخل يقوم أساسا على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل النظريات الدوافع من جانب آخر، وذلك لأن

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومضمونها من جانب ودوافع¹.

4-4 / عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تتركب نظرية الاستخدامات والاشباعات من مجموعة من المفاهيم والعناصر المكونة لها وهي²:

• الجمهور النشط:

حيث يؤكد باحثون الاستخدامات والاشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين وليس مستقبليين سلبيين أو ضحايا وسائل الإعلام، وقد حدد جونتر أبعاد مفهوم "الجمهور النشط" في النقاط التالية:

³الانتقائية:

فالجمهور للاستخدامات والاشباعات لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية.

العمدية:

حيث يوجد جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

المنفعة:

استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر أنه في حاجة إليها.

¹ نفس المرجع، ص 43

² نفس المرجع

³ نفس المرجع

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

عدم السماح بفرضية التأثير:

الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد، يؤكد باحثو هذه النظرية أنه إيجابي ونشط ويوجه اختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

الاستغراق:

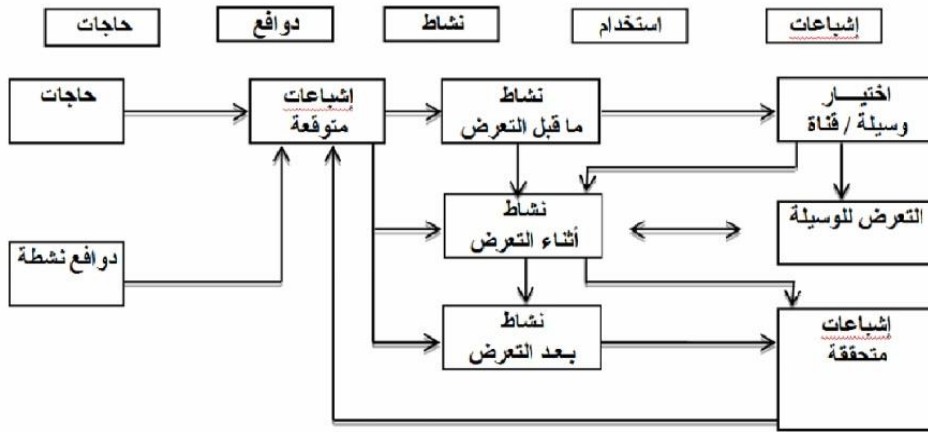
وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها أفراد المجتمع من التعرض إليها من جانب آخر.

- وذاك للإجابة على التساؤل: ما هي الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام والتي تعتبر السبب في ارتباط الأفراد بها؟

وبالإضافة لنماذج "روزنجرين" و "ماكسويل" الشهيرين وصياغتهما للعناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والاشباعات، فقد وضع جيرارد ستون وآخرون **stone et al,2003** نموذجاً حديثاً يوضح نظرية الاستخدامات والاشباعات والعناصر الأساسية وهيكل وظائف النظرية¹.

¹ نفس المرجع ص 43

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة



نموذج جيرارد ستون وآخرون

4-5 / أهمية نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعني في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبي يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد وسائل الاتصال والذي يقوم على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية ومن أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته.

وتعني هذه النظرية بعد انقشاع ضباب الدعاية وصفا أجواء الحرب المتسم بالحرر الشديد وتتطلع وسائل الإعلام لمهام قضايا المجتمع وتعدّها وانتشارها وتزامن ذلك مع إجراء بحوث تجريبية شاملة على عملية الاتصال الجماهيري أثبتت محدودية تأثيره¹

6- / الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

- وفقا للانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات ساهم بشكل كبير في توضيح العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي وتحديد العوامل التي تؤثر

¹ مرجع سابق 2025/04/13

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

في اختلاف السلوك الاتصالي، ومن الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في بحوث الاستخدامات والاشباع باختلاف المجتمعات نظرا لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروفه النفسية والاجتماعية والإعلامية، لذلك فالتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فيجمعها طابع عام واحد تأثير الظروف النفسية والاجتماعية للمتلقي في نفس الوقت، ومن أبرز الانتقادات ما يلي:¹

الغموض وعدم المرونة أو عدم الاتفاق بين الأفكار والمصطلحات.

عدم الوضوح في كيفية استخدام العناصر الأساسية لإعطاء تفسيرات مرضية.

- الجمود والتحفز على تطوير المضمون

- التركيز فقط على اختيارات الفرد دون النظر إلى تأثير المجتمع المحيط به.

- وجدير القول أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية موضوع يحظى بأهمية بالغة خاصة لدى الطلبة والباحثين، بغرض إشباع حاجاتهم المعرفية أو العاطفية شخصية كانت أو اجتماعية، واختيار الوسائل الإعلامية المناسبة (الإذاعة، مواقع التواصل الاجتماعي) لتلبية حاجات الطلبة والمبجوثين المعرفية والعلمية مما يعزز من تطورهم في البحث العلمي، واستخدام هذه الوسائل لمواكبة آخر المستجدات العلمية، وكل ما تنقله وسائل الإعلام حول الملتقيات العلمية من تغطيات مباشرة ولقاءات وتقارير ومحتوى رقمي، كما تدفع الطالب إلى الانخراط في هذه الملتقيات وإبداء رأيه وإشباعه حاجته وإبراز اهتمامه بالبحث العلمي، فمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) خاصة يعطي للطالب حرية التعبير عن رأيه والتفاعل خاصة من الجانب العلمي وإشباع رغباته وحاجاته من هذه الوسيلة الإعلامية، وعليه يمكن القول أن نظرية الاستخدامات

¹ مرجع سابق 2025/04/13

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

والإشباع عنصر فعال في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية فنوع التغطية يؤثر على نوعية الإشباع المحقق، خاصة أن طلبة جامعة الشاذلي بن جديد يركزون على ما تقدمه الملتقيات العلمية وعلى تغطية الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبتهم المعرفية، فالطلبة يحتاجون إلى فضاء للنقاش وإبراز قدراتهم لا على التقاط الصور فقط، وهذا ما عليه في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

1. نشأة وسائل الإعلام

2. المبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإعلام

3. أنواع وسائل الإعلام

4. خصائص وسائل الإعلام

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

1/ نشأة وسائل الإعلام:

منذ قرون عديدة والناس يعيشون في مجتمعات صغيرة، في قرى أو مدن محدودة العدد ومحدودة الاتصال بالمناطق الأخرى وكانت نسبة المدن الكبيرة بسيطة للغاية فمدينة روما مثلا عندما كانت في أوج عظمتها لم يزد عدد سكانها عن المليون مواطن أن غالبية الناس عاشت في دوائر صغيرة محورها صلة القربى والصدقة والمصلحة المشتركة وكانت علاقاتهم مقصورة على نطاق المجتمع الصغير المغلق نسبيا ولكن الحروب والغزوات والهجرات جعلت الناس أكثر اتصالا ببعضهم البعض وبدئوا يختلطون بالأجانب ويستمعون إلى آرائهم ويتأثرون بعاداتهم وتقاليدهم ورغم ذلك بقيت دائرة الإنسان الشخصية ضيقة ومع بداية القرن العشرين تغير الوضع تماما ويرجع ذلك لسببين الأول: نشوب الحربين العالميتين وحدثت تحركات عسكرية ضخمة بين الدول والثاني: انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحافة وقد احدث ذلك تغييرات جذرية في تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم واتسع أفق الأفراد وإطارات وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل بحيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عقليا أو سيكولوجيا عن بعضهم البعض لان ما يحدث في أية بقعة من بقاع العالم يترك أثاره على جميع الأجزاء الأخرى، عالم اليوم هو قرية الأمس إذا اتسعت تصورات الفرد التقليدي القديم الذي كانت تتسم بالبساطة وأصبح عليه أن يجاهد حتى يفهم الأخبار التي تغمره بها وسائل الإعلام يوميا عن أحوال الأمم والشعوب الأخرى المختلفة الألوان والعقائد¹

¹ علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، اليازوري، ب.ط، ص05، سنة 2019

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

لقد أصبحت وسائل الإعلام جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأدت دورا بارزا في تطور الاتصال وتقدمه وفتحت المجال واسعا لتدفق المعلومات بالمعرفة من كل أنحاء العالم بين البشر وخلقت حضارة إنسانية جديدة¹

ظهرت وسائل الإعلام في العصور القديمة بدأت بوسائل بسيطة كالرسائل المكتوبة والرموز، ومع مرور الوقت تطورت بشكل كبير، في القرن الخامس عشر اخترعت الطباعة مما ساعد في نشر المعلومات بشكل أسرع وأوسع، أما في القرن 19 ظهرت الصحافة المطبوعة بشكل متزايد، وبدأت الصحف والمجلات في الانتشار ومع تقدم التكنولوجيا ظهرت وسائل الإعلام الالكترونية كالراديو والتلفزيون القرن العشرين مما غير طريقة استهلاك المعلومات والأخبار وأصبحت سهلة وسريعة

المبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإعلام:

أبرز مبادئ الإعلام ما يلي :

- إن الإعلام الذي لا يقوم على أساس من الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام
- إن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تمليها عليه أضواءه على المعلومات يزود بها الجمهور ويلون هذه المعلومات حسب ما يراها هذا لان يتفق مع صفته كرجل

إن لم يكن الصدق والأمانة منهاجا في الحصول على البيانات واستشفائها من مصادرها فان الإعلام يفقد أهم دعامة له وهي عامل الصدق وأخيرا إذا لم يأتي الإعلام معبرا تعبيرا صادقا وأمينا على تراث الأمة عاداتها وتقاليدها وروحها مناسبا

¹ نفس المرجع السابق، ص 05

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

لثقافتها الإعلام سوف لا يلاءم جمهوره وبالتالي لا يستطيع الجمهور فهمه والتجاوب معه¹.

أنواع وسائل الإعلام:

3-1/ الصحف

أو الصحافة وهي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها للجمهور وغالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها .

أول من استعمل مصطلح الصحافة بمعناها الحالي كان الشيخ نجيب الحداد منشئ جريدة لسان العرب في السكندرية، وحفيد الشيخ ناصف اليزيجي وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح "صحافة"، ثم قلده سائد الصحفيين بعد ذلك²

• نشأة الصحافة في العصور القديمة:

منذ وجد الإنسان، وعرف اللغة والكلام، نشأت عنده حاجة لان يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر فيه، ويعرف منهم كذلك ما يعملون وما يفكرون فيه، لان طبيعة الإنسان الاجتماعية، تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده، فكان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه وأماله وآلامه وحاجاته إلى غير ذلك، والصحافة بمعنى نقل الأخبار، قديمه قدم الدنيا ليست النقوش الحجرية في مصر

¹ عبد العزيز شريف: أخلاقيات الإعلام، ص92، 91 مبادئ وأسس الإعلام <https://almerja.com>

شاهد يوم 2025/01/28، على الساعة 18:18

² علي كنعان: الصحافة مفهومها وأنواعها، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، ص05، سنة 2014

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

والصين وعند العرب الجاهلين، وغيرهم من الأمم العريقة، إلا ضرباً من دروب الصحافة في العصور القديمة ولعل أوراق البردي المصرية من 4000 عام، كانت نوعاً من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة¹.

وكانت الأخبار في هذه العصور الأولى خليطاً من الخيال والواقع تماشياً مع رغبات السامعين بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوه، هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس، يعمر طويلاً وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبي الفولكلور، ولوضح ما قاله المؤرخ "يوسف فلافيوس" أنه كان للبابليين مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث التي اعتمد عليها نيروز في القرن الثالث قبل الميلاد، في كتابه "تاريخ الكلدانيين"، ليبين أن الصحافة كظاهرة اجتماعية قديمة جداً، عرفت في العصور السحيقة².

-استخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة على كل واحد منها نسخة من التبليغ الذي تريده ثم تبعث بها إلى حيث توضع في المعابد التي يكثر تردد الناس عليه ومن هذه الأحجار حجر رشيد المشهور الذي كان وسيلة للوقوف في سر كتاب المصرية وقد وجدت من هذا الحجر إلى منتصف القرن العشرين نسختان إحداهما أخذها الإنجليز أثناء حملة بوناپرت ووضعوها في المتحف البريطاني والثانية عثر عليها بعد ذلك وهي توجد الآن في المتحف المصري³.

- وكان حجر رشيد مكتوباً بثلاثة خطوط ديموطيقي والهيروغليفي وهو يعود إلى عهد بطليموس الخامس 196 قبل الميلاد وكان الغرض من كتابته هو إذاعة قرار

¹ مرجع سابق الذكر، ص 07.

² مرجع سابق الذكر، ص 07.

³ علي كنعان: الصحافة مفهومها وأنواعها، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، ص 08، سنة 2014.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

أصدره المجتمع الديني في مدينة ممفيس فكان الخط اليوناني لليونانيين والخط الديموطيقي لعامه الشعب، والخط الهيروغليفي للكهنة وبذلك يمكن القول أن حجر رشيد كان جريدة واسعة الانتشار¹.

يؤكد المؤرخ يوسف فلافيوس انه كان للبابليين مؤرخون مكلفون بتسهيل الحوادث لذلك شأنهم في ذلك شأن الصحفيين في العالم الحديث ولقد كان لبابل في العصور القديمة شهرة وطيبة في مصر الفرعونية وبلغت أوج مجدها في عهد الملك **حمو رابي** عام **2100 ق. م** الذي تنسب إليه أول صحيفة ظهرت في العالم وهي مجموعة **حمو رابي** للقوانين التي عدها العلماء تاريخ القانون أول صحيفة لتداول القوانين مثل صحيفة الوقائع المصرية وغيرها من الصحف الرسمية التي تنشر القوانين واللوائح والقرارات²

• بداية الصحافة في أوروبا:

- صدرت أول نشرة يومية في روما عام 89 قبل الميلاد وحملت تلك النشرة التي كانت تطبع على صفحة واحدة اسم **Acta Diurma** أي الأحداث اليومية وأول صحيفة مطبوعة بدأت في الصدور كانت في الصين وذلك حوالي 700 ميلادي أما أول صحيفة حديثة في أوروبا وهي **news tridings** أي الأنباء الجديدة فقد بدأت في الصدور في مدينة ان ترورب منذ عام 1605³

- أما عن بداية ظهور الصحافة في أوروبا فقد كانت بالعصور الوسطى وكان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء ويعرضها في داره حيث يحضر المواطنون للإحاطة بما فيها وعندما زاد النفوذ البابوي أصبح القول الشخصي والسبورة غير

¹ نفس المرجع السابق، ص 08.

² نفس المرجع السابق، ص 09

³ أيان جراهام:الاتصالات تحت المجهر الكتب والصحف مكتبة العبيكان، الرياض، بط، ص 5

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

كافيين فنشأت النشرة العامة وهي لون من الأوراق العامة، لعلها أصل الجريدة الرسمية الحالية حلت النشرة الدورية محل الحوليات الكبرى¹.

- استمر استخدام الرسائل الإخبارية طوال العصور الوسطى بين المدن الأوروبية المختلفة وأصبحت مدينه فيينا مركزا لهذه الخطابات وأصبح هناك كتاب مهنتهم كتابة الأخبار أو الرسائل الإخبارية جميع المدن الكبرى وفي انجلترا خاصة ظهر ما يسمى بالورقيات الإخبارية أثناء حرب الثلاثين (1618-1648) عن بداية ظهور الجريدة بشكلها الحالي فيقول **الفيكونت دافنيل** وهو مفكر فرنسي إن الجريدة في نشأتها الأولى عند بدء اختراع الطباعة كانت تطبع في ورقه واحدة في كل 24 ساعة حاوية كل الأخبار المهمة وكان نشر الأخبار عن الفكرة الأولى لإنشاء الصحف ثم تطورت الصحافة حتى أصبحت الجريدة الصلة بين الزعماء والشعب، والوسيلة لنشر الدعايات والأفكار الجديدة فالصحف بمثابة ملك أو ذي نفوذ والسلطات لها جمهورها الذي يتلهم على قراءتها الجريدة القوية ذات المحرر الماهر الذي يعرف كيف هي القوة هائلة لا شبيهه لها في الدولة الديمقراطية².

- أما أول جريدة ظهرت في الصين فهي جريدة تصدر الآن يومية اسمها كين بن kine bine وكانت لسان الحكومة وصدرت في 911 ميلادي وأما أول مجلة في الصين تسينراو أي المجلة وقد صدرت في القرن السادس.

- كانت جريدة (تين بين) في بدء صدورها شهرية أيضا ثم ازداد انتشارها وتعددت موضوعاتها التي كانت تراعي فيها ميول الخاصة والعامة فصدرت منذ عام 1830 يومية ونظرا لانتشارها أصبحت تصدر ثلاث مرات في اليوم على ورق ملون لكل طبعة ورقها الخاص فطبعة الصباح لونها اصفر وطبعة الظهر لونها ابيض وطبعة

¹ عبد الله حسين: الصحافة والصحف، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، سنة 2018 googl-book.dz

² نفس المرجع.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

المساء لونها رمادي ولم يحدث مثل هذا التقدم في جرائد أوروبا وأمريكا إلا في القرن
20¹.

- إن الجرائد الأولى المهمة ترجع إلى بداية القرن 17 فكانت الجازيت وهي صحيفة
دورية فرنسية كان يصدرها Théophraste Renaudot ديو فراست رينردوت وهو
بروتستانت رحالة حصل على امتياز يحوله وأولاده حق الطبع الجازيت دواما في 30
مايو 1631 كانت المجلة أسبوعية في أربع صفحات ثم في ثماني تنشر أخبار فرنسا
والخارج وكانت شبه رسمية من غير مقالات رئيسية²

- أما أول صحيفة يومية صدرت في إنجلترا سنة 1802 في أول القرن الثامن فكان
اسمها the Daily crown وإنما أول صحيفة يومية في فرنسا كانت

Le journal de paris في سنة 1777 وكانت تنشر أخبار المسارح والأدب
والحوادث المختلفة والقضاء والإعلانات للأشياء المفقودة والبورصة كما تعني بالنقد
الأدبي والنشرات الصحية ولم تكن تنشر المقالات السياسية ولكنها احتجبت الثورة.³

- أما الصحافة الانجليزية فكانت حرة وغزيرة المادة، ويرجع ذلك قانون اکت لیبيل
act-libe لوكان الوزير البريطاني الأول وليام بين William pitt يرى انه لا خوف
من الجرائد ما دامت في يد الأغنياء وبفرض الضرائب عليها ولكونها غالية الثمن
ومنذ نشرت الجرائد الإعلانات أصبحت الجرائد رخيصة السعر⁴

- ويرجع إنشاء الصحف الكبرى في إنجلترا إلى جهود ثلاثة من ايقوسيا وفي سنة
1785 انشأ جون ويلتر John walter التايمز Times جريدة يومية عامة ومستقلة

¹ نفس المرجع.

² نفس المرجع.

³ نفس المرجع

⁴ عبد الله حسين: الصحافة والصحف، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، سنة 2018

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

عن الأحزاب وفي التاريخ ذاته تقريبا انشأ جيمس بييري James Perry جريدة morning chronicle وانشأ Daniell Stewart جريدة morning post وزادت هذه الصحف أهمية خلال القرن التاسع عشر وكان من ثمار التجديد الصناعي في القرن 19 أن حل البيع محل الاشتراكات وكاله الطباعة في 28 نوفمبر 1814 في مطبعه التايمز فنشرت يومئذ مقالا مفصلا عن الاختراع الجيد ففي الساعة الواحدة تم طبع 1100 نسخة وفي الوقت نفسه اخترع الحبر حبر المطابع في فرنسا وكذلك ظهر التصوير الصحفي والصحف المصورة وسهلت المواصلات وخاصة بعد اختراع القطر الحديدية والتلجراف والتليفون ثم ظهر الورق الصحفي المعروف برخصة¹.

- رغم انتقال الطباعة والمطبعة إلى عالمنا العربي جاء بعد قرنين من اختراع جوتبرج للمطبعة إلا أن بداية الصحافة العربية ظهر على ارض الواقع منذ العقد الثاني من القرن 19 حينما اصدر الوالي داود باشا أول جريدة عربية في بغداد اسمها جورنال العراق باللغة العربية والتركية وذلك عام 1816 وبعدها مع الحملة الفرنسية على مصر عام 1798 بقياده نابليون بونابرت² صدرت في القاهرة صحيفتين باللغة الفرنسية وفي عام 1828 اصدر محمد علي باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية وفي عام 1867 صدرت في دمشق جريده سوريا وفي عام 1865 صدرت في حلب بسوريا جريده فرات وبعدها صدرت في حرب جريده الشهداء وفي عام 1858 اصدر رزق الله حسون في اسطنبول جريده عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية وفي بداية القرن العشرين كسر عدد الصحف العربية وخصوصا في سوريا ومصر فصدرت المؤيد والولاء والسياسة والبلاغ والجهات

¹ نس المرجع.

² فتحي حسين عامر: تاريخ الصحافة العربية، ص08، سنة 2014..

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

والمقتبس وغيرها من الصحف القديمة والتي لا تزال تصدر في مصر جريدة الأهرامات والتي صدرت لأول مره عام 1875¹.

- ومن أهم الصحف التي صدرت في العالم العربي ما يلي²:

في لبنان صدر جريدة **حديقة الأخبار** سنة 1858 ثم تبعها العديد من الصحف منها نمير سوريا والبشير وحاليا تصدر جريدة النهار، والأنوار والعديد من الصحف والمجلات الأخرى في تونس صدر الجريدة باسم **الرائد التونسي** سنة 1860 وفي سوريا بدمشق صدرت جريدة سوريا عام 1865 ثم تبعها العديد من الصحف منها غدير الفرات، والشهباء، والاعتدال في حلب وصدرت صحف كثيرة متخصصة في دمشق وحلب وحمص وحماة واللاذقية وصلت إلى أكثر من 300 جريدة دورية في فترات وجيزة.

- في ليبيا صدرت أول جريده طرابلس المغرب عام 1866.

- وصدر في المغرب جريدة المغرب عام 1889 وفي فلسطين جريده النفير عام 1908، بينما في الأردن صدرت أول جريدة في عمان باسم **الحق يعلو** عام 1920.

3-2/ الإذاعة:

تعد الإذاعة الصوتية (الراديو) من أهم وسائل الاتصال والإعلام أكثر فعالية فهي أقدم وسائل الاتصالات البشرية والتي فتحت العلاقات البشرية على مصراعيها والإذاعة بحكم سرعة توصيلها للحدث أصبحت وسيلة هامة لا تضار بين وسائل الإعلام المختلفة³

¹ مرجع سابق الذكر، ص08.

