

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أحمد دراية أدرار

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية

قسم العلوم الانسانية



المعالجة الاعلامية لحركة السترات الصفراء بفرنسا
من خلال المواقع الالكترونية
دراسة مقارنة بين موقعي الجزيرة نت وفرنس 24

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

من اعداد الطالبين :

➤ أقصاصي عبد الحميد

➤ أبليلة مبروك.

إشراف الاستاذ :

➤ بايشي عبد الحميد

لجنة المناقشة

رئيسا	د كعواش عبد الرحمان
مشرفا	أ بايشي عبد الحميد
مناقشا	أ حاج قويدر العبد

السنة الجامعية : 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي وفقنا في استكمال هاته الرسالة العلمية وشكر
من اجرى النعمة على أيديهم ونتوجه بالشكر الجزيل والعرفان
لسعادة الأستاذ المشرف بايشي عبد الحميد الذي شرفنا بقبوله
الاشراف على هاته الرسالة وتعهدها بالدعم العلمي والمعنوي فله
منا جزيل الشكر ووافر التقدير

ولا يفوتنا عظيم الشكر والامتنان الى كل من مد لنا يد العون
والى كل أساتذة قسم الاعلام والاتصال الذين بفضلهم وصلنا
هذه المحطة فلهم منا جزيل الشكر والعرفان

مبروك* عبد الحميد

الاهداء

اهدي ثمرة جهدي الى الذي علمني المثابرة لارتقاء اعلى الدرجات

الى روح ابي الطاهرة

الى صاحبة الفضل علي الى امي الغالية بارك الله في عمرها وافاض

في عطائها

الى اعز ما املك الى كل افراد اسرتي الحبيبة كلا باسمه

الى صديقي الذي شاركني هذا العمل خاصة والى كل أصدقاء الدفعة

كافة

إلى من تكفلنا يد بيد ونحن نقطف زهرة التعلم

إلى صديقي و زميلي "أقصاصي عبدالحميد".

مبروك

إهداء

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على خاتم الأنبياء و المرسلين، ها أنا اليوم و الحمد لله أطوي هذا العمل المتواضع أهديه إلى :

من ربّتي و أعنتني بالصلوات و الدعوات و الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حكّت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى أعلى إنسان في الوجود إلى أمي الحبيبة.

من سعى و شقى لأنعم بالراحة و الهناء الذي لم يبخل عليا بشئ من أجل دفعي إلى طريق النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة و صبر أطل الله في عمره إلى أبي العزيز إلى من حبهم يجري في عروقي و ينهج بذكراهم فؤادي إلى إخوتي و أخواتي.

إلى من سرنا سوياً ونحن نشقى الطريق معاً، نحو النجاح و الإبداع،

إلى من تكفلنا يد بيد ونحن نقطف زهرة التعلم إلى صديقي و زميلي "بليلة مبروك".

عبد الحميد

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	البسمة
/	شكر و عرفان
/	الاهداء
/	الفهارس
أ	المقدمة
الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة	
02	1- إشكالية الدراسة
03	2- التساؤلات الفرعية للدراسة
03	3- فرضيات الدراسة
04	4- أسباب اختيار الموضوع
04	5- أهداف الدراسة
04	6- أهمية الدراسة
05	7- منهجية الدراسة
06	8- مجتمع الدراسة والعينة
07	9- أداة الدراسة أو أداة جمع البيانات
10	10 - مصطلحات الدراسة
11	11- الدراسات السابقة
15	12- أقسام الدراسة
الفصل الثاني: المعالجة الاعلامية للإعلام الالكتروني	
17	المبحث الأول: الإعلام الالكتروني
17	المطلب الأول: نشأة المواقع الإخبارية الالكترونية
18	المطلب الثاني: مميزات المواقع الإلكترونية الإخبارية
21	المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية والمعايير المهنية للعاملين فيها