² نفس المرجع، ص09

³ ميلاد ألفي جرجس: الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، دار غيداء، ط 01، ص11، سنة 2020

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

اكتشاف الراديو :

لقد توصل العالم الايطالي غليوموماركوني إلى فكره رائعة غيرت وجهه التاريخ ماؤدها انه يمكن استخدام الموجات الالكترونية مغناطيسية في إنتاج الإشارات الصوتية لمسافات بعيدة وظلام ماركوني يطور أبحاثه ودراساته حتى توصل أخيرا إلى اختراع الراديو طور ماركوني اختراعه في سنة 1901 تمكن من إرسال الموجات عبر المحيط الأطلسي كما قام بتصوير الموجات القصيرة واكتشاف طريقه استخدام توصيل الأراضي لزيادة مد الإرسال في الراديو في سنة 1909 حصل على جائزة نوبل في الفيزياء عن اختراعه الراديو¹

استخداماته :

تعد الإذاعة الصوتية أي الراديو من أهم وسائل الاتصال والإعلام وأكثرها فعالية إذ تمكنت المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني والموسيقى والإشارات بأنواعها المختلفة إلى أرجاء متعددة من العالم وبفضلها أصبح في الإمكان المسافرين على متن السفن والطائرات الاتصال وتبادل المعلومات كما يمكن استخدام الإذاعة في الاتصال بالفضاء الخارجي²

كان البث الإذاعي ولا يزال هو الاستخدام الأكثر شيوعا لموجه الإذاعة وهو يشمل البرامج الدينية والموسيقى والأخبار والمقابلات ووصف الأحداث الرياضية والفنية أضافه إلى الإعلانات التجارية ويستيقظ الناس على ساعة المذيع ويقودون سياراتهم إلى أعمالهم مستمعين إليه كما يمكنهم الاستماع إلى البرامج الإذاعية في أوقات راحتهم³

¹ نفس المرجع، ص 11

² نفس المرجع، ص 12

³ مرجع سابق، ص 12

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

البث الإذاعي :

أدى تطور الراديو في أواخر القرن 19 إلى ثوره في الاتصالات وفي ذلك الوقت لم يكن هناك سوى وسيلتين الاتصال السريع بين المناطق البعيدة هما البرق والهاتف وكلاهما يتطلب أسلاكاً لحمل الإشارات بين المناطق المختلفة ولكن الإشارات التي تحملها موجات الإذاعة تنتقل خلال الهواء مما مكن المجتمعات البشرية من الاتصال بسرعة بين أي نقطتين على الأرض أو في البحر أو الجوف وحتى في الفضاء الخارجي إذ البث الإذاعي الذي بدأ ينشر خلال عشرينات القرن العشرين الميلادي إلى تحولات رئيسيه في الحياة اليومية وجلب تنوعاً كبيراً في وسائل التسلية داخل المنزل ومكن للمرة الأولى من الاطلاع على تطور الأحداث أثناء حدوثها أو بعده مباشرة¹

عمل الراديو :

يتحقق الإرسال والاستقبال في كل أنواع الاتصالات التي تمر عن طريق موجات الراديو من خلال ثلاث مراحل هي:²

-تكوين إشارات الاتصال وتحويلها إلى موجات إذاعية

-إرسال الموجات الإذاعية الحاملة للمعلومات الصوتية أو غيرها

-استقبال تلك الموجات وتحويلها إلى شكل يمكن فهمه كيف تبث البرامج الإذاعية

محطات البث الإذاعي هي أماكن بسه وتكون عادة في مبان تضم الخارجي والمكون

من جزأين منفصلين أحدهما غرفه المراقبة والتحكم والآخر قاعه الأستوديو الرئيسية

تحتوي غرفه المراقبة والتحكم على أجهزة البحث ويفصل حائط بينهما وبين قاعه

التسجيل الرئيسية فيه نافذة كبيره تتيح للعاملين في الغرفتين رؤية بعضهم البعض كما

يوجد فيها لوحه التحكم تشمل مجموعه من الأجهزة التي تنظم الأصوات يمكن بعض

¹ نفس المرجع السابق، ص 13

² نفس المرجع السابق، ص 14

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الأنشطة الإذاعية مثل البث الموسيقي مسجل أن تجري عادة في غرفه التحكم أو في قاعه الأستوديو الرئيسية¹

خصائص الراديو كوسيلة إعلامية²:

يمكن حصر أهم الخصائص التي يتسم بها الراديو كوسيلة إعلامية فيما يلي :

- يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المجتمع وأطلعه بلا قيود
- سماع كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون
- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام بما يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال الوسيلة العمياء يتيح الرجل المستمعين الأيمن الذين يقرؤون ولا يكتبون الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والإملاء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن الخارجية يعتبر الراديو فن الوجداني عاطفيا وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة مشاعر الشعبية الجارفة خاصة أثناء الأزمات والحروب فتسعى لتعبئه الرأي العام بالأغاني الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة يستطيع المجتمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر راديو وكأنها تحدث الآن على أي على الهواء حتى إن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حيه وفوريه الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثتها الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل تنقله من مكان إلى آخر ولا يشغل حيث كبيرا مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع.³

¹ مرجع سابق، ص 15

² نفس المرجع، ص 21

³ نفس المرجع السابق، ص 22

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

أن الإذاعة تعد من أهم الوسائل الاتصال الجماهير التي لعبت دورا كبيرا في نقل الأخبار وتثقيف الجماهير وتقديم الترفيه منذ نشأتها لحد الآن فقد بدأت الفكرة الإذاعة في أواخر القرن التاسع عشر مع تطور تقنيه الاتصال اللاسلكي ومع تطور الحاصل في أوائل القرن العشرين وإطلاق أولى المحطات الرسمية الإذاعية أصبحت الإذاعة وسيلة الإعلامية رئيسية امتدت إلى جميع أنحاء العالم بلغات متعددة وبرامج متنوعة واليوم كانت ولا زالت إذاعة تلعب دورا هاما وفعلا في نقل الأخبار والترفيه رغم ظهور وسائل الإعلامية جديدة في التلفزيون والانترنت.

3-3 / التلفزيون:

مفهومه:

هو وسيلة إعلامية تنقل المعلومات والبرامج البصرية والصوتية عبر إشارات تلفزيونية¹

لمحة تاريخية عن ظهور التلفزيون :

- عام 1892 كتب صحفي أمريكي قصة خيالية مفادها أن جهازا عجيب اسماه تيليك توكوب يعرض على الناس في بيوتهم المسرحيات التي تعرض في المسارح وكذلك حفلات الاوبرا والأحداث الهامة فور وقوعها ولم يتوقع هذا الصحف أن هذا الجهاز الخيالي الذي تصوره في مخيلته سيكون واقعا ملموسا وانه سيظهر بعد نصف قرن من الزمن ليحمل اسم التلفزيون²

- ارتبطت فكرة اختراع التلفزيون بسلسلة من الابتكارات والاكتشافات العلمية التي مكنت باحثين بريطانيين وأمريكان ألمانيا ايطاليين فرنسيين وروسي من التوصل إلى تقنيه التلفزيون في جهاز التوليد الكهربائي والبطارية الكهربائية الضوئية والمصباح

¹ Alpha Doc: الكتاب للإذاعة والتلفزيون، ص 19، 2018،

² جازية بايو: أسس الإنتاج التلفزيوني، kutub ltd، لندن، ط 01، ص 11، سنة 2021

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الكهربائي واكتشاف القوانين الخاصة بالتحول الكهربائي المغناطيسي وإمكانية فصل عنصر السيليونيوم واكتشاف التلغراف والتليفون والتصوير الفوتوغرافي ولاسلكي والسينما¹

- وعن استعمال كلمه تلفاز لأول مره تعود إلى 25 أغسطس في باريس عام 1900 عندما عرض **كونستنتين بيرسكي** في المؤتمر الدولي للكهرباء ورقه تحمل العنوان التلفاز في هذا المؤتمر عرض الباحث أفكاره حول جهاز تلفازي يعتمد على المواصفات المغناطيسية لماده السيليونيوم ومنذ ذلك الحين بدا مصطلحات الفاتحة لمحل المصطلحات القديمة وهي تيلي فوتو والتيليكتروسكوب²

- عام 1909 تم صنع وتشغيل ثلاثة أجهزه تلفازيه أولها كان في ألمانيا من صنع الدكتور ماكس دي كمان Dieckman حيث استعمل انبوت برون لأول مرة في المستقبل لنقل الصورة الكهربائية الجهاز الثاني كان من عمل ارنست راهمر وتكون من خلايا مصنوعة من ماده السيليونيوم لتكون بذلك كل خليه متصلة بجهاز بث يعمل على إرسال تيار كهربائي للمستقبل أما المستقبل فهو يحتوي على وحدات إضافية ووحدته بس لكل خليه وظيفتها تشغيل وحده الضوء المتصلة بها الجهاز الثالث صنع سنه 1909 من قبل باحثين هما جورج رينوكس والبروفيسور فورنير تتكون شاشه الإرسال فيه من عدد من الخلايا المصنعة من ماده السيليونيوم كل خليه منها متصلة بوحدة بث منفصلة وتتصل وحده البث بتسلسل مع محول تيار كهربائي وترسل كل وحده بث الإشارات من خلال سلك مستقل متصل مع محور التيار الكهربائي³

¹ نفس المرجع، ص 12

² نفس المرجع، ص 13.

³ نفس المرجع، ص 14

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- في سبتمبر عام 1929 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من استوديوهات بيرد وهكذا بدأت لهيئة تذيع الصوت والصورة من استوديوهاتها في بروكمان للمرة الأولى في مارس 1930 وظهرت أول تمثيلية تلفزيونية في 14 يوليو 1930 وكانت مقتبسة من قصة الرجل ذو الورد في فمه وقد أذاعتها هيئة الإذاعة من الاستوديوهات بيرت وهكذا سجل التلفزيون خطواته الأولى والفعالية في بريطانيا الأمر الطريف انه بمجرد أن بدا جهاز التلفزيون يعمم ويدخل بيوت البريطانيين دعا بين الناس اعتقاد طريف مفاده أن جهاز التلفزيون كما انه ينقل المشاهدين في بيوتهم كل الصور الحية ومتحركة فانه يقوم في نفس الوقت بتسجيل كل حركة المشاهدين ويصورهم وقد ضاع هذا الخبر بسرعة البرق بين الناس مما أثار تحفظا كبيرا وتخوفا واسعا من إدخال هذا الجهاز إلى البيوت¹.

والانجليز يتمسكون بمثل قال أن منزل "الرجل هو قلعته وإنما يدور في أرجائه لا هو من اخص خصوصياته"، وتقنيدا لهذه الشائعة التي أحدثت نوعا من الارتباك والتخوف لدى البريطانيين اضطر مدير هيئة البرد كمجلسي وود أن يذيع بيانا عاما يؤكد فيه للجمهور أن جهاز استقبال التلفزيون ليست له الخاصية أو المقدرة على النظر في بيوت الناس².

تاريخ البث التلفزيوني :

في العالم الغربي :

بعد النتائج المبهرة التي توصل إليها باحثون من أوروبا وأمريكا في تطوير تقنيه التلفاز الدورة على محطات الإرسال والاستقبال والاهتمام بها من خلال إجراء بحوث معمقة لتطويرها لإنجاح عملية البسه الفاسي وتعميمها على الجماهير الواسعة.

¹ نفس المرجع، ص 16

² نفس المرجع، ص 16

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- عام 1930 قامت شركة RCA بنيويورك ببحثها التلفاز التجريبي بينما بدأت الحكومة البريطانية من خلال ال BBC تجارب الخدمة التلفازية العامة المنتظمة من محطة لندن اعتبارا من عام 1936 أول خدمه بث تلفازي في العالم عام 1936 وذلك خلال دوره الألعاب الاولمبية العالمية التي أقيمت في برلين حينها استخدمت كاميرات الايكونسكوت من شركه تيلي فونكن غير أن الصور لم تكن مرضيه فقط صاحب المشاهد ومضاد ضوئية فلاش أثرت سلبا على جودتها وفي 30 سبتمبر 1929 نجحت بريطانيا في تحقيق أول إرسال تلفازي جماهيري من خلال أول إذاعة الفاسيه رسميه المعروفة بهيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي ولأنها كانت البداية لم تكون البرامج التلفازية منتظمة إلا سنه 1936 شيدت بي بي سي مقرا لها الإرسال التلفاز ومع بداية الحرب العالمية الثانية توقف البث ليستأنف في يونيو¹ 1946

- في الولايات المتحدة الأمريكية تم أول بث تلفازي في 30 أبريل 1939، في مدينة نيويورك حيث نقلت كلمة للرئيس فرانكلين روزفلت في المعرض الدولي، بلغ عدد الأجهزة ما يقارب 200 جهاز ولم يتجاوز مدى الإرسال أكثر من 40 ميلان المعروف أن التلفاز في الولايات المتحدة الأمريكية يغلب عليه الطابع التجاري حيث كان للمستثمرين والمعلنين تأثيرا كبيرا على مضمون البرامج التي تبث على العكس من ذلك اتسم التلفاز ببريطانيا منذ نشأته بطابعه الجماهيري حيث يعتبر من الوسائل العامة التي تهدف إلى خدمة الجمهور².

- في فرنسا ومن برج إيفل بدأ أول بث تلفازي منتظم في 10 نوفمبر 1935، ولم يصبح التلفاز الفرنسي وسيلة جماهيرية إلا في عام 1960.

- في أمريكا اللاتينية كانت المكسيك أول دولة تبدأ إرسالها تلفازيا عام 1949.

¹ نفس المرجع، ص 19

² نفس المرجع، ص 20

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

وفي أستراليا دار جدال حول الاختيار بين نموذجين الأمريكي (التجاري) والبريطاني (الجماهيري)، وفي الأخير تم الدمج بين النموذجين لياشر في أول إرسال تلفزيوني سنة 1956.

في القارة الآسيوية كانت الصين السبّاقة في مباشرة أول إرسال تلفزيوني لها عام 1958، لتتبعها الهند في ذلك العام من بعد بإرسال تلفزيوني من نيودلهي مدته ساعة واحدة مرتين في الأسبوع¹.

- في القارة الإفريقية كانت معظم الدول مستعمرة من طرف فرنسا وبريطانيا، مما سمح لبعضها بإنشاء محطات إرسال تلفزيوني أثناء الفترة الاستعمارية حيث وجه الإرسال التلفزيوني وقتها إلى المعمرين من الأجانب لتكريس ثقافة المستعمر ومحو كل مقومات السكان الأصليين، وأول دولة إفريقية شهدت أول بث تلفزيوني هي الجزائر عام 1956 لتتبعها نيجيريا عام 1959، والعديد من الدول الإفريقية المستعمرة منها كينيا، زيمبابوي وزامبيا، أما في باقي الدول الإفريقية الأخرى فقد عرفت البث التلفزيوني بعد فترة الاستقلال².

تاريخ البث التلفزيوني في الوطن العربي :

-في العالم العربي سجل أول بث تلفاز عام 1956، في ثلاث دول عربية وهي على التوالي العراق لبنان الجزائر³.

- في العراق بدا البث التلفاز بقدره 500 وات كان يبث باللغة العربية والكردية اغلب برامجه ترفيهية⁴

¹ نفس المرجع ص 20

² نفس المرجع، ص 20.

³ نفس المرجع، ص 21.

⁴ نفس المرجع، ص 21

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- يلخص سميث مراحل تطور البث التلفزيوني في العراق بتشغيل محطتي إرسال في بغداد ومحطات أخرى إضافية في كركوك والبصرة والموصل وكانت بقوه 140 كيلو واط وقدرت عدد الأجهزة عام 1966 بين 125 ألف و 240,000 معظمها في مدينه بغداد وضواحيها بينما قدر عدد المشاهدين بمليون مشاهد¹.

- بعد العراق سجلت لبنان في نفس السنة أول بث التلفاز عندما تم إنشاء محطة تلفاز خاصة تعتمد في داخلها على الإعلانات التجارية².

- في الجزائر سجل أول بث التلفاز في نهاية شهر ديسمبر 1956 أبان الفترة الاستعمارية حيث أقيمت محطة محدودة البث اتصلت على المدن الكبرى حيث أنشأت محطات بس ضعيفة تقدر ب 819 خط على المدى القصير و واسعة على ثلاث مراكز في الجزائر العاصمة قسنطينة وهران وكانت البرامج المقدمة تعرض باللغة الفرنسية وكانت الأصل موجهه إلى فئة المعمرين المقيمين بالجزائر عام 1928 وصل عدد الأجهزة المستخدمة في الوطن العربي إلى 8.300,000 جهاز حيث جاءت السعودية في المرتبة الأولى بمعدل 2.100.000 جهاز واحتلت مصر المرتبة الثانية بمعدل 1.400.000 جهاز والجزائر ب 975,000 جهاز والبحرين ب 327 جهاز³.

مميّزات التلفزيون⁴ :

التلفزيون وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينه وله خصائص وسميات لا نجدها في وسيله الإعلامية أخرى

¹ نفس المرجع، ص 22

² نفس المرجع، ص 22

³ نفس المرجع، ص 23.

⁴ ميلاد ألفي جرجس: الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، دار غيداء، ط 01، ص 25، سنة 2020

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الثقافة في التلفزيون تتمحور حول الجسد الصوت والصور فباستخدام الصوت المتحد بالجسد يفرض التلفزيون تأثيره على المشاهد في الجسد في الثقافة التلفزيونية يمثل احد ركائزها المادية

يمتلك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفاز إلى وعي الإنسان التلفزيون وسيلة ترفيهية تخفيفية مريحة يقوم بتغطيه إعلامية كونه مما يجعل وسيله تقارب وتفاهم بين الشعوب

يساهم في ترسيخ القيم والمعايير والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيا حسب أراده وإيديولوجيه الجهة المرسله تشكيل السلوكيات المتعددة عن طريق تقديم قوالب سلوكيه جاهزة يقلدها المشاهد أو يتباهى بها.

تحطيم الحواجز الطبقيه لأنه يتوجه إلى مختلف الخلفيات التعليمية والاجتماعية والعرقية والى كل الفئات العمريه فهو ينشر ثقافة الكتلة التي تفرض نفسها على جميع السكان وتتحول إلى حس عام يتجلى في السلوك العملي.

إذا كان التلفزيون مصدرا أساسيا لتثقيف واكتساب المعارف والمعلومات إلا أن ليس كل ما يبثه هو الحقيقة المجردة والمحايدة إذ أن المعرفة التلفزيونية معرفه مؤدلجه

التلفزيون في الجزائر :

أنشئت أول محطة تلفزيونية في الجزائر في مدينه الجزائر العاصمة سنة 1956 بعد قيام الثورة الجزائرية بسنتين وفي سنة 1960 بدأت تنقل البرامج التلفزيون بباريس إلى إن تم تحرير البلاد سنة 1962¹

وفي الجزائر من الدول التي استخدمت نظام إنتل سات لأغراض المواصلات الداخلية فمدنها في الشمال على الساحل البحر المتوسط تربطها الكابلات والوسائل المألوفة

¹ خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الإتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرين ب ط، ص

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

في شبكه التلفزيون أما الجماعات التي تعيش في الجنوب في قلب الصحراء الكبرى وسائر المناطق على الإرسال اللاسلكي بكل عيوبه فكان لابد من إيجاد حل لإنهاء العزلة التي تعاني منها تلك الجماعات وتعذر الحل باعتماد شبكه التلفزيون أو التليفون في شبكه التليفون تحتاج إلى 5000 كلم من الأسلاك الأرضية والتلفزيون يكلف أكثر ويتطلب بناء محطة عدد تكاليف الصيانة في بقعه من الأرض تشتد فيها الحرارة وتكثر فيها العواصف الرملية وهكذا قررت الجزائر اعتماد الأقمار الصناعية ذات يتجاوز تكاليفها ضمن التكاليف الأخرى أصبحت بلده مثل تمرست من أقصى جنوب متصلة الكترونيا بمدينة الجزائر التي تفصلها عنها آلاف الكيلومترات¹.

وانشأ الجزائريون في نوفمبر 1989 نقابه وطنيه للصحفيين العاملين في التلفزيون تهدف هذه النقابة الجديدة إلى تطوير وسائل الاتصال جزائريه لكي يتلقى المواطنون إخبارهم بموضوعيه وحيدة².

4- الإنترنت:

مفهومها :

الانترنت كلمة مشتقة من الكلمتين (international) دولي (Net) شبكة إذا فالانترنت هي شبكة الدولية³.

- ظهرت الإنترنت لأول مرة في أواخر الستينات وبالتحديد عام 1969 كشبكة مرتبطة من الحواسب أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية البنثاغون لأجل تبادل المعلومات السرية والسريعة والواسعة النطاق بين شبكات كمبيوتراتها المختلفة إذا في الانترنت باختصار شبكه دوليه واسعة مكونه من عدد كمبيوترات متصلة ببعضها بعضا بها

¹ نفس المرجع السابق

² نفس المرجع السابق.

³ مضر عدنان زهران وآخرون: التعليم عن طريق الأنترنت، زهران للنشر والتوزيع، عمان، ب ط، ص 17،

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

يتم تبادل المعلومات من خلال الأجهزة المختلفة وبقيه تطبيق فكره الانترنت محصورة بأجهزة الدفاع الأمريكية حتى تبنتها جامعه كاليفورنيا (UCLA) تلك الشبكة ما لبثت أن تطورت بشكل هائل وسريع بازدياد عدد الكمبيوترات المرتبطة بها وبعدها مما أدى إلى ازدياد وتضخم حجمها حتى وصلت إلى درجة كونها شبكه دوليه وإذ لاق بها اسم الانترنت¹.

- تعتبر الانترنت نظام عالمي لشبكه الكمبيوتر المرتبطة التي تستخدم بروتوكول الانترنت لربط الأجهزة في جميع أنحاء العالم كما تعتمد على نظام اتصالات عالميه يسمح بتبادل المعلومات بين شبكات اصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم وهي وسيله لتبادل المعلومات والبيانات بين المستخدمين والأفراد في جميع أنحاء العالم والتي جعلت العالم قرية صغيرة.

تاريخ تطور الانترنت :

- الانترنت شبكة عملاقة تضم عشرات الألوف من الشبكات والحواسيب المرتبطة ببعضها في مئات الدول حول العالم لم يكن ظهور هذه شبكه محض الصدفة بل تطورت عبر مسارات بدأت منذ الخمسينات من القرن الماضي إذ قامت وزاره الدفاع الأمريكية بالتفكير ثم البحث عن وسيله تؤمن طريقه الاتصال سهله والمستمره لتوزيع البيانات في أماكن مختلفة تابعه لها إذا قامت هيئه البحوث (أربا) **ARPA** الخاصة بتطوير الجيش الأمريكي بالبحث في هذا المجال فكانت ولادة هذه الشبكة منذ ذلك الحين التي يمكن أن أضع لها مراحل تبيين تطورها وكالتالي²:

¹ مرجع سابق.

² محمود حسن الهواسي وآخرون: تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة - منظور إداري تكنولوجياي - نشر م. ط. محمود حسن جمعة، ب ط، ص 250، سنة 2014.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- في عام 1962 بدأت هيئة البحوث إربا الخاصة بتطوير الجيش الأمريكي وهي اختصار لعبارة (**Advanced research Project agency**) بإنشاء أول برنامج حاسوبي للبحث في هذا المجال.
- في عام 1964 صمم نوعا من الشبكات لا يعتمد على وجود معالج مركزي على يد باران في مؤسسة رائد الأمريكية.
- عام 1966 كانت إيربا قد حققت مجموعه بحوث تمكنها من إنشاء شبكة حاسوبية في الوقت نفسه قام أستاذ علوم حاسبات ليروك في جامعه كاليفورنيا في لوس انجلوس (**UCLA**) بإرسال بعض البيانات من مكان إلى آخر.
- في عام 1969 قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية بإنشاء شبكه حاسبات تعمل بنظام تحويل الحزم **packet switching** والتي سميت **Arpente** وهي تسمح بتحويل البيانات المرسله عبر الشبكات بإعادة ترتيب هذه الحزم طبقا لأرقامها وبذلك يسمح هذا الأسلوب بتمرير الرسائل حتى في حاله حدوث عطل لأحدث نقاط الاتصال بالشبكة وعدت هذه الخطوة هي الميلاد الحقيقي لشبكه الانترنت¹.
- في عام 1980 بدأت الجامعات في إحلال الحاسب الكبي (**prame main**) بمحطات عمل تعمل بنظام (**Unix**) ونتيجة لذلك ازداد عدد المستخدمين للشبكة (**Arpente**) حتى وصل إلى أقصى سعه ممكنه لها لذا ظهرت الحاجة إلى تغيير جوهرى بالشبكة
- عام 1981 عملت وزارة الدفاع الأمريكية على فصل الجزء العسكري على الجزء المدني في الشبكة بحلول عام 1981 وأطلق الجزء العسكري تسميه **Milnet** في

¹ المرجع السابق، ص 250

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

حين بقي الاسم القديم على الجزء المدني أي (**Arpente**) والذي يربط الجامعات والمنظمات البحثية الأمريكية الأخرى¹.

- في عام 1982 أصبح بروتوكول النقل والسيطرة (**TCP**) وهو اختصار لعبارة **Transmission control Protocol** والبروتوكول الآخر الملازم له هو بروتوكول الانترنت (**IP**) مختصرا عبارة **internet Protocol** هما وسيلتا التعامل مع المعلومات التي تحققها شبكة الانترنت وأطلق عليه (**TCP/IP**) بغيت تسهيل عمليه الاتصال والتبادل المعلومات بين الشبكات والأجهزة المختلفة أي الحواسيب وفي الحقيقة فان هذا البروتوكول بدا تطويره منذ عام 1975².

وفي عام 1985 قدمت شبكه الانترنت للناس منظمات وأفراد عمليا وبدا عدد المشتركين في تزايد منذ ذلك الحين واخذ الإقبال الانترنت وأنحاء آخر في عام 1988 قام المؤسسة العلوم القومية الأمريكية **NFS** بإنشاء شبكة جديدة أطلقت عليها تسمية (**NSF NET**) وبدلا من إنشاء شبكه حاسوب كبيره تكلفه عالية قامت في البناء شبكه إقليمية وأعطت جامعه مسؤوليه ضرب مع جهات الإقليمية مرتبطة مع الشبكة³.

في عام 1991 بدأت التعليم انجاز برامج جديدة تعطي تسهيلات للوصول إلى المعلومات المخزونة في الانترنت ومنها برنامج (**Gopher**)⁴.

- في عام 1992: أطلق مشروع الشبكة العنكبوتية عبر العالم والتي يعرف باسم (**world- wide web**) وتعرف اختصار **www** من الأدوات والخدمات المهمة على طول مسيره تاريخ تطور شبكه الانترنت⁵.

¹ نفس المرجع ، ص 251

² نفس المرجع، ص 251

³ مرجع سابق، ص 251

⁴ مرجع سابق، ص 252

⁵ مرجع سابق

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- من منتصف التسعينات: توسع عدد المشاركين في شبكة الانترنت سواء على مستوى الحواسيب المرتبطة في الشبكة أم عدد الشبكات المرتبطة معها هذه الحواسيب¹.

- مرت الإنترنت بمراحل تطور جذرية منذ بدايتها المتواضعة وبقيت في تطور مستمر وانتشار واسع النطاق حيث عملت في تطور أجهزتها وخدماتها مثل البث المباشر وظهور أيضا وسائل التواصل الاجتماعي التي جعلت من العالم قرية صغيرة متطورة خاصة بعد تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض على رغم المسافات.

استخدامات شبكة الانترنت :

إن استخدام شبكة الانترنت قد دخل في جميع المجالات وقدمت كثير من الخدمات نذكر منها على سبيل المثال²:

- البريد الإلكتروني (électronique mail) أو (gmail)
- المحادثة أو الحوار (chat)
- استعراض المواقع أو التصفح (Browsing)
- البحث عن المعلومات (searching)
- الترفيه (Entertainment)
- التجارة الإلكترونية (electronic business)
- التسوق عبر الانترنت (online shopping)
- ومما لا شك فيه أن هذه الشبكة العملاقة تمثل ثوره في عالم الاتصالات وتربط سكان هذا الكوكب وتمكنه من التواصل فيما بينهم بكل سهولة ويسر فتعتبر الوسائل

¹ مرجع سابق

² إيهاب أبو العزم: الخطوة الأولى في عالم الأنترنت، دار الحكمة، ليبيا، ط 03، سنة 2013

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

البيانات والمعلومات أطراف كوكبين هذا من أدناه إلى أقصاه في لحظات محدودة وكأنه قد أصبح قرية صغيرة يمكن الوصول إلى أي جزء منها في لمح البصر¹.

خصائص الانترنت :

شبكة الانترنت بها من المميزات ما يجعلها متفوقة على جميع الرسائل الأخرى قبل لا يوجد نفسها الأخرى مع مجموعته متنوعة من الخصائص التي نكرها المتخصصون على النحو التالي²:

البحث :

فهي أفضل وأسرع وسائل البحث مثل المعلومات التي يقدمها الانترنت للطالب أو الأستاذ أو المعلم الاستفادة من الانجازات العلمية للبحوث والمراجعة والندوات في مختلف مجالات العلوم وهذه الخدمات المختلفة التي تقدمها في مختلف جوانب الحياة هي مصدر للمستخدمين والشبكة خاصة الشباب

التواصل :

وسيلة متاحة لجميع فئات المجتمع دون قيود وفقا لأهدافهم وطموحاتهم في مختلف المجالات

معرفة أخبار العالم والعلوم :

يتيح لك معرفته ما هو جديد ومتاح على شبكة الانترنت للتعرف على أخبار العالم في مختلف المجالات حيث أنها وسيله أسرع من الصحف والتلفزيون وبطريقة أسهل توفر الوقت والجهد.

¹ نفس المرجع.

² نرمين حسين السطالي: أثر شبكات الإنترنت على إتجاهات الشباب في عصر العولمة، ببلومانيا للنشر والتوزيع، ب.ط، ص 65، سنة 2021.

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الاستخدام غير محدد لفترة أو فترة زمنية محددة :

أي أن أي فرد في أي مكان يمكنه استخدام الانترنت في الوقت الذي يريده لفترة أطول أو أكثر وفقا لإرادته وقد يكون وهذا احد الأسباب المباشرة وراء تفوق الانترنت على وسائل الإعلام الأخرى حيث يتمكن الفرد من زيارة المكتبة في أي وقت ويمكنه التواصل مع أي شخص والتحدث معهم لفترة أطول بتكلفه اقل¹.

التفاعلية :

تمثل في انه لم يعد يكفي أن يتصف المشاهد انه نشيطا بناء على اختياره لوسائل متعددة أو أن المشاهدة عنيد استنادا إلى رفه أو قبوله للمحتوى جهة الاتصال ولكنه أصبح مشاركا وتفاعليا بشكل عام مؤثر في عمليه الاتصال وبعبارة أخرى تغيير الإعلام يصبح اتصالا لا يقتصر على نقل الرسائل فحسب بل يشمل أيضا البريد الالكتروني والدرشة والتسويق عبر الهاتف من خلال مناقشه اللجان والمؤتمرات عن بعد².

الفورية :

لقد اجل الانترنت حواجز الوقت والحواجز المكانية حيث يتم الاتصال بشكل فوري وسريع بغض النظر عن مكان المرسل أو المتلقي حيث يمكن الحصول على الأخبار والمعلومات وهي لا تزال ساخنة من مصادرها بمجرد نقرا على شاشة الكمبيوتر من موقع إلى موقع أينما يريد على وجه الأرض³.

اللاتزامنية :

وهو ما يعني القدرة على إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للمستخدم ولا يتطلب من جميع المشاركين استخدام النظام في نفس الوقت على سبيل المثال في

¹ مرجع سابق، ص 65

² مرجع سابق، ص 66

³ مرجع سابق، ص 67

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

نظام البريد الإلكتروني يرسل الرسائل مباشرة من المرسل إلى المستقبل في أي وقت دون الحاجة لوجود مستقبل الرسالة في وقت الإرسال¹.

البحث التلقائي عن المعلومات :

أصبح من المؤكد انه من المستحيل الاعتماد على وسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة بحثا دوريا عن المعلومات المطلوبة وكان من الضروري أتمت هذه العملية باستخدام ما يسمى الروبوت المعرفي أو البرمجي كوكيل آليا للقيام بهذه المهام الروتينية المضمنة².

- يوفر الانترنت جوا من المرح والتشويق أثناء البحث لأنه يحتوي على وسائل متعددة للصورة الصوت والحركة الرسومات والأشكال وأنماط العروض المختلفة³.

- يساعد توفر المعلومات المتاحة وتجديدها المستخدمين على الاتصال بأحدث العلوم⁴.

التقنية العالية :

أي أن نصوص الروابط والوثائق والمواقع التي تمكّن المستخدم من الوصول إلى مواقع مماثلة والتي تتوفر أيضا بوسائل أخرى⁵.

الشبكة المفتوحة :

تتميز شبكة الانترنت بأنها شبكة مفتوحة التي لا يملكها أي طرف مما يمنع تركيز البيانات في أي مؤسسه واحده من جهة ويتجنب التحكم في الشبكة من قبل أي شخص من جهة أخرى⁶.

¹ مرجع سابق، ص 67

² نفس المرجع، ص 67

³ نفس المرجع، ص 69

⁴ نفس المرجع، ص 69

⁵ نفس المرجع، ص 69

⁶ نفس المرجع، ص 70

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

- قدرة الانترنت على الوصول إلى ابعد نقطه في العالم يجعلها تغطي مختلف المناطق الجغرافية والانفتاح على عولمة المعلومات¹.
- ضمان الوصول إلى المعلومات في نفس الوقت أي وقت ما يحدث ذلك².
- تمكن الانترنت من المشتركين من تبادل المعلومات فيما بينهم وبين الآخرين³.

4/ خصائص وسائل الإعلام:

تتميز وسائل الإعلام بالعديد من الخصائص نذكر منها :

الموضوعية :

وهي محاوله القائم بالاتصال الابتعاد عن الذاتي أثناء صياغته للرسالة الإعلامية حتى ينقل حيثيات المضمون بقيمتها وتفصيلها الحقيقية لترك فرصه المتلقي بناء قرار صائب حول ما يحدث أن لا يتأثر بالمرسل

الحيادية :

ونعني بها عدم الانحياز لأي طرف أو أي جهة حيث يجب مراعاة تقسيم نفس التوقيت بين الحاضرين في برنامج تلفزيوني مثلا

الدقة :

ونعني بها نقل المعلومات للجمهور كما حدثت في الواقع دون تقديم تحليلات من شأنها أن تغير معناها كما أن الإعلام الحديث له أيضا عدد خصائص يأخذ الإعلام اتجاه واحد من فوق إلى تحت خلاف الاتصال الذي يعتمد على خاصية التبادل لكن في الإعلام قلما نجد عمليه التبادل بحيث يفرق الإعلام بين مصدر الخبر والمستقبل له والصحفي وغيرهم ممن يصنعون الحالات تكون لهم مبادرة للإدلاء بالخبر وتلك

¹ نفس المرجع، ص 70

² نفس المرجع، ص 70

³ نفس المرجع، ص 70

⁴ المحاضرة 03، الإعلام، خصائص الإعلام <https://cte-univ-setif2.dz> ، 2025/04/13

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

هي مهمتهم الأساسية، أما الذين يستقبلون الخبر فإنهم لا يقومون بشيء سوى تلقي الخبر الإعلام يصف الواقع فلا يمكن أن يكون إعلام بدون وقائع بحيث لا يكون الخبر من الخيال فالخبر المبني على الخير كذب وغير إن نقل الخبر يثير الخيال فإذا كان من طرف المرسل فان ذلك قد يشوه الخبر ويزيفه أما إذا كان من المستقبل فان ذلك يدفعه لمزيد من الاكتشاف وهذا ما أثار مسألة الموضوعية ووجب على القاعدة الإعلامية الخبر مقدس والتعليق حر كلفة الخبر ضئيلة جدا فسعر الخبر رخيص وهو في متناول الجميع فثمن نسخة واحدة من الجريدة اليومية لا يكلف من ميزانيه الشخص عبئا كبيرا وأجهزة الراديو وتلفزيون مع دوام استعمالها لا يمثل شرائها عقبه كبيره عند الجمهور فواج هذه الوسائل وتعددتها جعل الخبر ينتشر بسرعة وهذا ما جعل صناعة الإعلام صناعة مربحة والاقتصادية التي يحكمها ثلاث مقاييس.

الاحتمالية :

وهي كون الخبر يصف حدثا أو ينقل خبرا يحتمل أن يقع مثلا انتشار وباء انقلابات عسكرية نشوب حروب.

الإصابة :

وهي كون الخبر يصيب الهدف عند المتلقين.

التأثير:

كون الخبر يؤثر في رأي المستقبل ويزوده بالمعلومات الجديدة التي تجعله يتمكن من اتخاذ قرار في أمر يهمه فقيمة الخبر تعلوا بقدر ما تنقل المعلومات الخاصة به.

- إن وسائل الإعلام بأنواعها وسماتها تميزها عن غيرها من الوسائل فمن مميزاتها القدرة على الوصول إلى جمهور كبير في وقت قصير وأيضا التأثير على سلوك الأفراد واتجاهاتهم كما أنها تشمل أشكال المتنوعة مثل الصحافة الإذاعة التلفزيون

الفصل الثاني: وسائل الإعلام

الانترنت وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها كما أنها أيضا وسيلة مقنعة للجمهور ولها المصدقية كما تعتمد على التكنولوجيا في الإنتاج والنشر والتوزيع.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

1. التغطية الإعلامية

2. الحملات الإعلامية

3. الملتقيات العلمية

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

التغطية الإعلامية:

1-1 / مفهومها:

تشير التغطية الإعلامية إلى عملية جمع وتحليل وتقديم المعلومات والأخبار للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة تهدف التغطية الإعلامية إلى توفير تقارير دقيقة وموثوقة حول الأحداث والقضايا المهمة في المجتمع¹.

-تشمل عملية التغطية الإعلامية مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تتضمن :

جمع المعلومات :

يقوم المراسلون والصحفيون بجمع المعلومات من مصادر متعددة مثل المقابلات، الوثائق، التقارير الرسمية، شهود العيان.

تحليل الأحداث :

بعد جمع المعلومات، يتعين على المراسلين تحليلها وتقديم تقارير شاملة ومفيدة للجمهور، يهدف التحليل إلى فهم السياق الكامل وتقديم تفسيرات موضوعية².

تقديم التقارير:

يتم تقديم التقارير الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف التلفزيون الإذاعة والانترنت يتميز نوع التقارير بحسب الموضوع والجمهور المستهدف والوسيلة الإعلامية المستخدمة³.

البث المباشر والتغطية الحية :

في بعض الأحيان يتطلب الحدث تقديم التغطية بشكل مباشر أثناء وقوعه وتتم هذه العملية عبر بث مباشر على الهواء مباشرة للمشاهدين والسامعين⁴.

¹ رستم أبو رستم وآخرون: التغطية الصحفية الإعلامية، دار المعنز للنشر والتوزيع، ب.ط، ص 15، سنة 2025

² مرجع سابق، ص 15.

³ مرجع سابق، ص 15.

⁴ مرجع سابق، ص 15

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

الالتزام بالمعايير الأخلاقية والقانونية :

يتعين على المراسلين والصحفيين الالتزام بمبادئ النزاهة والموضوعية في تغطيتهم الإعلامية وتجنب التحيز والتظليل والالتزام بتوجيهات الأخلاقيات الصحفية والقوانين المحلية والدولية¹.

باختصار التغطية الإعلامية تركز على نقل الأخبار والمعلومات والأحداث وتقديم تفسيرات للجمهور كما تركز على القضايا والمشاكل التي تهم الجمهور وتقديم تقارير مفصلة عبر العديد من وسائل الإعلام المختلفة بغية إيصال رسالة معينة

2/ أهداف التغطية الإعلامية:

-أهداف التغطية الإعلامية تتعدد وتتنوع بحسب السياق والمجتمع والهدف النهائي

للسيلة الإعلامية إلا أن هناك عدة أهداف رئيسية يمكن تحديدها عموماً²:

● نقل الأخبار والمعلومات بدقة وموضوعية :

تهدف التغطية الإعلامية في المقام الأول إلى نقل الأحداث والمعلومات بشكل دقيق وموضوعي دون تحيز أو تظليل

● توعية الجمهور وثقافته :

تعمل التغطية الإعلامية على توعية الجمهور بالقضايا والمشكلات المهمة في المجتمع وتوفير المعلومات اللازمة لفهمها بشكل أفضل، يمكن أن تساهم التقارير الإعلامية في تثقيف الجمهور بالقضايا مثل الصحة، السياسية، الاقتصاد والبيئة .

● تشكيل الرأي العام:

تلعب التغطية الإعلامية دوراً حيوياً في تشكيل وجهات نظر الجمهور وتوجيه الرأي العام. يمكن للتقارير الإعلامية أن تؤثر في آراء الناس وتشجع على التفكير النقدي واتخاذ القرارات الصائبة¹.

¹ مرجع سابق، ص 16

² مرجع سابق، ص 16

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

• إثارة الاهتمام وتحفيز الحوار العام :

تهدف التغطية الإعلامية إلى إثارة الاهتمام بالقضايا المهمة وتحفيز الحوار العام حولها يمكن للتقارير الإعلامية أن تساهم في إثارة النقاش والتبادل وجهات النظر بين الأفراد والمجتمعات².

• تعزيز التفاعل الاجتماعي:

يمكن للتغطية الإعلامية أن تعزز التفاعل الاجتماعي من خلال تسليط الضوء على مبادرات المجتمع المدني والأفراد والمجموعات التي تعمل على تحقيق التغيير الاجتماعي الايجابي³.

- تتطلب أهداف التغطية الإعلامية المتعددة المستويات توجيهها وجهودا مستمرة من قبل الصحافيين ووسائل الإعلام لتحقيق الأثر الإيجابي على المجتمع والعالم بشكل عام⁴.

1-3/ أنواع التغطية الإعلامية:

المفاهيم الأساسية للتغطية هناك عدة أنواع مختلفة للتغطية الإعلامية تعتمد على الوسيلة الإعلامية المستخدمة وطبيعة الحدث أو الموضوع المغطى ومن بين هذه الأنواع⁵:

• التغطية الصحفية :

تتمثل في تقديم المعلومات والأخبار عبر الصحف والمجلات تشمل التغطية الصحفية تقارير، مقالات، مقابلات، تحقيقات وغيرها وعليه فالتغطية الصحفية هي

¹ مرجع سابق، ص 16

² مرجع سابق، ص 17

³ مرجع سابق، ص 17

⁴ مرجع سابق، ص 18

⁵ مرجع سابق، ص 18

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

عملية جمع وتحليل ونشر الأخبار والمعلومات التي تهتم الجمهور تشمل هذه العملية عدة مراحل وأساليب تضمن الدقة والنزاهة والموضوعية في نقل المعلومات

✓ المفاهيم الأساسية للتغطية الصحفية:

■ الأخبار:

هي الأحداث والوقائع التي تحمل أهمية وتستحق النشر، وقد تكون هذه الأخبار محلية أو دولية، سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية أو ثقافية¹.

■ المصدر:

هو الشخص أو الجهة التي تزود الصحفي بالمعلومات، يمكن أن يكون المصدر رسمياً مثل المسؤولين الحكوميين أو غير رسمي مثل شهود العيان

■ المصدقية:

تشير إلى دقة وصحة المعلومات المنشورة، المصدقية التي تأتي من التحقق من المصادر واستخدام البيانات الموثقة

■ الحيادية:

تعني نقل المعلومات والأخبار دون تحيز أو تحريف مع تقديم وجهات نظر متعددة حول القضايا المختلفة

■ التحليل:

يتضمن تفسير الأخبار والسياق الذي تحدث فيه مما يساعد الجمهور على فهم أعمق الأحداث

✓ الأسس العملية للتغطية الإعلامية²:

جمع المعلومات يتطلب ذلك مهارات في البحث والمقابلات وجمع البيانات من مصادر متنوعة الصحفي يحتاج إلى القدرة على تقييم موثوقية المصادر والمعلومات

¹ مرجع سابق، ص 18

² مرجع سابق، ص 19

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

التحقق من الحقائق جزء أساسي من العمل الصحفي وهو التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها هذا يتطلب تدقيق البيانات والمعلومات مع عدة مصادر.

■ كتابة الأخبار:

يجب أن تكون كتابة الأخبار واضحة دقيقة موجزة تشمل الكتابة الصحفية العنوان الرئيسي، المقدمة جسم الخبر، والخاتمة

■ الأخلاقيات الصحفية:

تشمل الصدق النزاهة احترام الخصوصية وتجنب تضارب المصالح الصحفيون ملزمون بالالتزام بمدونات السلوك الأخلاقية

■ التكنولوجيا في الصحافة:

استخدام الأدوات التكنولوجية مثل الانترنت وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية لجمع المعلومات ونشرها بسرعة وفعالية¹.

- التغطية الصحفية هي عملية جمع الأخبار والمعلومات وتحريها ونشرها في وسائل الإعلام المطبوعة والرقمية تعمل على البحث عن الأخبار من مصادر مختلفة وتنظيمها وتقديمها بصورة واضحة كما تنشر الأخبار في الصحف والمجلات والمواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي ليستفيد منها المجتمع

■ التغطية التلفزيونية:

تتمثل في نقل الأخبار والمعلومات عبر البث التلفزيوني وتشمل التقارير الإخبارية البرامج الحوارية الوثائقية وغيرها من البرامج التلفزيونية وهي عملية جمع ونقل الأخبار والمعلومات من خلال وسيلة التلفزيون تعتبر هذه العملية أكثر تعقيدا وتطلبا مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى بسبب الطبيعة البصرية والصوتية للمحتوى المقدم².

¹ مرجع سابق، ص 19

² مرجع سابق، ص 20.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

✓ المفاهيم الأساسية للتغطية التلفزيونية:

■ الأخبار التلفزيونية :

الأحداث والمعلومات التي يتم تصويرها وتقديمها عبر تقارير مصورة أو بث مباشر

■ التقارير الميدانية :

تقارير تعد وتصور في مكان الحدث، غالبا ما تشمل مقابلات وتصوير للموقع

■ البث المباشر:

نقل الأحداث في الوقت الفعلي مما يتيح للجمهور مشاهدة الأحداث أثناء حدوثها.