23	المبحث الثاني: المعالجة الإعلامية
23	المطلب الأول: أنواع المعالجة الإعلامية:
25	المطلب الثاني: أسس المعالجة الإعلامية
27	المطلب الثالث: ضوابط المعالجة الإعلامية
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية	
31	1- بطاقة فنية عن موقعي الدراسة
32	2- نتائج الدراسة التحليلية
47	3- مناقشة وصياغة نتائج الدراسة التحليلية
51	خاتمة
53	قائمة المصادر والمراجع
57	الملاحق
/	الملخص

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
33	توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على موقعي الدراسة	01
33	المواضيع الرئيسية الخاصة بالمعالجة الإعلامية بحركة السترات الصفراء	02
35	الأساليب المعتمدة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء	03
37	فئة الإجتاه يشمل التأييد او الرفض او الحياد تجاه موضوع حركة السترات الصفراء	04
38	فئة المصدر او الجهة التي حصل منها المعلومة	05
40	الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء	06
42	العناوين المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء	07
43	الصورة الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء	08
44	اهم الوسائط الإعلامية المستعملة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء	09
46	اهم العناصر التفاعلية المستعملة في المعالجة الإعلامية للسترات الصفراء	10

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة الى التعرف على كيفية معالجة الاعلامية لحركة السترات الصفراء بفرنسا من خلال المواقع الالكترونية وهي تعد من البحوث الوصفية واستخدمت الدراسة منهجين منهج المسح وفي اطاره تم استخدام اسلوب تحليل المضمون ومنهج العلاقات المتبادلة وفي اطاره تم استخدام اسلوب المقارنة واعتمد الباحثان في دراستهما على نظرية ترتيب الاولويات او الاجندة وتم جمع المعلومات عن طريق استمارة تحليل المضمون

واختار الباحثان عينة عمدية من المواقع الالكترونية تمثلت في موقعي الجزيرة نت وموقع فرنس 24 وانحصرت الدراسة التحليلية في الفترة الممتدة من (17-11-2018) الى (17-04-2018) وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها:

— أظهرت النتائج ان الموقعين تبنيوا موقفا سلبيا إزاء احتجاجات حركة السترات الصفراء وهذا ما بينته النتائج حيث جاء موقف الرفض بنسبة (56,2%)

— حظي أسلوب سرد المعلومات باهتمام موقعي الدراسة بنسبة (40,3%) كما تصدر التقرير الصحفي كافة الاشكال الصحفية المستخدمة بنسبة (58,5%) فيما جاءت وكالات الانباء المصدر الأهم لموقعي الدراسة وذلك بنسبة (63,6%)

وقدمت الدراسة العديد من العديد من التوصيات من أبرزها:

زيادة الاعتماد على المصادر والتقليل من الاعتماد على وكالات الانباء كذلك ضرورة التنوع في استخدام الاشكال الصحفية وخاصة التحقيق الصحفي التركي على ضرورة ارفاق الصور مع المادة وخاصة الخبرية لتوضح الخبر واستثمار كافة العناصر التفاعلية والاستفادة من كافة الخدمات الالكترونية الحديثة التي تتيحها شبكة الانترنت وتفعيلها بشكل أفضل لخدمة الجمهور

Abstract

The study aims to identify how the media dealt with the yellow jackets movement in France through websites, and it is considered from the descriptive research. Or the agenda, and the information was collected through the content analysis form

The two researchers chose a deliberate sample of websites, represented by Al-Jazeera Net and France 24, and the analytical study was limited to the period from (11-17-2018) to (04-17-2018).

The study concluded with a set of results, the most important of which are :

_ The results showed that the two signatories adopted a negative attitude towards the protests of the Yellow Jackets Movement, and this is what the results showed, as the position of rejection came at a rate of (56.2%)

_ The method of narrating information received the attention of the study sites by (40.3%). The press report issued all the press forms used by (58.5%), while news agencies came as the most important source for the two study sites at a rate of (63.6%)

The study made many recommendations, most notably :

Increasing reliance on sources and reducing reliance on news agencies, as well as the necessity of diversity in the use of journalistic forms, especially the investigation, on the need to attach pictures with the material, especially news, to clarify the news, invest all interactive elements, and benefit from all modern electronic services provided by the Internet and activate them better to serve the public