■ الأعداد المسبق :

تقارير يتم إعدادها مسبقا وتشمل بحث وتحليل، ثم يتم تصويرها وتحريرها لتقديمها في
نشرة الأخبار

■ البرامج الحوارية :

برامج تستضيف خبراء أو شهود عيان لمناقشة وتحليل الأحداث الجارية¹.

✓ العناصر الأساسية للأخبار التلفزيونية :

■ البصرية :

الصور والفيديوهات هي جوهر التغطية التلفزيونية حيث تساعد المشاهدين على رؤية
الحدث بوضوح

■ الإيقاع السريع :

التلفزيون يتطلب تقديم الأخبار بسرعة وفعالية نظرا لطبيعة الوسيلة التي تعتمد على
جذب انتباه المشاهدين.

مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى بسبب الطبيعة البصرية والصوتية للمحتوى
المقدم².

¹ مرجع سابق، ص 21.

² مرجع سابق، ص 20.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ السرد القصصي:

تقديم الأخبار كقصة متكاملة تتضمن بداية، وسط ونهاية مما يساعد على إيصال الرسالة بوضوح¹.

■ المصداقية والموضوعية:

ضمان دقة المعلومات وحيادية العرض دون تحيز أو تلاعب

■ التفاعل المباشر:

قدرة الجمهور على التفاعل مع الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو الاتصالات المباشرة خلال البث².

✓ استخدام التكنولوجيا في التغطية الإعلامية:

■ الأقمار الصناعية والبث عبر الإنترنت:

لنقل الأخبار مباشرة من مواقع الأحداث إلى الأستديوهات والمشاهدين

■ الواقع الافتراضي والواقع المعزز:

لتقديم تجربة تفاعلية وغامرة للمشاهدين

■ الطائرات بدون طيار:

للحصول على لقطات جوية من مواقع يصعب الوصول إليها

■ التحليل الرقمي:

استخدام الأدوات الرقمية لتحليل البيانات وتقديم تقارير مدعومة بالرسوم البيانية

- إن التغطية التلفزيونية هي عملية نقل الأخبار إلى الجمهور عبر شاشات التلفزيون كما تعتبر شكل من أشكال التغطية الإعلامية تتميز باستخدام الصور المتحركة والصوت مما يجعلها أكثر جاذبية وتأثيراً.

¹ مرجع سابق، ص 22.

² مرجع سابق، ص 22.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ التغطية الإذاعية:

تتمثل في نقل الأخبار والبرامج الإعلامية عبر البث الإذاعي وتشمل التقارير الصوتية والحوارات والبرامج الموسيقية والثقافية عبر وسيلة الراديو، تتميز الإذاعة بقدرتها على الوصول الى جمهور واسع في وقت قصير وبفعالية تلعب دورا هاما في نشر المعلومات والأخبار

✓ المفاهيم الأساسية للتغطية الإذاعية :

■ الأخبار الإذاعية :

هي الأحداث والمعلومات التي يتم إعدادها وتقديمها بشكل صوتي لجمهور المستمعين.

■ التقارير الإذاعية :

تقارير تعد وتقدم من خلال التعليق الصوتي، وتشمل الأحداث وتحليلها .

■ النشرات الإخبارية:

نشرات تبث على فترات منتظمة تحتوي على مجموعة من الأخبار المتنوعة¹.
المراسلون الميدانيون: صحفيون يقومون بتغطية الأحداث من مواقعها ويقدمون تقارير حية أو مسجلة

■ المقابلات الإذاعية :

حوارات مع شخصيات بارزة أو شهود عيان تبث لإعطاء وجهات نظر متنوعة حول الأحداث²

¹ مرجع سابق، ص 23.

² مرجع سابق، ص 24

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

✓ الأسس العملية للتغطية الإذاعية :

▪ جمع المعلومات :

يشمل البحث عن الأخبار من مصادر متنوعة مثل وكالة الأنباء المراسلين الميدانيين والاتصالات الهاتفية الكتابية الإذاعية:

تتطلب أسلوباً بسيطاً ومباشراً مع التركيز على الوضوح والإيجاز النصوص الإذاعية يجب أن تكون سهلة الفهم للمستمعين .

▪ التسجيل الصوتي:

تسجيل التعليقات والتقارير بصوت واضح ومفهوم يجب الانتباه إلى جودة الصوت والخلو من الضوضاء

▪ تحرير والمونتاج :

تحرير الصوت لإزالة الأجزاء غير الضرورية وضمان تدفق سلس للتقرير، يشمل ذلك تنسيق الموسيقى والمؤثرات الصوتية إذ لزم الأمر

▪ البث المباشر :

تقديم الأخبار والتقارير في الوقت الحقيقي مما يتطلب مهارات في الإلقاء والتعامل مع المواقف الطارئة¹

✓ استخدام التكنولوجيا في التغطية الإذاعية:

▪ التسجيل الرقمي:

استخدام أجهزة تسجيل رقمية للحصول على جودة عالية وسهولة في التحرير .

▪ البرامج الإذاعية عبر الإنترنت:

بث البرامج والنشرات الإخبارية عبر الإنترنت للوصول إلى جمهور أوسع .

¹ مرجع سابق، ص 24.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ التطبيقات والهواتف الذكية:

استخدام التطبيقات والهواتف الذكية للتسجيل والبث المباشر من مواقع الأحداث¹

■ وسائل التواصل الاجتماعي:

التفاعل مع الجمهور ونشر الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي لزيادة الوصول والمشاركة²

إن التغطية الإذاعية تعتبر عملية نقل الأخبار عبر موجات الراديو كما تعتبر شكل من أشكال التغطية الإعلامية لكنها تتميز بالصوت فقط مما يجعلها أكثر مرونة وسهولة في الوصول إلى الجمهور³

✓ المفاهيم الأساسية للتغطية عبر الإنترنت:

■ الأخبار الرقمية:

الأخبار والمعلومات التي تنشر على الانترنت من خلال مواقع الأخبار المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي

■ التفاعل الفوري:

أي القدرة على تلقي ردود الفعل الفورية مع الجمهور عبر التعليقات والمشاركات والاعجابات

■ الوسائط المتعددة:

استخدام النصوص الصور الفيديوهات والرسوم البيانية لتقديم الأخبار بطرق متعددة

¹ مرجع سابق، ص 25.

² مرجع سابق، ص 25.

³ مرجع سابق، ص 26..

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ التحديث المستمر :

نشر الأخبار والمعلومات بشكل مستمر ومباشر لتلبية الحاجة الملحة للحصول على المعلومات بسرعة .

■ تحليل البيانات :

استخدام الأدوات الرقمية لتحليل التفاعل مع المحتوى وتوجيه إستراتيجية النشر بناء على ذلك¹.

✓ الأسس العملية للتغطية عبر الإنترنت:

■ جمع المعلومات:

الاعتماد على مصادر متعددة بما في ذلك وكالة الأنباء المراسلين ووسائل التواصل الاجتماعي

■ الكتابة الرقمية:

كتابة المحتوى بشكل يناسب القراءة السريعة على الشاشات مع عناوين جذابة ونصوص مختصرة ومباشرة.

■ تحرير الوسائط المتعددة :

استخدام أدوات تحرير الرقمي لتحسين جودة الصور والفيديوهات والتأكد من ملائمتها للنشر عبر الإنترنت.

¹ مرجع سابق، ص 26.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ نشر المحتوى:

استخدام نظم إدارة المحتوى (CMS) لنشر وتحديث الأخبار بسرعة وسهولة

■ التسويق الرقمي:

✓ استخدام استراتيجيات تحسين محركات البحث (SEO) ووسائل التواصل الاجتماعي

لزيادة وصول المحتوى إلى الجمهور المستهدف¹

✓ استخدام التكنولوجيا في التغطية عبر الإنترنت

■ نظم إدارة المحتوى: (CMS)

مثل وورد بريس وجوملا لنشر وتحديث المحتوى بسهولة التحليلات الرقمية:

أدوات مثل جوجل اناليتكس لتحليل التفاعل مع المحتوى وفهم سلوك الجمهور

■ البحث المباشر:

استخدام منصات مثل فيسبوك لايف ويوتيوب لبث الأحداث مباشرة

وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام تويتر فيسبوك انستغرام وغيرها لنشر الأخبار

والتفاعل مع الجمهور.

■ التطبيقات الهاتفية:

تطوير تطبيقات للهاتف المحمول لتوفير الأخبار بشكل فوري ومباشر للجمهور².

¹ مرجع سابق، ص 27.

² مرجع سابق، ص 28.

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

2/ الحملات الإعلامية:

1-2/ مفهومها:

هي مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة منشأة ما بهدف ترويج أفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد وإقناعهم بقبول فكرة أو سلوك اجتماعي معين أو بهدف ترويج خدمة أو منتج معين خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال وبوجه عام تهدف الحملات إلى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي لإصلاح حال المجتمع وأفراده¹.

- الحملات الإعلامية هي محاولات منظمة للتأثير في الجماعات أو الجماهير

- الحملات هي أحداث منظمة بشكل عام فهناك بناء تنظيمي محدد الأهداف

والحملات غالبا ما يكون لها وقت محدد البداية والنهاية

- حجم الجمهور في الرسالة الإعلامية الإقناعية وضعت وصممت للتأثير في

الجماعات والإعداد الكبيرة من الناس وهذا العنصر يؤثر بشكل كبير في شكل محتوى

الرسالة والوسيلة المستخدمة

- إن الحملات الإقناعية تستهدف محاولات للتأثير في اتجاهات وقيم وسلوكيات قطاع

من قطاع الجمهور المستهدف خلال وقت محدد وذلك يجب تحليل الموقف تحليلا

صادقا وكاملا²

-وعليه إن الحملة الإعلامية هي منظمة تهدف إلى تحقيق أهداف محددة عبر استخدام

وسائل الإعلام المختلفة كما تتضمن مجموعة من الأهداف والأنشطة والرسائل

المصممة للتأثير على الجمهور المستهدف وتغيير سلوكه ورأيه اتجاه قضية أو منتج أو

خدمة معينة

¹ رفعت عارف الصبيح: الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة، ط 2012، ص 12، سنة 2012

² مرجع سابق، ص 12

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

2-2/ أساليب التخطيط للحملات الإعلامية:

▪ أسلوب الخطة المحزأة: wear out plan

- ويتم استخدام هذا الأسلوب في حال وجود جمهور يتكون من عناصر أو فئات مختلفة كل فئة لها عناصرها مميزة وفي هذا الأسلوب يتم تقسيم الجمهور المستهدف إلى مجموعة من الفئات يتم وضع رسالة لكل فئة من هذه الفئات تتناسب مع طبيعتها وتتضمن من المعلومات والبيانات ما يثير اهتمام الفئة المستهدفة ومن فئة إلى أخرى حتى تكتمل الحملة في النهاية¹.

▪ أسلوب الخطة المستمرة: continues plan

- في هذا النوع من الأساليب توجه الحملة الإعلامية إلى الجمهور المستهدف طوال مدة الحملة والحملة الإعلامية قد تكون ثابتة لا تتغير أو قد تتناول الحملة مجموعة من الرسائل تتضمن كل منها فكرة معينة تختلف عن الأفكار الأخرى²

▪ أسلوب الخطة: the comaign plan

- وفي هذا الأسلوب يتم وضع مجموعة من الأفكار أو الدعاوي تعمل كل منها على تحقيق هدف جزئي وتعد الحملة الإعلامية بحيث تتناول كل رسالة منها فكرة واحدة وفي ضوء ذلك تترتب الرسالة الثانية على الأولى الرسالة الثانية على الثالثة وهكذا حتى إذا ما اكتمل تنفيذ الحملة الإعلامية كانت كلها مترابطة في المعنى والتأثير وتعالج القضية الإعلامية كلها بحيث يتحقق الهدف الأخير في نهاية الحملة الإعلامية³.

¹ مرجع سابق، ص 21

² مرجع سابق، ص 21

³ مرجع سابق، ص 21

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

3/ أنواع الحملات الإعلامية:

توجد أنواع متعددة للحملات الإعلامية وتعريف كل نوع ينبع من الأهداف المراد منه تحقيقها أو الوصول إليها ومن أنواع الحملات الإعلامية ما يلي¹:

■ حملات تعديل السلوك:

ويهدف هذا النوع من الحملات إلى إحداث تغيير أو تعديل في سلوك الأفراد في المجتمع وذلك من خلال عملية الاتصال الإقناعي والذي يعتبر أفضل طريقة لربط الأفكار والفئة المستهدفة معا لتغيير السلوك

■ حملة إعلامية جماهيرية

تقوم بتزويد الأفراد بالمعلومات العامة المفيدة بالإضافة إلى سعيها إلى التعرف على مدى معرفة الأفراد وإدراكهم لحدث معين.

■ حملة الوعي الجماهيري:

تسعى حملة الوعي الجماهيري إلى تعريف الأفراد ببعض الأمور والمعلومات وتتراوح أهمية هذه المعلومات من أمر بسيط إلى حدث مدوي.

■ حملة تربوية جماهيرية:

وهي حملة للتعليم تذهب بخطوة إضافية خلف الوعي والمعلومات إلى التفسير ومقدرة الجمهور وعلى تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي.

ومن أبرز الأمثلة لأنواع الحملات التي ركزت عليها وسائل الإعلام مؤخرا لتعديل الاتجاهات والسلوك كانت هي:

¹ مرجع سابق، ص 22

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

■ حملات توعية:

- محو الأمية
- إهدار المياه أو الاعتداء على نهر النيل
- تشجيع الصناعات الصغيرة
- تنشيط السياحة¹
- تعديل اتجاهات الشباب وحثه على العمل الحر.

■ حملات صحية:

- حملات صحية اجتماعية لتنظيم الأسرة
- التبرع لبناء مستشفى الأطفال
- التلوث البيئي
- مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة²

■ حملات تربوية وتعليمية

- الإقلاع عن التدخين
- الوعي بمشكلة المرور
- سلوكيات الأطفال للمحافظة على البيئة

■ حملات سياسية:

- الانضمام إلى أحد مؤسسات المجتمع المدني
- الانتماء
- المشاركة في التصويت للانتخابات
- ويجب مراعاة عنصر مهم جدا وهو ضرورة الارتباط بين أشكال والأغراض و

¹ مرجع سابق، ص 22

² مرجع سابق، ص 23

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

الأهداف والوسائل التي تتبعها الحملات وهي ما تعرف بأساليب إعداد الحملات.

3/ الملتقيات العلمية:

3-1/ مفهومها:

الملتقيات العلمية أول مؤتمرات العلمية فهي حدث يمكن تنظيمه من قبل هيئة أو مؤسسة بهدف تحقيق عملية المعرفة وطرح آخر المستجدات في مجال محدد عن طريق تأمين اللقاء بمجموعه من الباحثين المهتمين في هذا المجال كما تعرف على أنها عملية التواصل وتقديم الفكر البشري بشكل مباشر وصريح فهي فانتبادل المعلومات بمختلف الإشارات واللغات المكتوبة أو المنطوقة حول موضوع أو مجال علمي محدد بذاته¹

تعتبر المؤتمرات العلمية من أحد أهم وأفضل وسائل النشر العلمي التي أصبحت تلقى شعبية كبيرة لدى العلماء والمفكرين فالباحثين يهتمون بحضور المؤتمرات العلمية لتقديم نتائج أوراقتهم البحثية أمام نخبة من المهتمين مما يضمن للباحث وصول صوته وعرض نتائج بحثه وتلقي الآراء وجمع الملاحظات²

تعمل المؤتمرات والندوات العلمية المقامة تحت إشراف وزارة التعليم العالي في الجامعات ومراكز البحث العلمي التابعة لها على دعم وتقوية العلاقات الداخلية بين الطلاب والأساتذة وتدريب المختصين من الأساتذة والمشرفين والمشاركين في هذه المؤتمرات والندوات العلمية للإشراف على الأبحاث المقدمة فيها وتساعد الكليات المنظمة لها على التعارف بالمستوى العلمي لدى كادرها ومن خلال تقييم مستوى الإبداع في الأبحاث العلمية المقدمة من قبل الأكاديميين المشاركين من طلاب

¹ <https://www.alno5ba.com> ، شوهه يوم 2025/03/19 ، 22.00 مساء

² <https://www.alno5ba.com> ، شوهه يوم 2025/03/19 ، 22.00 مساء

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

دراسات عليا وأعضاء الهيئات التدريسية¹

تعتبر الملتقيات العلمية أو المؤتمرات حدث يتم تنظيمه من قبل الباحثين أو علماء بهدف تبادل الخبرات والمعلومات والأفكار كما تعمل على مناقشة النتائج أمام الحضور ومشاركتهم أبرز المعلومات وتطورات كما تهدف إلى تطوير مهارات المشاركين وتتيح فرصة للحوار والنقاش وعليه فالملتقيات العلمية تساهم في تطوير البحث العلمي وتبادل المعرفة

3-2/ أهمية الملتقيات أو المؤتمرات العلمية:

على الرغم من أهمية الملتقيات العلمية وراء القيام بها داخل المجتمع إلا أنها تعد واجهه مشرفة ورمزا لتقدم الجامعات ووسيلة أكيدة للارتقاء بمختلف العلوم والتواصل المهني على أعلى مستوى والذي يتم من خلال التقاء العديد من العلماء والباحثون من بلدان مختلفة تحت سقف واحد بهدف تبادل الخبرات المهنية والبحثية وعرض كل ما شأنه أن يضيف للبحث العلمي ويساعد على تطوير المسار الوظيفي للأفراد لذلك تعددت أهمية المؤتمرات العلمية جاءت على النحو التالي²:

أولاً: إنتاج معارف جديدة:

إن المؤتمرات لها أهمية كبيرة في إنتاج معارض جديدة والتي تعد بمثابة الركيزة الأساسية في المجتمع والضرورة لتطوير منظومة البحث العلمي والارتقاء بها بمختلف مجالاتها وإنتاج المعارف يظهر من خلال نقاط مؤتمرات حيث أنها نشاط علمية يتمكن من خلاله الباحث من اكتشاف نتيجة جديدة أو مفهوم جديد أو إبتكار شيء لم يكن مألوفاً من قبل من أجل خدمه أبناء المجتمع وذلك من خلال نشره في إحدى الدوريات أو الأمر الذي يؤكد على إنتاج المعرفة من كونه ينتقل بسهولة ويسر ولا يتقيد بحواجز وبالإضافة إلى قدرته على تطوير قدرات البشرية واستثمارها في البحث

¹ موقع سابق، 23:24 مساء

² ريم الأنصاري: فوائد حضور المؤتمرات العلمية، <https://drask.com> شوهد في 2025/03/25، 15:47 مساء

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

العلمي

ثانياً: الشعور بالحرية الفكرية:

لما كانت الجامعة هي معقل الفكر والإبداع والبحث العلمي في أرقى صورها الأمر الذي يتطلب بدوره إشاعة الحرية الفكرية التي تحقق الإبداع والتجديد والتطور وذلك من خلال تمكين الجامعات من معرفة واقع المجتمع وتأسيس ذاته وصياغة نفسه في سباق دائم الأهمية يحرر عقل أستاذية الجامعة لإنجاز مهامه الموكلة إليه وبصفه تلك التي تظهر في الفكر غير المقيد بإنتاج المعرفة فقط إما ذلك الذي يعكس إمكانياته لتحقيق أهداف رسالته الفكرية داخل المجتمع الذي يعملون فيه بضوابط وبتحولات المؤتمرات علمية ووعي وبصر وحكمة¹

ثالثاً: تفعيل المشاركة المجتمعية:

لقد أصبح نجاح المؤتمرات العلمية مرهوناً في الوقت الحالي بقدرته على مشاركة معظم القطاعات المختلفة في فعاليات المؤتمر تمويلاً ومشاركة في كافة فعاليته ومن أهم فوائد المؤتمرات العلمية كونها تفتح خطوطاً للاتصال بين الجامعات الإقليمية ببعضها البعض وبين الجامعات الإقليمية والعالمية من جهة أخرى فإن دور المجتمع وتنمية البيئة يظهر قوته أو ضعفه في علاقته بالبيئة المحيطة بقدرته على المشاركة في دعم المؤتمرات العلمية والتي تظهر قطاع شؤون البيئة وخدمة المجتمع في دعم ومناقشة قضايا المجتمع وتنمية الإحساس بالانتماء القومي والمجتمع²

رابعاً: تأسيس رؤية نقدية:

ينظر للمؤتمرات العلمية على أنها مدرسة فكرية تصنع فلسفه فكرية للعديد من الأعمال تستند إلى الآراء والإنجازات التي يتم تحقيقها في مختلف الأعمال والتخصصات وذلك سعياً إلى تحقيق منتجات حقيقية لها أثارها الصالحة على

¹ مرجع سابق 16:17، 2025/03/25

² مرجع سابق 16:30، 2025/03/25

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

المجتمع والتي تعكس قدرة المؤتمرات العلمية على عرض الوقفة النقدية داخلها حتى تتخطى محنة شكلياتها وتكتسب الثقة والمصداقية¹

3/ أهداف المؤتمرات العلمية:

- هناك العديد من الأهداف خلف انعقاد المؤتمرات العلمية في الجامعات والتي يمكن تلخيصها في مجموعة من النقاط الهامة وهي كالتالي²:
- دعم مشاركة أعضاء هيئة التدريس في المؤتمرات والاجتماعات المهنية، مما يؤدي إلى زيادة إنتاج البحوث النوعية والأفكار المبتكرة
 - تشجيع البحوث والبرامج العلمية داخل الجامعات المختلفة.
 - نقل المعارف والأساليب والتقنيات.
 - تبادل الخبرات والأفكار.
 - تمكن أعضاء هيئة التدريس من تبادل الأفكار في منابر عالمية مع العلماء والباحثين المشهورين عالميا في مجال تخصصاتهم من خلال انعقاد مؤتمرات علمية دولية.
 - تهيئ أعضاء هيئة التدريس لتمثيل الجامعات في اللقاءات والمنتديات العلمية.
 - تساهم بشكل كبير في إثراء خبرات أعضاء هيئة التدريس العلمية.
 - التفاعل الاجتماعي والاتصال بين المشاركين في المؤتمر.
 - تدعم أعضاء هيئة التدريس لاكتساب المستجدات والخبرات في مجال التخصص والتخصصات ذات الصلة.
 - تشجيع فرص التعارف بين أعضاء هيئة التدريس بالجامعة والمؤسسات التعليمية والعلمية الأخرى، بما يمكنهم من التعاون البحثي المستقبلي بينهم.

¹ مرجع سابق 16:35 ، 2025/03/25

² مرجع سابق 16:53 ، 2025/03/25

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

3-4/ أهم فوائد حضور المؤتمرات العلمية:

بعد التحاق العديد من الطلاب بالدراسات العليا والانغماس في البحوث العلمية وتحقيق متطلبات دراستهم والاستعداد الجيد للحياة العلمية ما بعد الدراسة، كل هذه الأمور تدفع الطلاب وغيرهم من الحضور إلى المؤتمرات العلمية، وذلك من منطلق كونها أداة علمية تكتسب منها خبرات عديدة غير موجودة في صفوف الدراسة، ويمكن تلخيص فوائد حضور المؤتمرات العلمية في مجموعة من النقاط الهامة وهي كالتالي¹:

- تساهم بشكل كبير في كسر حاجز اللغة
- تساعد في تطوير مهارات الكتابة العلمية الأكاديمية
- تطوير مهارات العروض التقديمية عند العديد من الطلاب والباحثين والأساتذة.
- التعود على الإلقاء أمام جمهور واعي متخصص مما يمنح الحاضر الثقة عند تقديم عرضه في المناقشة النهائية الخاصة ببحثه العلمي
- إمكانية الحصول على العديد من الأفكار والتوصيات الجديدة
- مواعيد المؤتمرات العلمية المحددة والملزقة تجبر حاضريها على انجاز الأبحاث العلمية في أوقاتها المحددة والقدرة على الالتزام بالوقت المحدد
- إقامة شبكة علاقات جيدة من أجل دعم الطالب أو الباحث في دراسته ومرحلة ما بعد إتمام الدراسة
- إمكانية تبادل المعلومات مع الغير والاطلاع على آخر المستجدات في مجال التخصص
- الدخول في بعض المنافسات ضمن نشاطات المؤتمر وما المانع بالفوز بالجائزة

¹ مرجع سابق 17:26 ، 2025/03/25

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

- الاستفادة من الأنشطة المصاحبة للمؤتمرات مثل (ورش العمل المحاضرات المعارض).

- الاستمتاع بحضور المؤتمرات والنشاطات الترفيهية المصاحبة لها مما يخفف من ضغوط المرحلة الدراسية الطويلة على الطالب.

3-5/ أهم عوامل نجاح المؤتمرات العلمية:

إن المؤتمرات العلمية لكي تنجح لا بد من توافر مجموعة من العوامل من أهمها¹:

- الإعداد الجيد للمؤتمر من حيث اختيار الموضوع وتوزيع الأدوار بين كل المشاركين فيه.

- إبراز الهدف من المؤتمر بشكل واضح ومعلن حتى لا تخرج الأوراق البحثية عن القضية موضوع البحث.

- اختيار الأوراق البحثية بعناية فائقة تكون مختارة بطريقة تعكس فكرة المؤتمر وتعبر عنها.

- تقييم الطرق التي تمت بها مناقشة الأوراق البحثية وطرق الحوار بين السادة الحضور والمشاركين.

- تقييم المؤتمر من حيث نجاح موضوعه واختيار المشاركين وطريقة استضافة الحضور وتوفير كافة السبل لراحتهم.

- تحديد موعد انعقاد المؤتمر والشكل الذي خرجت به توصيات المؤتمر من خلال قابليتها للتطبيق.

3-6/ أهم العوامل السلبية التي قد تصاحب المؤتمرات العلمية:

هناك بعض الأمور السلبية التي قد تصاحب المؤتمرات العلمية ومنها على سبيل المثال²:

¹ مرجع سابق، 17:35، 2025/03/25

² مرجع سابق، 17:40، 2025/03/25

الفصل الثالث: التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

- كثرة محاور المؤتمر العلمي مما يؤثر على تركيز المشارك وإهماله للعديد من الأنشطة في المؤتمر.
- ضعف العديد من الورقات العلمية المشاركة في المؤتمر.
- أحيانا عدم التفاعل من الجمهور وضباع الحصول على أسئلة وملاحظات قيمة قد تعمل على تطوير بحث المشارك.
- قد يجد المشارك نفسه وحيدا في غياب المتخصصين في موضوعه.
- عدم تقييد منظمو المؤتمر ببرنامج المؤتمر وأشياء أخرى كطلب رسوم إضافية مفاجئة.
- الغموض في بعض العبارات حول المؤتمر مما يؤدي أحيانا إلى سوء فهم من المشارك.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

الفصل الرابع الجانب الميداني

الفصل الرابع: الجانب الميداني

الفصل الرابع: الجانب الميداني

1. تمهيد
2. استمارة
3. تحليل الدراسة الميدانية
4. النتائج العامة
5. التوصيات والاقتراحات
6. الخاتمة

الفصل الرابع: الجانب الميداني

تمهيد:

نعرض من خلال هذا الفصل تفسير وتحليل ومناقشة النتائج العامة التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية، بحيث يبين المحور الأول البيانات الشخصية لأفراد العينة والمتمثلة في الجنس والمستوى كما سنقوم بتحليل بيانات المحور الثاني المتمثلة في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية لدى الطالب الجامعي، بعدها نقوم بعرض ومناقشة بيانات المحور الثالث الذي يبحث عن الجانب الذي تركز عليه التغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية على الجانب العلمي او الصورة في جامعة الشاذلي بن جديد.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

1/ استمارة :



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تخصص علم الاجتماع والاتصال

استمارة مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

تحت عنوان

التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

تحت إشراف:

أ. د دفون محمد

إعداد الطالبة:

❖ عيساوي عزيزة

فوج: 01

السنة الجامعية: 2025/2024

الفصل الرابع: الجانب الميداني

المحور الأول : بيانات أولية

1-الجنس :

ذكر

انثى

2-العمر :

18-25 سنة

26-35 سنة

36 سنة ما فوق

بيانات تعليمية :

1-المستوى التعليمي:

سنة أولى ليسانس

سنة ثانية ليسانس

سنة ثالثة ليسانس

ماستر 1

ماستر 2

إلى أي كلية تنتمي:

كلية علوم اجتماعية

كلية الحقوق

كلية الاقتصاد

المحور الثاني :مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية

1- أي من وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها أكثر؟

فيسبوك ، تويتر ، يوتيوب ، أخرى اذكرها.....

الفصل الرابع: الجانب الميداني

2- هل تمتلك خدمة انترنت جيدة تمكنك من التواصل مع الآخرين ؟
نعم لا

3- لماذا تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي؟

- لغرض علمي
التواصل مع أصدقاءك
التثقيف وتبادل المعلومات
أغراض أخرى اذكرها

4- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للطالب الجامعي؟
نعم لا،

5- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلك الدراسي ؟
نعم لا،

في حالة الإجابة ب "نعم" كيف ذلك ؟.....

6- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد في التغطية الإعلامية ؟
نعم لا،

7- هل يتأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي
في جامعته؟

نعم لا،

8- هل تختلف التغطية الإعلامية من موقع لآخر ؟
نعم لا،

في حالة الإجابة ب "نعم" أي يكمن الاختلاف ؟

.....

9- هل التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة شاملة؟

الفصل الرابع: الجانب الميداني

نعم ، لا

إذا كانت الإجابة ب "لا" ما هي الجوانب الناقصة ؟

10- ما رأيك في التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لجامعتك؟

ضعيفة ،متوسطة ،حسنة ،جيدة ،ممتازة

المحور الثالث: الجانب الذي تركز عليه للتغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية على الجانب العلمي أو الصورة فقط

1- هل سبق وحضرت ملتقيات علمية في جامعتك ؟

نعم ، لا

2- أي موقع تستخدمه لمتابعة الملتقيات العلمية لجامعتك ؟

فيسبوك ، يوتيوب ، انستغرام

أخرى اذكرها.....

3- ما هي أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف ؟

4- هل تعكس التغطية الإعلامية حقيقة ما يطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية ؟

نعم ، لا

5- هل يساهم الطالب الجامعي في المشاركة في الملتقيات العلمية المقدمة من طرف

جامعة الشاذلي بن جديد وإعطاء رأيه ؟

نعم ، لا

6- هل ترى أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية تركز على الجانب العلمي او على

النقاط الصور فقط ؟

7- هل تهتم بما تقدمه الملتقيات العلمية في جامعتك ؟

نعم ، لا

8- ما الذي تقترحه كإضافة للتغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية لتكون أكثر فائدة

الفصل الرابع: الجانب الميداني

للطبة والباحثين ؟

9- هل ترى أن التغطية الإعلامية تعكس القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية ؟

نعم ، لا

10- ما رأيك في الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الإعلامي بجامعةك ؟

ضعيف ، متوسطة ،حسنة ،جيدة ،ممتازة

الفصل الرابع: الجانب الميداني

تحليل الدراسة الميدانية :

في هذا القسم الميداني نقوم بإعطاء تقرير مفصل حول نتائج الدراسة الميدانية حسب عينة الدراسة والتي تمثلت في استمارة و مقابلة و ملاحظة مقدمة للطلبة.

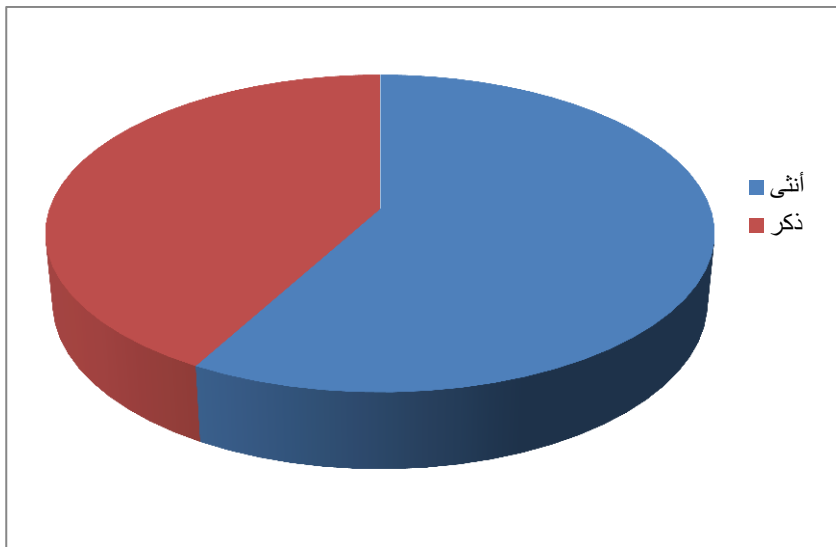
أولا : تحليل نتائج الاستمارة:

تحليل جداول المحور الأول:

▪ جدول الجنس:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
أنثى	35	% 58
ذكر	25	% 42
المجموع	60	%100

جدول (01): جدول الجنس



دائرة نسبية لأفراد العينة حسب الجنس

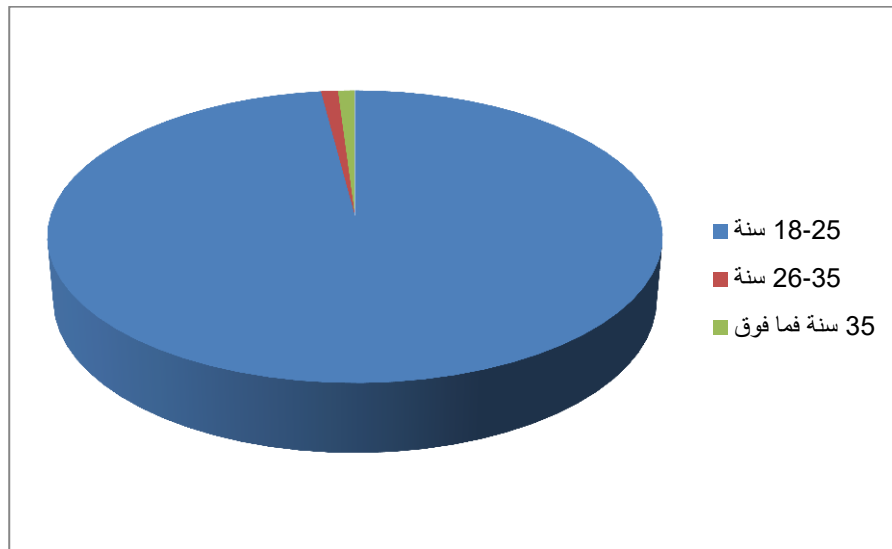
الفصل الرابع: الجانب الميداني

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب الجنس، والملاحظ أن نسبة 58% للإناث، بينما 42% للذكور، وهذا دلالة على أن الطلبة الإناث أكثر تفاعلا في جامعة الشاذلي بن جديد وأكثر استطلاعا على أهم المجريات التي تحدث في الجامعة وبرز الملتقيات العلمية وأهم التطورات الحاصلة في التكنولوجيا، الرقمية والبحث العلمي.

■ جدول العمر:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية%
18-25 سنة	58	96%
26-35 سنة	1	2%
35 سنة فما فوق	1	2%
المجموع	60	100%

جدول (02): جدول العمر



دائرة نسبية لأفراد العينة حسب العمر

الفصل الرابع: الجانب الميداني

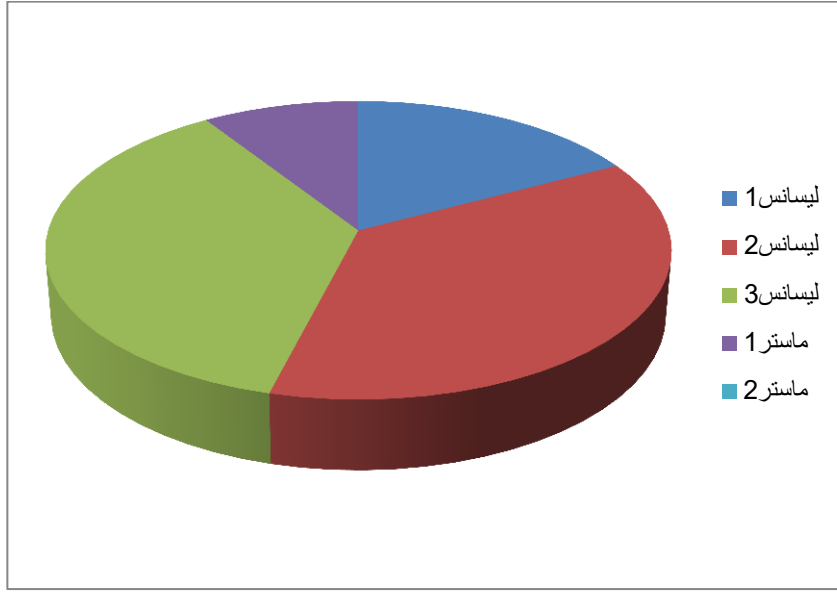
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب العمر، وجدت نسبة 96 % للفئة العمرية 18-25 سنة، في حين لاحظت 2% بالنسبة للفئة العمرية التي تتراوح بين 26-35 سنة، وفي الأخير كانت نسبة 2% للفئة العمرية التي كانت 35 سنة فما فوق، وإن دل هذا فإنما يدل على أن طلبة جامعة الشاذلي بن جديد أغلبيتهم لم يتجاوزوا عمر 25 سنة، وهذه الفئة العمرية تحديدا تتسم بحضور التكنولوجيا الرقمية والتطور الحديث لأبرز وسائل التواصل الاجتماعي وهذا ما يجعلهم أكثر استعدادا وانفتاحا وابتكار مفاهيم جديدة وحديثة ومشاركتهم في أهم الفعاليات و الملتقيات العلمية المقامة في جامعتهم.

■ جدول المستوى التعليمي :

المتغير	التكرار	النسبة
سنة أولى ليسانس	9	15%
سنة ثانية ليسانس	19	32%
سنة ثالثة ليسانس	19	32%
ماستر 1	5	8%
ماستر 2	8	13%
المجموع	60	100%

جدول (03): المستوى التعليمي

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي فنلاحظ أن طلبة السنة الثانية ليسانس والسنة الثالثة ليسانس بنسبة 32% دليل على أنهم يميلون للبحث العلمي والتطور والتكنولوجيا ويعبرون عن انفتاح واع على عصر العولمة والمعرفة الرصينة في حين نجد نسبة 15% لطلبة سنة أولى ليسانس رغم أنهم انتقلوا من مرحلة إلى مرحلة أخرى بعيدا عن أذهانهم إلا أنهم اندمجوا في البحث العلمي وأصبحوا مشاركين فعالين فيما تقدمه جامعة الشاذلي بن جديد في حين نجد طلبة ماستر 2 بنسبة 13% فهم النخبة المشبعة بالبحث العلمي والآفاق المستقبلية للجامعة وأخيرا نسبة 8% لطلبة سنة أولى ماستر هم طلبة يبدون اهتماما بالبحث العلمي وإستشراق أفاقه المستقبلية ضمن إطار الجامعة.

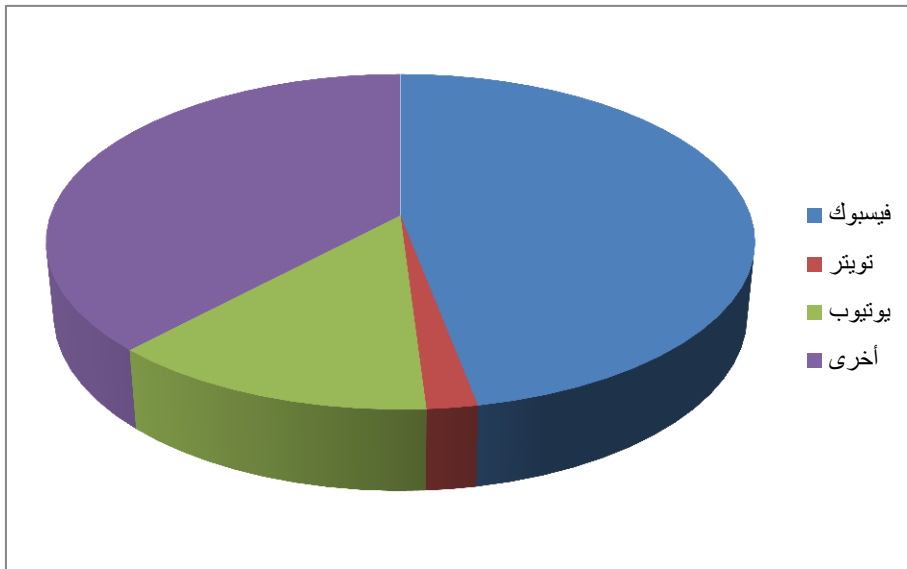
الفصل الرابع: الجانب الميداني

تحليل جداول المحور الثاني :

1- أي من وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها أكثر؟

المتغير	التكرار	النسبة
فيسبوك	28	%47
تويتر	1	%2
يوتيوب	8	%13
أخرى	23	%38
المجموع	60	%100

جدول (04): وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة أكثر



دائرة نسبية لأفراد العينة تمثل وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي التي

الفصل الرابع: الجانب الميداني

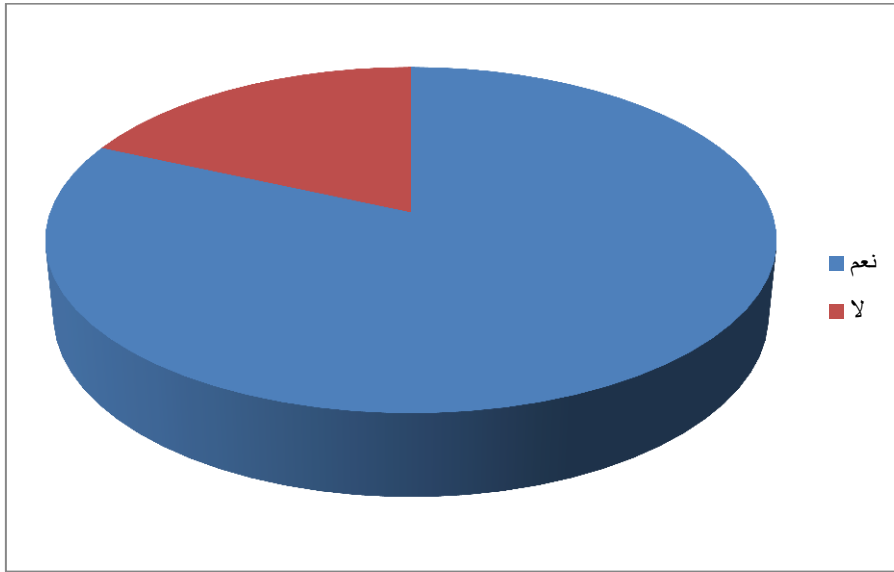
يستخدمها أكثر طلبة جامعة الشاذلي بن جديد والملاحظ أن أغلب الطلبة بنسبة 47% يعملون إلى فيسبوك كونه فضاء للنقاش مع الأصدقاء والأقارب ووسيلة سهلة الاستعمال وحديثة التطور في، حين أن اغلب الطلبة فضلوا مواقع أخرى بنسبه 38% كموقع انستقرام، تيك توك واتساب وهذا راجع إلى أن الطلبة يعيشون عصر تطور والحدثة وأن هذه المواقع تساعد الطالب على اكتشاف ذاته وهواياته وإبداء رأيه كما تساعدهم على التواصل مع أصدقائهم وتبادل المعلومات والمعارف ومشاركة اللحظات اليومية ومنهم من يرى أنها فضاء للتسوق الإلكتروني في حين أن نسبه 13% من الطلبة يستعملون موقع يوتيوب كأداة للتعليم في آن واحد كما يستخدمونه لتطوير ذواتهم أو الاستماع إلى الموسيقى أو برامج مفيدة تساعدهم في تحصيلهم الدراسي بينما أقل نسبة كانت 2% لموقع تويتر كونه غير معروف لدى الطلبة ولا يحتاجونه في دراساتهم وهذا إن دل إنما يدل على أن طلبة جامعة الشاذلي بن جديد لهم استعمال ايجابي ومفيد لمواقع التواصل الاجتماعي مما يعزز ثقافتهم الرقمية .

2- هل تمتلك خدمة انترنت جيدة تمكنك من التواصل مع الآخرين؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	49	82 %
لا	11	18 %
المجموع	60	100%

جدول(05): امتلاك إنترنت جيدة للتواصل مع الآخرين

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل خدمة الإنترنت

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب خدمة الإنترنت حيث وجدت نسبة 82% من يقولون أنهم يملكون خدمة إنترنت جيدة تمكنه من التواصل مع الآخرين وهذا دليل على أن الطلبة يعيشون في عصر العولمة والتطور وقد لاحظ أن الطلبة يستعينون بالإنترنت في دراستهم وحياتهم اليومية وسرعة في أداء مهامهم وهذا ما يؤكد أن طلبة جامعة الشاذلي بن جديد يعيشون في عصر السرعة والرقمنة بينما نسبة 18% من الطلبة لا يملكون خدمة إنترنت جيدة تمكنهم من التواصل مع الآخرين وهذا راجع إلى البيئة أو المنطقة التي يعيشون فيها لا تتوفر على تغطية إنترنت جيدة كما أن أسعار الاشتراكات قد تكون مرتفعة ولا يملك الطالب تكلفتها عدا عن ذلك قد يكون هناك ازدحام في الشبكة مما يؤدي إلى بطء الاتصال .