مقدمة



يتفق الباحثون في المجال الإعلامي علي أن رسائل الإعلام يساعد الأفراد على تفسير الأحداث والقضايا التي تقع في العالم من حولهم، وبرز وإضفاء أهمية على هذا المحتوى وتوعية الأفراد بالسياق والاجتماعي حتى يتمكنوا من فهم هذا المحتوى، الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، وإنما تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى من خلال تأطيره وفق زوايا وجوانب معينة يمكن في ضوءها إدراكه وتفسيره، وإبداء تقويمات وأحكام بشأنه.¹

ولذلك أصبح من الحيوي الاهتمام بنصوص وسائل الإعلام لوصفها حاملة المعاني للجمهور، ورغم أن الجمهور قد يكون له تفسيراته وتأويلاته المختلفة لهذه النصوص فان المعاني أيضا تكون مستفادة من نصوص أخرى لوسائل إعلامية أخرى متقاطعة معها.

حيث شهد مطلع القرن 21 تطورا مذهلا لتكنولوجيات المعلومات بفضل التلاقي الحاصل ما بين أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الاتصال، هذا التطور الذي نتج عنه عدة تشكيلات متنوعة من الأجهزة الالكترونية والتكنولوجية على غرار الهواتف النقالة، التلفزيون الرقمي وغيرها من وسائل الاتصال المتطورة جدا، وتجدد الإشارة إلى أن تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال لم يحدث دفعة واحدة، بل مر بعدة مراحل أطلق عليها الباحثون اسم التاريخ الاتصالي للمعلوماتي للإنسانية.²

فقد تشكلت أنواع جديدة خاصة بظهور شبكة الانترنت حيث تعتبر الصحافة الالكترونية احد ابرز هذه الأنواع، فأصبح المشهد الإعلامي اقرب أن يكون ملكا للجميع وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء.

¹ - أحمد زكريا: نظريات الإعلام مدخل الاهتمام وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية القاهرة، 2009، ص218

² - عصام سليمان: ورقة مقدمة لأبحاث المؤتمر الدولي حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 9 أبريل 2009.

الفصل الأول

الاطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- التساؤلات الفرعية للدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- أهمية الدراسة
- 7- منهجية الدراسة
- 8- مجتمع الدراسة والعينة
- 9- أداة الدراسة أو أداة جمع البيانات
- 10- مصطلحات الدراسة
- 11- الدراسات السابقة
- 12- أقسام الدراسة

1- إشكالية الدراسة

منذ أن تكلفت نجاحات الإنسان وطموحاته بما يخص مجال الاتصال في النصف الثاني من القرن 20 بظاهرتي تفجر المعلومات واختراع الحاسوب أصبح أهم ما يميز العصر الحالي هو تبادل المعلومات باستخدام وسائل الاتصال المتعددة، حتى أطلق عليه البعض عصر المعلومات.¹ وفي ظل هاته التطورات حرصت غالبية المؤسسات الصحفية علي إنشاء مواقع الكترونية على الانترنت التي تقوم علي الشر الالكتروني عبر الانترنت أو توزيع المعلومات والأخبار عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية كما تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها والحفظ.

وجاء ظهور المواقع الالكترونية ليغير شكل ومضمون الإعلام الحديث ووفر نوعا جديدا من الإعلام يطلق عليه اسم الإعلام الالكتروني المقروء والمرئي والمسموع حيث بات هذا النوع بشكل نافذ مهمته نشر المعلومات والحصول عليها وتستخدم فيه فنون واليات ومهارات العمل في الصحافة التقليدية يضاف إليها مهارات واليات التعامل مع تقنية المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني

وقد شهدت المواقع الالكترونية تطورا ملحوظا في الآونة الأخيرة نظرا لقدرتها علي مواكبة الأحداث و التطورات العاجلة في كافة أنحاء العالم ولعل حركة السترات الصفراء في فرنسا اخذ جانبا هاما في وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من خلال عرض الأخبار المتعلقة بأسباب الحركة الاحتجاجية وإنعكاستها وذلك بهدف تنويه الرأي العام ومعرفة الأساليب التي يتخذها الدول في مواجهة هذا النوع من الحركات الاحتجاجية