الفصل الرابع: الجانب الميداني

3- لماذا تستعمل وسائل التواصل الاجتماعي؟

المتغير	التكرار	النسبة
لغرض علمي	16	%27
تواصل الأصدقاء	18	%30
التثقيف وتبادل المعلومات	22	%37
أخرى	04	%6
المجموع	60	%100

جدول(06): استعمال وسائل التواصل الاجتماعي



دائرة نسبية تمثل استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الرابع: الجانب الميداني

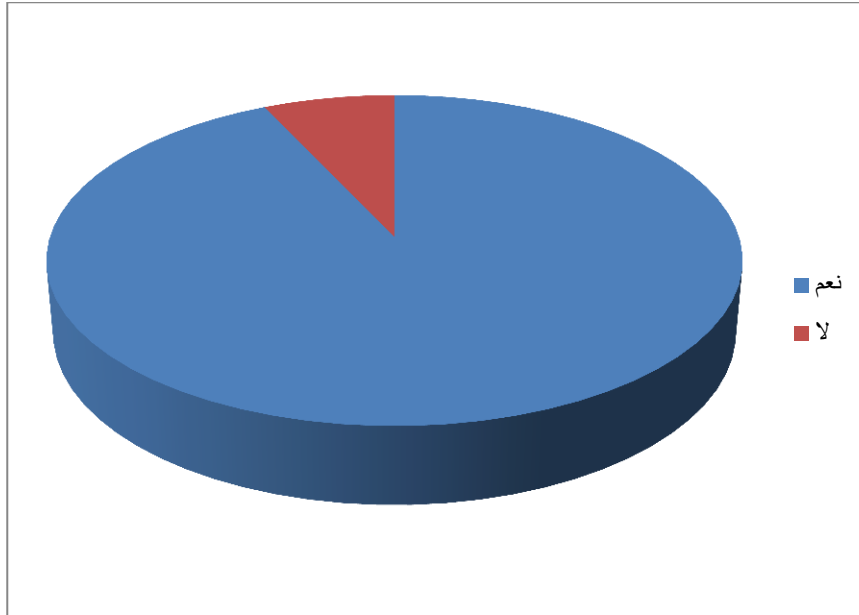
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب استعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي فقد وجدت نسبة 37% لدى التثقيف وتبادل المعلومات تأخذ ابرز الأسباب لدى الطلبة في استعمالهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لوعيهم الفكري وتطورهم العلمي وانفتاحهم على التكنولوجيا الحديثة بينما نجد نسبة 27% من الطلبة الذين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء وتبادل المعارف والتعرف على أصدقاء جدد يخلق جو من الألفة والتعاون والتآزر في التواصل يفتح آفاق من التطور والتعلم وتكوين جيل متطور في حين نجد أن نسبة 27% من الطلبة يستعملونها لغرض علمي وهذا نسبة لاستهان لا يستهان بها فهذا دليل على أن طلبه جامعه شلبي من جديد طلب من النخبة المثقفة الواعية بأهمية العلم والتطور والتطوير الذاتي وكذلك الوصول إلى تطور تكنولوجي متقدم بينما نجد أن نسبة 6% عن بعض الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي فمنهم من يستخدمها للتسوق أو التجارة الالكترونية وهذا ما يدل على أن الطلبة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم الشخصية للعملية فقط.

4- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للطلاب الجامعي؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	56	93 %
لا	04	07 %
المجموع	60	100%

جدول(07): استفادة الطالب الجامعي من مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل رأي الطلبة حول مواقع التواصل الاجتماعي

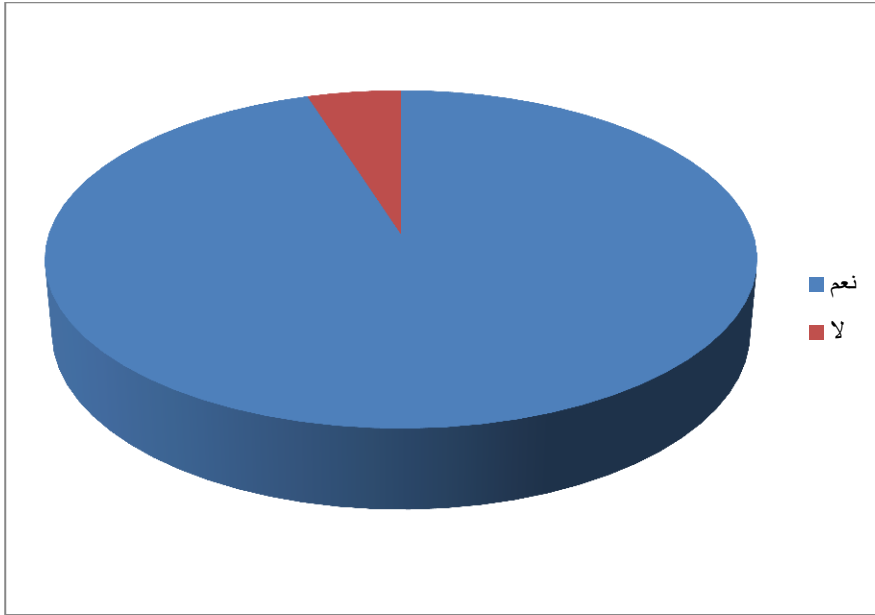
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب رأيهم في مواقع التواصل الاجتماعي وهل مفيدة للطلاب الجامعي نجد أن نسبة 93% من الطلبة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة كونهم يستغلونها في دراستهم وكذلك البحث العلمي بينما نجد أن نسبة 7% من الطلبة يرون أنها غير مفيدة ومضيعة للوقت والجهد ولا تتفهم في مسارهم الدراسي.

5- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلك الدراسي؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	37	62 %
لا	23	38 %
المجموع	60	100 %

جدول (08): تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل رأي الطلبة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على
تحصيلهم الدراسي

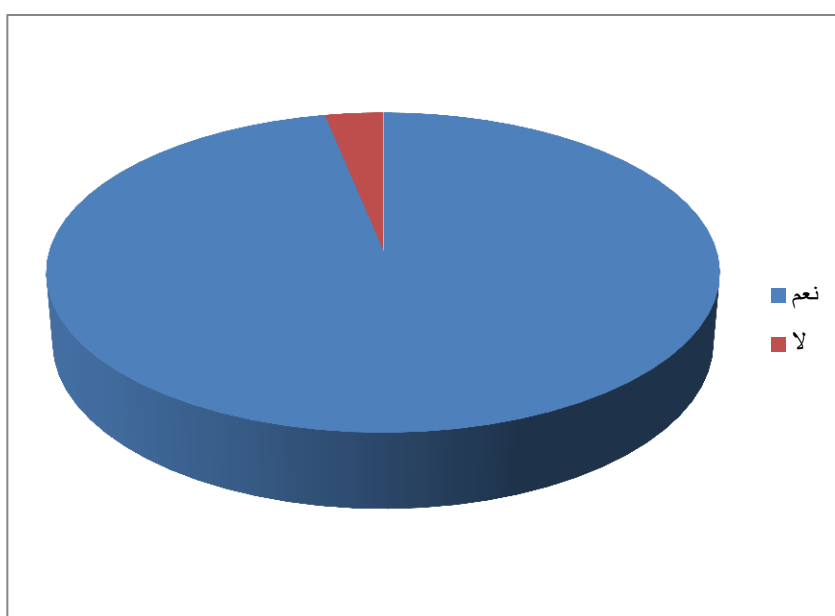
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في جدول أعلاه الذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب رأيهم في هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلهم الدراسي فنجد أن نسبة 62% من الطلبة يرون أنها نعم تؤثر على تحصيلهم الدراسي فمنهم من يستعملها بإيجاب فيسعى إلى البحث العلمي والتطوير وكذلك استغلالها فيما يخص ما يدرس بينما هناك فئة من الطلبة بنسبة 38% وهي نسبة لا بأس بها ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على تحصيلهم الدراسي وأنهم يحسنون استغلالها فيما ينفعهم

6- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد في التغطية الإعلامية؟

الفصل الرابع: الجانب الميداني

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	58	97 %
لا	02	03 %
المجموع	60	100 %

جدول (09): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية



دائرة نسبية تمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد في التغطية الإعلامية فنجد أن أغلب الطلبة وبنسبة 97% يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في مواقع التواصل الاجتماعي وما تقدمه من مواضيع علمية وتطور تكنولوجي بينما يرى بنسبه 3% من الطلبة

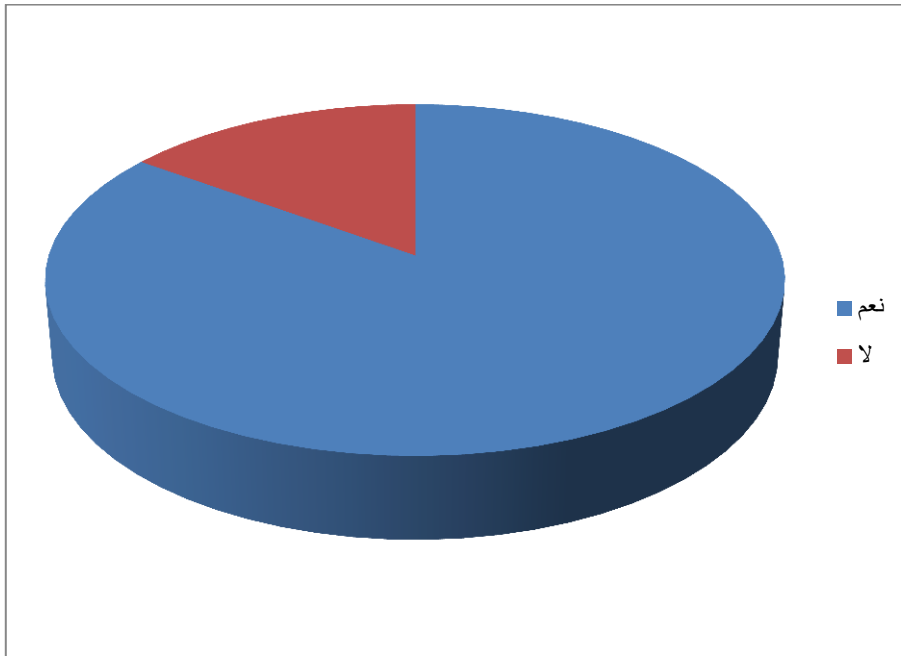
الفصل الرابع: الجانب الميداني

أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل جيد في التغطية الإعلامية وأن هناك وسائل أخرى تساهم في ذلك

7- هل يتأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في جامعتة؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	51	85 %
لا	09	15 %
المجموع	60	100 %

جدول (10): تأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي



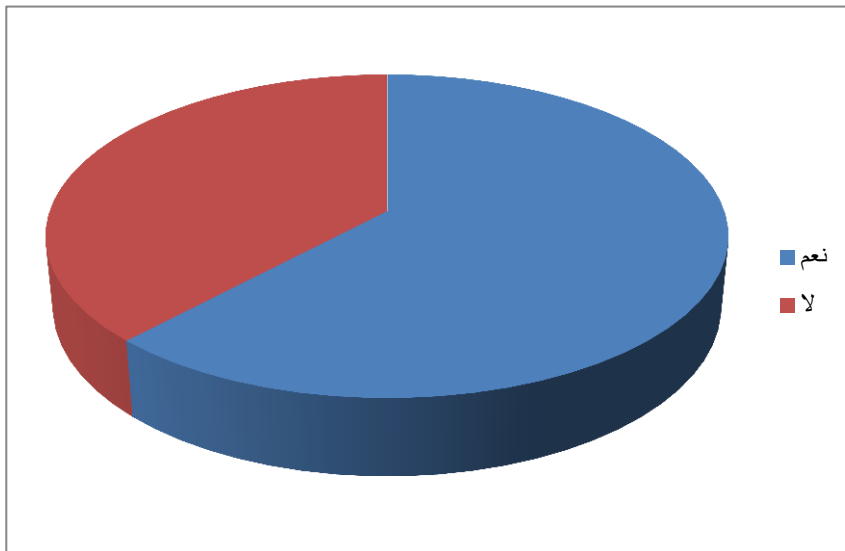
دائرة نسبية تمثل تأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الرابع: الجانب الميداني

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسبة المئوية لأفراد العينة حسب تأثير الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة الشاذلي بن جديد فنجد نسبة 85% من الطلبة يرون أن هنا نعم يتأثرون بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة تؤثر بشكل كبير فيطلع على أهم المجريات التي تحدث في جامعته وأهم الفعاليات والمسابقات كما يمكنه المشاركة في بعضها بينما يرى البعض الآخر من الطلبة بنسبه 15% أنه لا تأثر عليه التغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في جامعته.

8- هل تختلف التغطية الإعلامية من موقع لآخر؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	37	62%
لا	23	38%
المجموع	60	100%



الفصل الرابع: الجانب الميداني

9- دائرة نسبية لأفراد العينة تمثل اختلاف التغطية من موقع لآخر

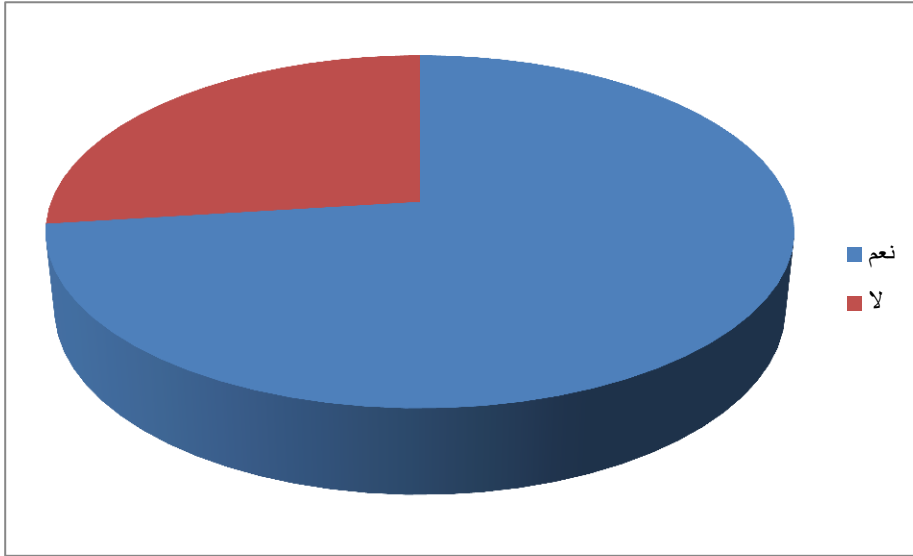
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب اختلاف التغطية الإعلامية من موقع لآخر فوجد نسبة 62% من الطلبة يقرون بأن التغطية الإعلامية تختلف من موقع إلى آخر بناء على الجمهور الذي تستهدفه والمحتوى الذي تقدمه كما تختلف من حيث التفاعل فوجد مثلا مواقع التواصل الاجتماعي تغطيها تغطيتها تختلف حسب طبيعة كل موقع مثل فيسبوك له تغطية شاملة وصور ومقاطع متنوعة شرحا وتفصيلا بينما تويتر له تغطية سطحية وعاجلة في حين أن موقع تيك توك له محتوى ترفيهي وتغطيته سريعة بأسلوب ملفت للانتباه كما يرون أيضا أن الإذاعة لموقع رسمي يبث تغطية واسعة وشاملة لكل ما يحدث داخل جامعة الشاذلي بن جديد بينما نجد نسبة 38% من الطلبة يرون أنها لا تختلف التغطية الإعلامية من موقع لآخر وأنها تغطية شاملة لا ينقصها شيء .

10- هل التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة شاملة؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	44	73 %
لا	16	27 %
المجموع	60	100%

جدول(12): شمولية التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبة لأفراد العينة تمثل شمولية التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول السابق والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة شاملة فقط تبين أن نسبة 73% من الطلبة أن جامعة الشاذلي بن جديد تغطية شاملة وواسعة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لكون الطلبة لهم انفتاح واسع على تطور التكنولوجي والبحث العلمي وكل ما تقدمه التغطية الإعلامية من مواضيع وفعاليات وأنشطة كالمؤتمرات والمعارض والمسابقات الطلابية وغيرها فيرى الطالب الجامعي أن هذه التغطية التي تطرح عبر مواقع التواصل الاجتماعي لجامعة وملمة بكل ما يحدث داخل الجامعة في حين نرى أن نسبة 27% من الطلبة يقرون بأن التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي غير شاملة وهناك جوانب ناقصة كعدم اهتمامهم بميول ورغبات الطلبة وكذلك عدم الاهتمام بكل الطلبة وإعطائهم الفرصة في المشاركة.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

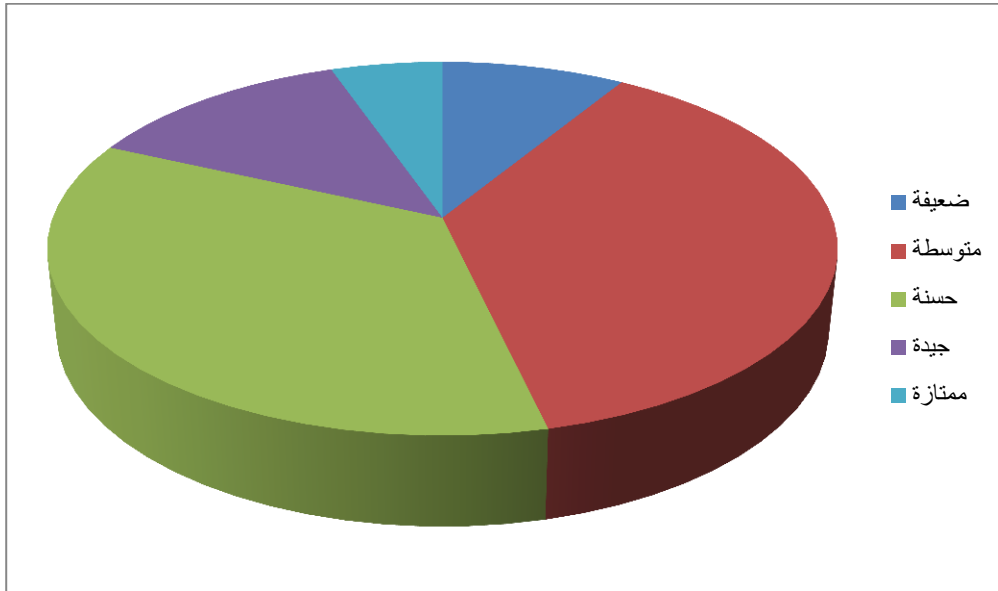
11- ما رأيك في التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي في

جامعتك

المتغير	التكرار	النسبة
ضعيفة	9	%15
متوسطة	21	%35
حسنة	20	%33
جيدة	07	%12
ممتازة	03	%05
المجموع	60	%100

جدول(13): الرأي حول التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي في

الجامعة



دائرة نسبية تمثل رأي الطلبة حول التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي

في الجامعة

الفصل الرابع: الجانب الميداني

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب رأيهم في التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لجامعتهم فنجد أن نسبة 35% من الطلبة يرون أنها متوسطة وهذا راجع لعدم اهتمام التغطية الإعلامية بمشاغل الطلبة في حين يرى البعض الآخر أنها حسنة بنسبة 33% وهذه نسبة جيدة تؤكد أهمية التغطية لدى الطلبة واهتمامهم بما يدور في مواقع التواصل الاجتماعي في حين نجد أن نسبة 15% من الطلبة يرون أنها ضعيفة ولا يبدون أي وجهة نظر في ذلك كما نضيف أيضا نسبة 12% من الطلبة يرون أنها جيدة كون أن التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لجامعة الشاذلي بن جديد تهتم بأهم الفعاليات والملتقيات في حين أن لبعض الطلبة رأي آخر وهو أن نسبة 5% من الطلبة يرون أنها ممتازة ولا وجود لخلل في ذلك.

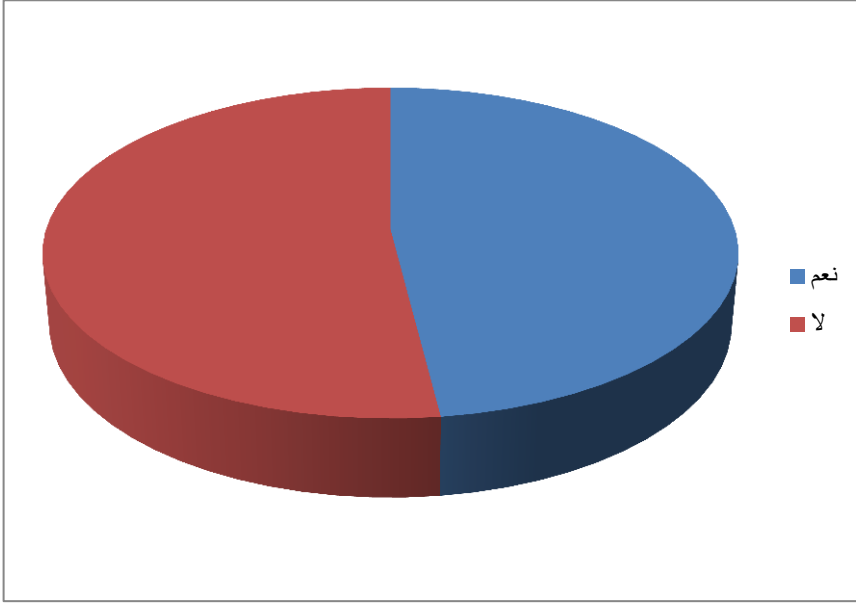
تحليل أسئلة المحور الثالث وتحويلها إلى جداول :

- هل سبق وحضرت ملتقيات علمية لجامعتك؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	29	48 %
لا	31	52 %
المجموع	60	100%

جدول(14): الحضور للملتقيات العلمية في الجامعة

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل حضور الطلبة في الملتقيات العلمية لجامعتهم

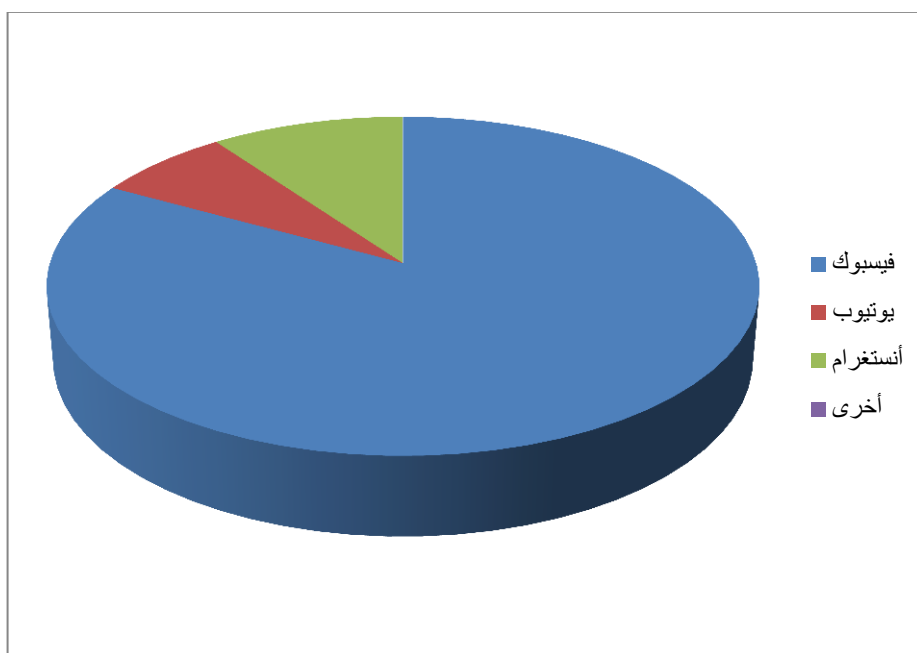
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حول سبق حضورهم لملتقيات علمية في جامعة الشاذلي بن جديد فنجد نسبة 52% من الطلبة لم يحضروا الملتقيات العلمية التي تقام في الجامعة وذلك راجع لعدم اهتمامهم بمحتوى الملتقى في حين نجد نسبة 48% من الطلبة سبق لهم الحضور في الملتقيات العلمية ومنهم من شارك وأبدا رأيه وهذا دلالة على أن الطلبة رغم أن النسبة الأكبر لم يحضروا إلا أن نسبة حضور الطلبة للملتقيات لا يستهان بها كدلالة على أنهم يهتمون بما تقدمه جامعتهم من ملتقيات علمية هادفة ومهمة.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

2- موقع تستخدمه لمتابعة الملتقيات العلمية لجامعتك؟

المتغير	التكرار	النسبة
فيسبوك	50	%83
يوتيوب	04	%07
انستغرام	06	%10
أخرى	0	%0
المجموع	60	%100

جدول (15): الموقع المستخدم لمتابعة الملتقيات



دائرة نسبية تمثل الموقع المستخدم لمتابعة الملتقيات

3 من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب المواقع المستخدمة لمتابعة الملتقيات العلمية فنجد أن نسبة 83% لدى موقع فيسبوك كونه الأهم موقع لدى الطلبة ويستخدمونه في شتى مجالات حياتهم العلمية والعملية في حين أن

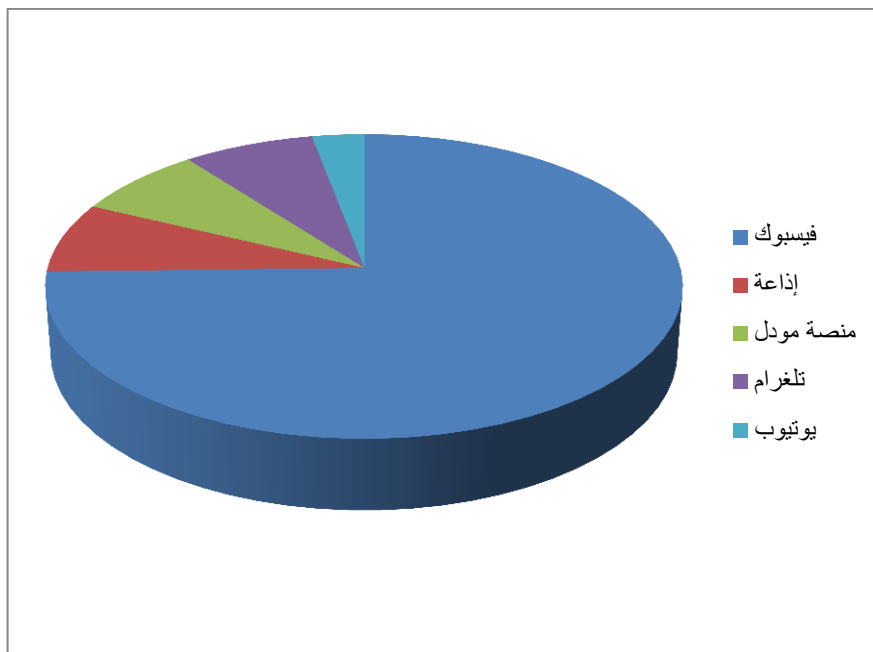
الفصل الرابع: الجانب الميداني

موقع انستقرام يحظى بنسبة 10% يستعين به الطلبة لمتابعة الملتقيات العلمية كونه حديثا وصار ينافس المواقع بقوة بينما نلاحظ أن يوتيوب حضر بنسبة 7% كون أن قلة قليلة من الطلبة يستعينون به في أبحاثهم ومعارفهم وخاصة فيما يتعلق بالملتقيات العلمية – ماهي أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف؟

المتغير	التكرار	النسبة
فيسبوك	50	83%
الإذاعة	03	05%
منصة موديل	03	05%
التلغرام	03	05%
يوتيوب	01	02%
المجموع	60	100%

جدول(16): أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف فنجد أن نسبة 83% من الطلبة يتابعون التغطيات الإعلامية للملتقيات عبر موقع فيسبوك وهذا دلالة على أنه منصة الأكثر انتشارا بين الطلبة فهو يتيح لهم الفرصة في المشاركة والتعليق مما يجعل التفاعل مع المحتوى العلمي أسهل كما يبث المحتوى العلمي على فيسبوك يكون مدعوما بصور أو فيديوهات مما يسهل فهم الملتقيات العلمية المغطاة إعلاميا والمقامة في جامعة الشاذلي بن جديد في حين نجد أن نسبة 5% لكل من الإذاعة ومنصة موديل والتليجرام دلالة على حرص الجامعة على التنوع في قنوات البث للملتقيات العلمية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الطلبة عبر منصات

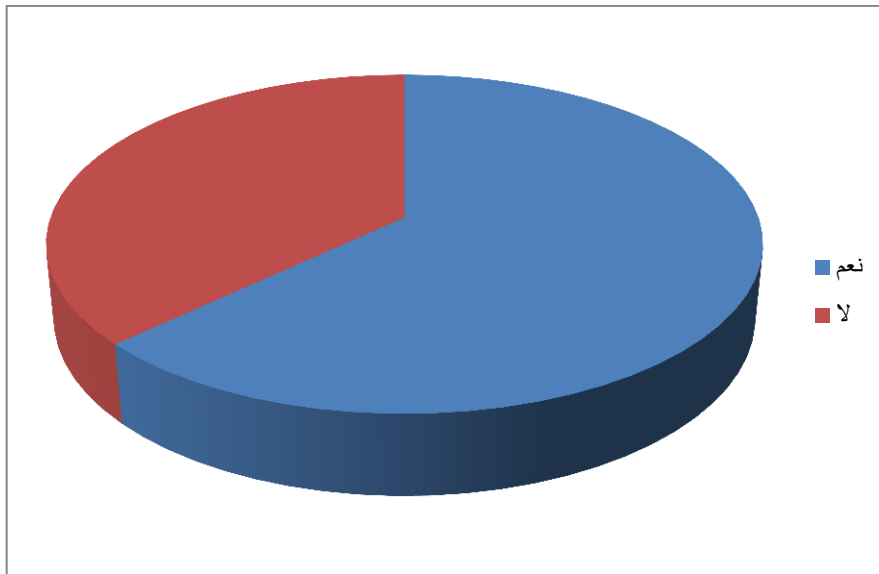
الفصل الرابع: الجانب الميداني

متعددة والتي قد تتيح للطالب التفاعل السريع مع المحتوى العلمي إضافة إلى ذلك نجد نسبة 2% من الطلبة يتابعون التغطيات الإعلامية للملتقيات العلمية عبر موقع يوتيوب وهي نسبة ضئيلة جدا وهذا راجع إلى قلة الوعي والاهتمام بالملتقيات العلمية ولا يدركون أهميتها أو أن الطلبة يفضلون منصات أخرى غير يوتيوب تمكنه من المشاركة أو الحضور في تلك الملتقيات العلمية

4- هل تعكس التغطية الإعلامية حقيقة ما يطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	38	63 %
لا	22	37 %
المجموع	60	100%

جدول(17): انعكاس التغطية الإعلامية حقيقة ما يطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية



الفصل الرابع: الجانب الميداني

دائرة نسبية تمثل حقيقة ما يطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية وانعكاس
التغطية الإعلامية عليها

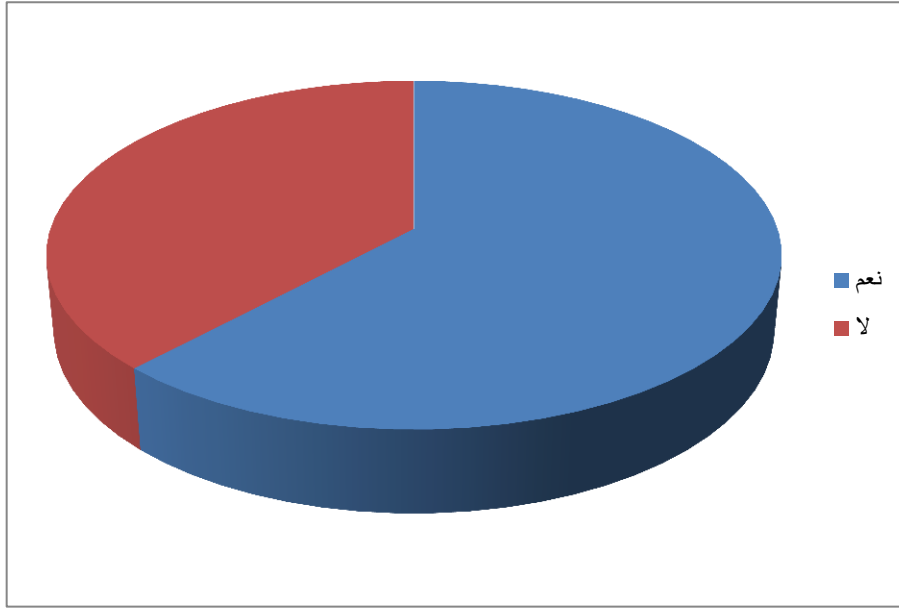
من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب
المئوية لأفراد العينة حسب انعكاس التغطية الإعلامية على حقيقة ما يطرح
من أبحاثه في الملتقيات العلمية فنجد أن نسبة 63% من الطلبة يرون أن
التغطية الإعلامية تعطي حقيقة واضحة وشاملة حول الملتقيات العلمية
المقامة في جامعة الشاذلي بن جديد في حين أن هناك نسبة 37% من الطلبة
يقرون بأن التغطية الإعلامية لا تعكس حقيقة ما يطرح من أبحاث في
الملتقيات العلمية وأنها هناك جوانب أغلقت ولم يهتم به

5- هل يساهم الطالب الجامعي في المشاركة في الملتقيات العلمية المقدمة
من طرف جامعة الشاذلي بن جديد وإعطاء رأيه؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	37	62 %
لا	23	38 %
المجموع	60	100%

جدول(18): مساهمة الطالب الجامعي في المشاركة في الملتقيات العلمية
المقدمة من طرف جامعة الشاذلي بن جديد وإعطاء رأيه

الفصل الرابع: الجانب الميداني



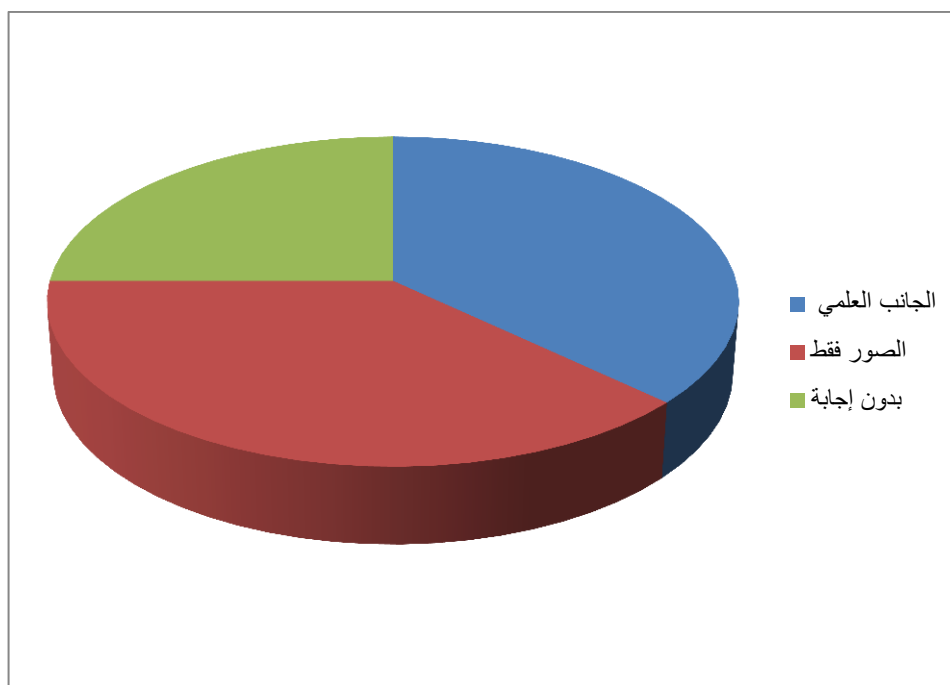
دائرة نسبية تمثل مشاركة الطلبة في الملتقيات العلمية وإعطاء رأيهم - من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والتي تمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب مشاركتهم في الملتقيات العلمية المقدمة من طرف جامعه الشاذلي بن جديد فنجد أن نسبة 62% من الطلبة يساهمون ويشاركون في الملتقيات العلمية التي تقام بجامعتهم وهذا راجع لوعيهم الثقافي والفكر بأهمية هذه الملتقيات والتطور التكنولوجي الذي أصبح يسهل على الطلبة المشاركة في مثل هذه الملتقيات ولو عن بعد في حين نجد أن اغلب الطلبة وبنسبه 38% لا يساهمون في المشاركة في الملتقيات العلمية المقدمة من طرف الجامعة ولا يبدون رأيهم في ذلك وهذا راجع لعدم اهتمامهم بذلك .

الفصل الرابع: الجانب الميداني

6- على ماذا تركز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية؟

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية%
الجانب العلمي	22	37%
الصور فقط	23	38%
بدون إجابة	15	25%
المجموع	60	100%

جدول (19): تركيز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية



دائرة نسبية تمثل تركيز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والتي تمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب تركيز التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية فنجد نسبة 38% من الطلبة يرون أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد تركز على الصور دليل على أن التغطية الإعلامية تهتم بالجوانب الشكلية والتقاط الصور بدلا من التركيز على المضمون العلمي

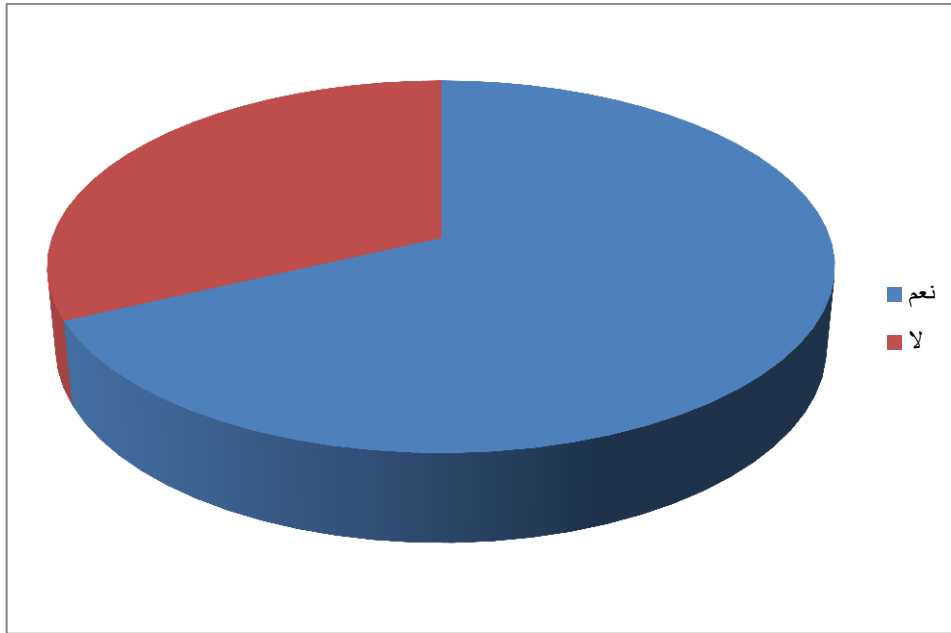
الفصل الرابع: الجانب الميداني

الفكري للملتقيات وهذه النقطة جد السلبية في حق الملتقيات العلمية لجامعة الطارف في حين نجد نسبة 37% من الطلبة يقرون بأن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية تهتم بالجانب العلمي وهي نسبة لا يستهان بها فهي دليل على أن الطلبة لهم خلفية علمية جيدة مما يعكس وعيهم المتزايد بأهمية هذه الملتقيات وتوسيع أفاقهم الفكرية إضافة إلى ذلك فإن نسبة 25% من الطلبة بدون إجابة ولا يولون أي اهتمام بالملتقيات العلمية .

7- هل تهتم بما تقدمه الملتقيات في جامعتك؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	41	68 %
لا	19	32 %
المجموع	60	100%

جدول(20): الاهتمام بما تقدمه الملتقيات في الجامعة



دائرة نسبية تمثل اهتمام الطلبة بما تقدمه الملتقيات في الجامعة

الفصل الرابع: الجانب الميداني

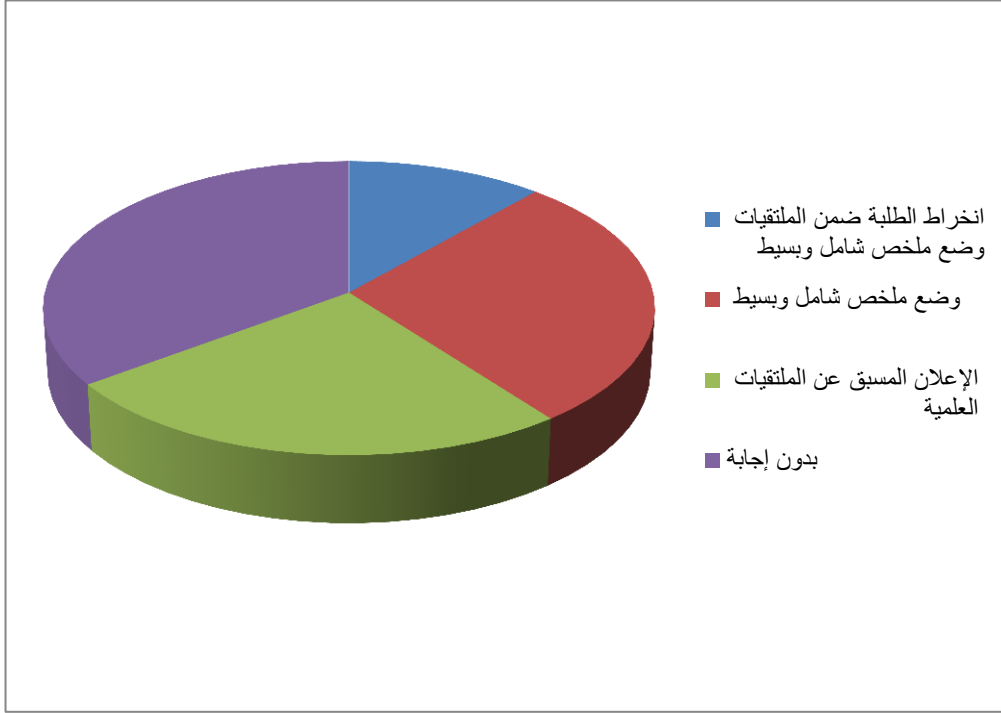
- من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب اهتمامهم بالملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد فقد وجد نسبة 68% من الطلبة يهتمون بما تقدمه الملتقيات العلمية دليل على وعيهم الفكري وتقديرهم لأهمية البحث العلمي وتركيزهم على الابتكار والمعرفة العلمية في حين أن نسبة 32% من الطلبة لا يهتمون بما تقدمه الملتقيات العلمية في جامعتهم ويفتقرون إلى الحماس اتجاه ما تقدمه

8- ما الذي تقترحه كإضافة للتغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية لتكون أكثر فائدة للطلبة والباحثين؟

المتغير	التكرار	النسبة
وضع ملخص شامل وبسيط حول الملتقيات العلمية وجعلها إلكترونية كأن تكون بث مباشر	12	20%
انخراط الطلبة ضمن الملتقيات والمشاركة فيها	22	37%
إعلان مسبق عن الملتقيات العلمية ووضع مخطط إشهاري لها	11	18%
بدون إجابة	15	25%
المجموع	60	100%

الفصل الرابع: الجانب الميداني

جدول(21): الاقتراحات كإضافة للتغطية الإعلامية لتكون أكثر فائدة للطلبة والباحثين



دائرة نسبية تمثل اقتراحات الطلبة للتغطية الإعلامية في الملتقيات لتكون أكثر فائدة

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة حسب اقتراحهم كإضافة للتغطية الإعلامية في الملتقيات لتكون أكثر فائدة فنجد نسبة 37% من الطلبة اقترحوا الانخراط ضمن الملتقيات والمشاركة وإعطاء رأيهم بكل شفافية وحرية في حين أن بعض الطلبة وبنسبة 25% لم يبدوا أي اقتراح ولم يهتموا بالأمر كما نجد نسبة 20% من الطلبة اقترحوا وضع ملخص شامل وبسيط حول الملتقيات العلمية وجعلها إلكترونية كأن تكون بث مباشر وهذا دلالة على أن الطلبة يهتمون بالبحث العلمي ويسعون لتطويره في ظل تطور التكنولوجيا في حين للطلبة

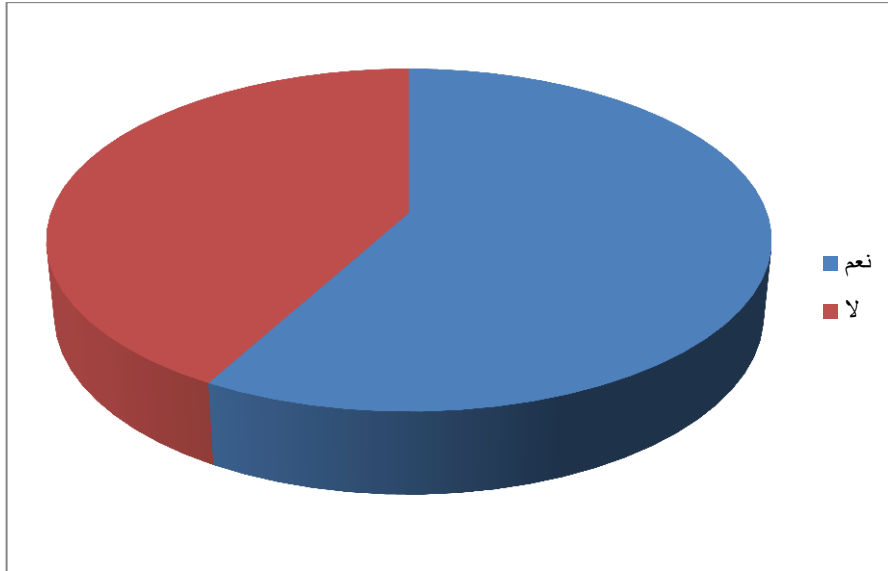
الفصل الرابع: الجانب الميداني

رأي آخر وبنسبة 18% يقترحون إعداد إعلان مسبق للملتقيات العلمية ووضع مخطط إشهاري كتحفيز للطلبة على المشاركة في الملتقيات وكذلك التعريف بأهم الملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد .

9- هل ترى أن التغطية الإعلامية تعكس القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	35	58%
لا	25	42%
المجموع	60	100%

جدول(22): القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية



دائرة نسبية تمثل القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة من حيث القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية

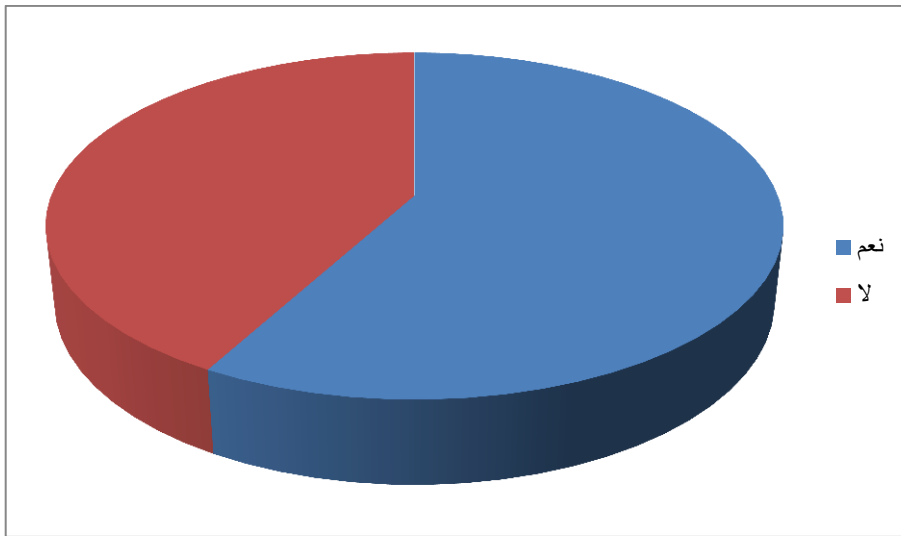
الفصل الرابع: الجانب الميداني

الطلبة وبنسبة 25% لم يبدوا أي اقتراح ولم يهتموا بالأمر كما نجد نسبة 20% من الطلبة اقترحوا وضع ملخص شامل وبسيط حول الملتقيات العلمية وجعلها إلكترونية كأن تكون بث مباشر وهذا دلالة على أن الطلبة يهتمون بالبحث العلمي ويسعون لتطويره في ظل تطور التكنولوجيا في حين للطلبة رأي آخر وبنسبة 18% يقترحون إعداد إعلان مسبق للملتقيات العلمية ووضع مخطط إشهاري كتحفيز للطلبة على المشاركة في الملتقيات وكذلك التعريف بأهم الملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد .

9- هل ترى أن التغطية الإعلامية تعكس القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية؟

المتغير	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	35	58%
لا	25	42%
المجموع	60	100%

جدول(22): القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية



دائرة نسبية تمثل القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية

الفصل الرابع: الجانب الميداني

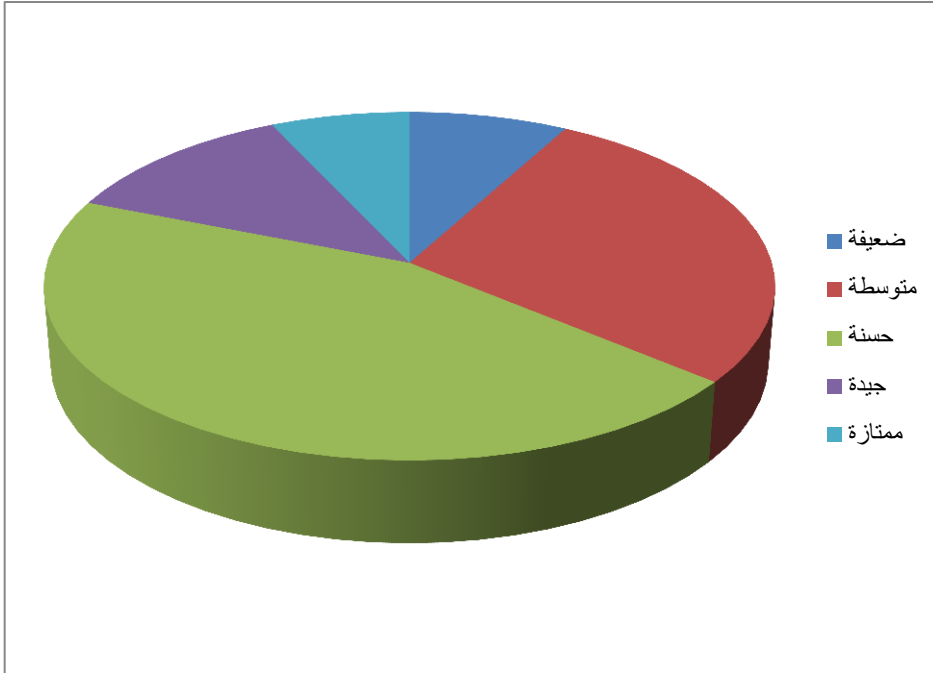
من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة من حيث القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية وانعكاسها على التغطية الإعلامية فلو حظ أن نسبة 58% من الطلبة اقرروا بأن التغطية الإعلامية عكست حقيقة الملتقيات العلمية وكأنها مرآة عاكسة لتلك الملتقيات في حين أن نسبة 42% من الطلبة يرون أن التغطية الإعلامية لا تعكس القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية وأن هناك جوانب لم يتم النظر إليها.

12- ما رأيك في الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي بجامعتك؟

المتغير	التكرار	النسبة
ضعيفة	05	%08
متوسطة	17	%28
حسنة	27	%45
جيدة	07	%12
ممتازة	04	%07
المجموع	60	%100

جدول (23): رأي الطلبة حول الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي بجامعته

الفصل الرابع: الجانب الميداني



دائرة نسبية تمثل رأي الطلبة حول الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي بجامعةهم

من خلال البيانات الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه والذي يمثل النسب المئوية لأفراد العينة من حيث رأيهم في الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الاجتماعي لجامعة الشاذلي بن جديد فحسب رأي الطلبة فإن نسبة 45% من الطلبة عبروا عن رأيهم بأنها حسنة لا بأس بها شاملة ومتنوعة النشاطات في حين يرى بعض الطلبة بنسبة 28% بأن التغطية للملتقيات العلمية متوسطة نوعا ما بها بعض النقائص في حين يرى البعض أنها جيدة بنسبة 12% دليل على اهتمامهم بهذا ويرى البعض الآخر أنها بين الضعيف والممتاز بنسبتي 8% و7% دليل على أنها بين كتفي

الفصل الرابع: الجانب الميداني

ثانياً: النتائج المتعلقة بالخصائص العامة لمجتمع البحث:

- ❖ أكدت بيانات الجدول رقم (1) أن 58% من المجتمع الدراسة من جنس أنثوي.
- ❖ تدل البيانات الجدول رقم (2) أن الجزء الأكبر من العينة تتدرج أعمارهم بين 18 سنة و 25 سنة بنسبة 96% دلالة على أن العينة من الفئة الشبابي المنفتحة على عالم التكنولوجيا والتطور خاصة في مجال البحث العلمي.
- ❖ تشير إحصائيات الجدول رقم (3) أن أغلبية العينة من مستوى السنة الثانية و ثالثة ليسانس بنسبة 32% راجع لحبهم للاستطلاع والتعلم.

ثالثاً: مناقشة نتائج على ضوء تساؤلات الدراسة:

- نتائج التساؤل الرئيسي: كيف تغطي الملتقيات العلمية إعلامياً داخل الجامعة ؟

- ❖ أظهرت نتائج دراستي أن أغلب الملتقيات العلمية التي تقام بجامعة الشاذلي بن جديد تحظى بتغطية إعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يجعلها متاحة لجميع الفئات سواء طلبة أو باحثين وحتى عمال من داخل الجامعة ومن خارجها، كما تعد هذه المنصات فضاء مفتوحاً لتبادل المعلومات والتفاعل مع مختلف الأنشطة العلمية.

نتائج الفرضية الرئيسية:

تغطي الملتقيات العلمية إعلامياً داخل الجامعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

- ❖ من خلال دراستي لموضوع البحث تطرقت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك هو الموقع الشائع والمتداول بين الطلبة كونه

الفصل الرابع: الجانب الميداني

فضاء للتعلم وتبادل الثقافات والمعلومات بينهم ، كما يساعد على التعريف بالملتقيات العلمية وأهم مجريات الأحداث المتعلقة بموضوع الملتقى العلمي.

نتائج الأسئلة الفرعية:

- إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية ؟

❖ من خلال دراستي وجدت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل بشكل كبير في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية فهي تعمل على النشر والترويج لكل ما يدور حول الملتقيات وكيف تغطي إعلامياً ، كما تعمل العديد من المواقع وخاصة منصة فيسبوك على نشر الصور والفيديوهات كما تتيح الفرصة للطالب في المشاركة والتعليق وطرح الأسئلة وهذا ما يزيد من التفاعل حول الملتقيات ويثري النقاش العلمي، كما أنها فضاء للنقاش وتبادل الثقافات بنسبة 83% استعمالاً من طرف الطلبة ، كما تسمح التغطية الإعلامية بشكل حي ومباشر في زيادة الوعي للملتقى وتسهيل الضوء على أبعاده ، كما يمكن قول أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة لا غنى عنها في التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية حيث تعمل بشكل كبير في نشر المعرفة وتعزيز التواصل وتوسيع النطاق الفعاليات.

رابعاً: مناقشة النتائج على ضوء أهداف الدراسة:

من خلال أهداف الدراسة وعلى ضوء النتائج المتحصل عليها نستنتج ما يلي :

- عملت التغطية الإعلامية وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بجامعة الشاذلي بن جديد، وتعد منصة فيسبوك قناة مركزية للتواصل والإعلام ، خاصة فيما يتعلق بإبراز أنشطتها الأكاديمية والبحثية لا

الفصل الرابع: الجانب الميداني

سيما الملتقيات العلمية، ونظرا للانتشار الواسع لهذه المنصة على المستويين المحلي والوطني فإن الجامعة تستثمر فيها كأداة قوية لتسليط الضوء على فعاليتها وانجازات طلبتها وأساتذتها.

- ومع ذلك يكشف الواقع الميداني عن تحديات تؤثر على فعالية هذه التغطية وتأثيرها على أفراد العينة (الطلبة)، فقط لوحظ ضعف في الخلفية المعرفية لدى الطلاب حول أهمية الملتقيات العلمية ودورها في تعزيز مساهم الأكاديمي والبحثي، وهذا الضعف يتجلى في قلة مشاركتهم الفعالة في هذه الفعاليات ومن خلال الحضور أو إبداء الآراء و مناقشات، ولتعزيز دور الملتقيات العلمية كواجهة حقيقية لجامعة الشاذلي بن جديد وجعل الطلاب "أقلامها" الفعالة التي ترسخ مبادئ البحث العلمي وتطوره على أسس تكنولوجية اتصالية سوسيولوجية.

4/ النتائج العامة:

التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

- من خلال دراستي لموضوع البحث تطرقت إلى أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية لجامعة الشاذلي بن جديد تركز جهودها على منصات التواصل الاجتماعي، خاصة موقع فيسبوك كأداة تفاعلية لنشر و توثيق الملتقيات العلمية، فنجد أن أغلب الطلبة من الفئة الشبابية لها وعي متقدم بالمستجدات الالكترونية واندماجهم في الشبكات الاجتماعية الافتراضية مما قد يجعلهم طلبة ذو كفاءات عالية تخدم مساهم العلمي والمهني ، فالملتقيات العلمية المغطاة من طرف مواقع التواصل الاجتماعي كونها الأكثر شيوعاً بينهم إضافة إلى تطور البحث العلمي والتكنولوجيا الرقمية وأن

الفصل الرابع: الجانب الميداني

منصة فيسبوك فضاء للتعلم وتبادل المعلومات والتعريف بأهم الأحداث المقدمة في الملتقيات العلمية والمغطة إعلامياً.

- تعتبر الملتقيات العلمية في جامعة الشاذلي بن جديد مرآة عاكسة للجامعات الأخرى وطنياً ودولياً، لما تقدمه من نشاطات وتطورات علمية متميزة تضفي للجامعة نوعاً من التطور التكنولوجي وإعطاء صورة جيدة عن الجامعة، فتصبح مواقع التواصل الاجتماعي الواجهة الرئيسية والمنصة الراجعة بين الطلبة والباحثين الملمة بكل الأحداث والتي تزيد من رصانة وأهمية الملتقيات العلمية وكفاءة طلابها وأبحاثها وأهمية البحث العلمي متطور.

5/ التوصيات:

من أهم توصيات التي يمكن طرحها على جامعة الشاذلي بن جديد في الملتقيات العلمية المقامة والمغطة إعلامياً من طرف مواقع التواصل الاجتماعي:

- إرجاع الملتقيات الحضورية للجامعة.
- الترويج للملتقى قبل حدوثه.
- يمكن إقترح بث مباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صفحة الجامعة.
- إعطاء للطلبة الفرصة في المشاركة وإبداء رأيهم
- إعداد مقتطفات للملتقيات المقامة وملخص شامل لأهم النقاط.

الفصل الرابع: الجانب الميداني

- تحسين جودة التغطية الإعلامية وتوسيع النشر للتعريف بأهم الملتقيات العلمية

التي تقام في جامعة الشاذلي بن جديد.

خاتمة

الخاتمة

خاتمة

في ختام هذه الدراسة حول التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية يمكن القول أن هذه التغطية لا تمثل مجرد نقل الأحداث بل تعكس عمق الحركة العلمية و المعرفة التي تشهدها جامعة الشاذلي بن جديد، فهي تمثل مرآة لصيرورة إنتاج المعرفة داخل المؤسسة الجامعية وتسهم في إبراز التفاعل بين الباحثين الأكاديميين سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

تعد الملتقيات العلمية التي تعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما منصة فيسبوك امتداداً رمزياً للفضاء الجامعي في بعده الافتراضي حيث يشكل هذا الفضاء نقطة التقاء بين الحاجات المعرفية للطلبة ورغبتهم في التفاعل الاجتماعي والثقافي، وإن الاستخدام الواسع لهذه المنصة من طرف الطلبة لا يعكس فقط سعيهم لامتلاك المعرفة بل أيضاً إعادة إنتاجها عبر أطر جديدة معاصرة وتفاعل اجتماعي رقمي مستحدث.

ومن هذا المنطلق يمكن القول أنه من الضروري إعادة توجيه التغطية الإعلامية نحو نقل المحتوى المعرفي العميق والقضايا العلمية الجوهرية التي تطرحها الملتقيات بدلاً من التركيز على الجانب السطحي (الصور)، فالمسعى الجوهري لا يكمن في توثيق الحدث فحسب بل في تحويل المنصة إلى فضاء حيوي لتبادل المعرفة وتعزيز الوعي الجماعي بأهمية البحث العلمي، وتطوير دور الجامعة ومكانتها داخل المجتمع بشكل أوسع

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

ابراهيم جابر السيد: الاعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، ليبيا، ب، ط، سنة 2015

أيان جراهام:الاتصالات تحت المجهر الكتب والصحف مكتبة العبيكان، الرياض، ب.ط.

إيهاب أبو العزم: الخطوة الأولى في عالم الأنترنت، دار الحكمة، ليبيا، ط 03، سنة 2013

جازية بايو: أسس الإنتاج التلفزيوني، kutub ltd، لندن، ط 01، سنة 2021
جيم كولين ت أحمد زكي تاريخ مختصر لوسائل الإعلام الحديثة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط01، سنة 2017

خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الإتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرين ب ط، ، سنة 2001

رستم أبو رستم وآخرون: التغطية الصحفية الإعلامية، دار المعترف للنشر والتوزيع، ب.ط، ص 15، سنة 2025

رفعت عارف الضبع: الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، القاهرة، ط 2012،

عبد الرزاق الدليمي:الإعلام المتخصص ، دار اليازوري للنسر والتوزيع، ب.ط، ص، 11، سنة 2019.

عبد السلام شكركر:الإعلام التوعوي، المفاهيم والمجلات، مركز الكتاب الأكاديمي ب.ط، سنة 2019

عبد العزيز شريف: أخلاقيات الإعلام، ص92،91 مبادئ وأسس الإعلام

قائمة المراجع

- عبد الله حسين: الصحافة والصحف، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، سنة 2018 googl-book.dz
- علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، اليازوري، ب.ط، ص05، سنة 2019
- علي كنعان: الصحافة مفهومها وأنواعها، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 سنة 2014
- فتحي حسين عامر: تاريخ الصحافة العربية، ص08، سنة 2014.
- محمود حسن الهواسي وآخرون: تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة - منظور إداري تكنولوجي- نشر م.ط محمود حسن جمعة، ب ط، سنة 2014.
- مصطفى علي سيد عبد النبي: الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والاشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، ع 23ن سنة 2019
- مضر عدنان زهران وآخرون: التعليم عن طريق الأنترنت، زهران للنشر والتوزيع، عمان، ب ط، سنة 2011.
- ميلاد ألفي جرجس: الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية، دار غيداء، ط 01، ، سنة 2020
- نرمين حسين السطالي: أثر شبكات الإنترنت على إتجاهات الشباب في عصر العولمة، ببلومانيا للنشر والتوزيع، ب.ط، سنة 2021.
- نرمين حسين السطالي: أثر شبكات الإنترنت على إتجاهات الشباب في عصر العولمة، ببلومانيا للنشر والتوزيع، ب.ط، سنة 2021.
- يوسف العلوش: في الخبر الصحفي، المرحلة الأولى قسم الإعلام 2021-2022
- Alpha Doc: الكتاب للإذاعة والتلفزيون، ،2018

قائمة المراجع

مذكرات تخرج والمحاضرات:

بن رجم شهلة وآخرون: التغطية الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة الغير شرعية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 8ماي1945، قالمة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال سنة 2018-2019

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة- محاضرة 09 [https://velearning-](https://velearning-univ.dbkm.dz) 2025/04/04 [univ.dbkm.dz](https://velearning-univ.dbkm.dz)

المحاضرة 03، الإعلام، خصائص الإعلام <https://cte-univ-setif2.dz> ، 2025/04/13

المؤتمرات العلمية: شبكة النخبة للنشر والتوزيع

مواقع إلكترونية:

أسماء مختار: ماهو نظرية الاستخدامات والاشباكات <https://sanadkk.com> شوهده يوم 2025/04/12

ريم الأنصاري: فوائد حضور المؤتمرات العلمية، <https://drask.com> شوهده في 2025/03/25، 15:47 مساء

عبد الله موسى: تعريف الملاحظة في البحث العلمي <https://drash.com> 2025/04/03

يحي سعد: المنهج الوصفي التحليلي في البحث العلمي <https://drashe.com> 2025/04/10

بحث حول المنهج العلمي <https://www.bts.academy.com> 2024/04/03

2024/12/27 <https://www.bts.academy.com>

قائمة المراجع

<https://almerja.com> شوهد يوم 2025/01/28، على الساعة 18:18

<https://www.alno5ba.com> ، شوهد يوم 2025/03/19، 22.00 مساء

<https://www.alno5ba.com> ، شوهد يوم 2025/03/19، 22.00 مساء

<https://www.alo5ba.com> شوهد يوم 2025/03/30 22:41

<https://uomustansiryah.edu.iq> شوهد يوم 2025/04/03

يحي سعد: تعريف المقابلة في البحث العلمي، <https://drashe.com>

2025/04/04

الملاحق

قائمة الملاحق

إستمارة:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد الطارف
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
تخصص علم الاجتماع الاتصال
استمارة مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر
تحت عنوان



التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية

تحت إشراف:

أ. د دفون محمد

إعداد الطالبة:

❖ عيساوي عزيزة

فوج: 01

السنة الجامعية: 2025/2024

قائمة الملاحق

المحور الأول : بيانات أولية

1-الجنس :

ذكر

انثى

2-العمر :

18 - 25 سنة

26-35 سنة

36 سنة ما فوق

بيانات تعليمية :

1-المستوى التعليمي:

سنة أولى ليسانس

سنة ثانية ليسانس

سنة ثالثة ليسانس

ماستر 1

ماستر 2

إلى أي كلية تنتمي:

كلية علوم اجتماعية

كلية الحقوق

كلية الاقتصاد

المحور الثاني :مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية

1- أي من وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها أكثر؟

فيسبوك ، تويتر ، يوتيوب ، أخرى اذكرها.....

قائمة الملاحق

2- هل تمتلك خدمة انترنت جيدة تمكنك من التواصل مع الآخرين ؟

نعم لا

3- لماذا تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي؟

لغرض علمي

التواصل مع أصدقاءك

التثقيف وتبادل المعلومات

أغراض أخرى اذكرها

4- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة للطالب الجامعي؟

نعم لا،

5- هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تحصيلك الدراسي ؟

نعم لا،

في حالة الإجابة ب "نعم" كيف ذلك ؟.....

6- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل جيد في التغطية الإعلامية ؟

نعم لا،

7- هل يتأثر الطالب الجامعي بالتغطية الإعلامية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

في جامعته؟

نعم لا،

8- هل تختلف التغطية الإعلامية من موقع لآخر ؟

نعم لا،

في حالة الإجابة ب "نعم" أي يكمن الاختلاف ؟

.....

9- هل التغطية الإعلامية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة شاملة؟

قائمة الملاحق

نعم ، لا

إذا كانت الإجابة ب "لا" ما هي الجوانب الناقصة ؟

10- ما رأيك في التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لجامعتك؟

ضعيفة ،متوسطة ،حسنة ،جيدة ،ممتازة

المحور الثالث: الجانب الذي تركز عليه للتغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية على الجانب العلمي أو الصورة فقط

1- هل سبق وحضرت ملتقيات علمية في جامعتك ؟

نعم ، لا

2- أي موقع تستخدمه لمتابعة الملتقيات العلمية لجامعتك ؟

فيسبوك ، يوتيوب ، انستغرام

أخرى اذكرها.....

3- ما هي أهم المواقع التي تبث التغطيات الإعلامية للملتقيات في جامعة الطارف ؟

4- هل تعكس التغطية الإعلامية حقيقة ما يطرح من أبحاث في الملتقيات العلمية ؟

نعم ، لا

5- هل يساهم الطالب الجامعي في المشاركة في الملتقيات العلمية المقدمة من طرف

جامعة الشاذلي بن جديد وإعطاء رأيه ؟

نعم ، لا

6- هل ترى أن التغطية الإعلامية للملتقيات العلمية تركز على الجانب العلمي او على

النقاط الصور فقط ؟

7- هل تهتم بما تقدمه الملتقيات العلمية في جامعتك ؟

نعم ، لا

8- ما الذي تقترحه كإضافة للتغطية الإعلامية في الملتقيات العلمية لتكون أكثر فائدة

قائمة الملاحق

للطبة والباحثين ؟

9- هل ترى أن التغطية الإعلامية تعكس القيمة الحقيقية لما تقدمه الملتقيات العلمية ؟

نعم ، لا

10- ما رأيك في الملتقيات العلمية التي تغطيها مواقع التواصل الإعلامي بجامعةك ؟

ضعيف ، متوسطة ، حسنة ، جيدة ، ممتازة Δ