ومن بين وسائل الإعلام المهمة بهذه القضية الفضائيات الإخبارية والمواقع الالكترونية التابعة لها التي اتخذت من هذا الحدث الاقتصادي مادة خاصة للتناول الإعلامي من مختلف الجوانب وبعده قوالب

هذه الدراسة تركز على المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء من خلال المواقع الالكترونية وقد تم اختيار المواقع الالكترونية للجزيرة نت وموقع فرانس 24 باعتبارها من أكثر المواقع الإخبارية التي تهتم بالقضايا العالمية المختلفة والسؤال أو التساؤل الذي نطرحه هو:

¹ - علم الدين محمود: الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص1

كيف عالج الموقعان الالكترونيان الجزيرة نت وفرنس 24 احتجاجات حركة السترات الصفراء

2- التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ماهي المواضيع التي تناولها الموقعان في معالجة الحدث ؟
- ماهي المصادر التي اعتمد عليها الموقعان؟
- ماهي أهم القوالب الصحفية المستعملة في المعالجة ؟
- ماهي أهم الوسائط والعناصر التفاعلية التي استخدمت لإبراز المواضيع ؟
- ما هو موقف الموقعان من قضية احتجاجات السترات الصفراء؟
- ماهي أوجه الاختلاف والاتفاق بين الموقعين في تناول الإعلامي لهذه القضية ؟

3- فرضيات الدراسة:

الفروض هي توقعات أو تخمينات ذكية يقدمها الباحث ويعتقد إنها تمثل حلولاً للمشكلة ولا يصوغها الباحث من محض خيالها إنما في ضوء خبراته وقراءته وإطلاعها على الدراسات السابقة كما يمكن استنباط فروض الدراسة من نظريات علمية معينة للتأكد من مدى صحتها وفقاً لمحددات دراسة معينة لتدعيم صحة هذه النظرية أو تفنيدها.¹

وتقوم دراستنا على مجموعة من الفرضيات تستند جميعها إلى حقيقة المواقع الالكترونية الإخبارية لها دور كبير في تزويد الجماهير بالحقائق وكشف المستور عن بعض القضايا الراهنة أو الآتية من خلال معالجتها الإعلامية .

ويمكن تلخيص الفرضيات في النقاط الآتية:

- هناك اختلاف في أجندة الموقعين في معالجتها لحركة السترات الصفراء مع التشابه في العرض فقط .
- موقعي الجزيرة نت وموقع فرنس 24 اهم محرك ودافع إعلامي في تعبئة الجماهير وصناعة الرأي العام .

¹ - سعد سليمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص6

4- أسباب اختيار الموضوع:

يجد الباحث نفسه دائما في الأطوار الأولى من اختيار موضوع الدراسة أمام عدة اعتبارات تجعله يقف عند موضوع أم مشكلة لفت انتباهه وولدت له رغبة في البحث فيها لمعرفة الحقيقة الفعلية التي وقعت إلي اختبارنا للموضوع .

الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بمجال الإعلام الالكتروني نظرا للتكوين العلمي الذي تلقيناه في مجال الصحافة المطبوعة والالكترونية
- الميولات الشخصية نحو هذا النوع من الدراسات لتحليل والمناقشة
- إشباع الفضول العلمي من خلال معرفة كيفية معالجة المواقع الالكترونية للقضايا والأحداث المختلفة

الأسباب الموضوعية :

التطرق إلي كيفية معالجة المواقع الالكترونية لحركة السترات الصفراء من خلال مجموعة من المضامين الإعلامية خاصة وان هذه المواقع الالكترونية حديثة النشأة ولم يمر على نشأتها سوى سنوات يسيرة كذلك التطرق إلي مواطن النقص في معالجتها الإعلامية لهذا الحدث

5- أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على كيفية تفاعل الموقعين الالكترونيين الجزيرة نت وفرنس24 مع حركة السترات الصفراء
- التعرف على أساليب المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في الموقعين
- المقارنة بين الموقعين في تناول الإعلامي لهذا الحدث من حيث أوجه الاختلاف والشبه
- إبراز أهم الفنون الصحفية المستعملة وكذلك عناصر الإبراز والتفاعل مع هذا الموضوع
- التعرف على موقف الموقعين من هذا الحدث

6- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في كونها من البحوث الحديثة التي تعنى بدراسة الإعلام الالكتروني أو الصحافة الالكترونية هذا النوع الذي برز مؤخرا وغير الخارطة الإعلامية لدى العديد من المؤسسات الإعلامية خاصة فيما يتمثل في المعالجة الإعلامية للأحداث والقضايا المهمة وهذه الدراسة تقودنا إلى معرفة أهمية المواقع الالكترونية ودورها في جميع مجالات الحياة .

7- منهجية الدراسة :

إن اعتماد الدراسات على مناهج معينة يعد خطوة هامة من خطوات البحث العلمي ذلك أن المنهج هو "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"¹

ويعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه يمثل مجموعة من القواعد والإجراءات التي يجب إتباعها من قبل الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة²

المنهج المستخدم : تم الاعتماد على منهجين في هاته الدراسة

اولا: نظرا لنوع الدراسة وطبعتها فقد الاعتماد على منهج المسح الوصفي الذي يعتبر هذا علميا يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة في مجتمع أو ظاهرة اجتماعية وذلك بغرض الخروج بنتائج علمية³

ويعرف منهج المسح بأنه المنهج الذي يلجأ فيه الباحث إلى جميع البيانات ميدانيا بوسائل متنوعة بغرض الكشف والوصف والتحليل⁴

ويعرف الدكتور سمير حسين المنهج المسحي جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية .⁵

ثانيا: المنهج المقارن:

هي عملية عقلية تتم بتحديد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين حادثتين إجتماعيتين أو أكثر تستطيع من خلالها الحصول على معارف أدق وأوقات تميز بها موضوع الدراسة أو الحادثة في مجال المقارنة والتصنيف يقول دور كايم هي "الأداة المثلى للطريقة الاجتماعية وهذه الحادثة محددة

¹ - فيروز رزاق: في منهجية البحث الاجتماعي، منشورات مكتبة أقرأ، قسنطينة 2007، ص58

² - البشير بن صالح: المنطق ومناهج البحث الإعلامي، مكتبة أقرأ قسنطينة، ص161

³ - عامر قندلعي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ط1، دار المسيرة للشراء والتوزيع، عمان، 2008، ص99

⁴ - خالد الهادي، قدي عبد المجيد: المرشد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي دار هومة للنشر والطباعة، الجزائر، 1996، ص43

⁵ - سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص147

بزمانها ومكانها وترسيخها يمكن أن تكون كفيته قابلة للتحليل أو كمية لتحويلها إلى كم قابل للحساب وتكمن أهميتها في تميز موضوع البحث عن الموضوعات الأخرى¹ واستعملنا هذا المنهج لعمل المقارنة بين الموقعين للوصول الى جوانب الاتفاق والاختلاف وكيفية معالجة كل موقع لحركة السترات الصفراء.

8- مجتمع الدراسة والعينة:

بعد انتهاء الباحث من اختيار المنهج وتحديد أبعاده المنهجية لابد من اختيار

- مجتمع الدراسة

مجتمع البحث هو الجمهور المستهدف الذي تسعى الدراسة إلى دراسته وتعميم النتائج على مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إليه الأمر الذي سيعين الباحث على اختيار عينة محتملة منه² ويشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة على مجموع المواقع الالكترونية التابعة للقنوات الإخبارية وهو مجتمع لا يمكن حصره في ظل تعدد القنوات وانتشارها الكبير في العالم.

- العينة:

وتعرف علي أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العددان يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع³ وتمثل العينة في مجموع المواضيع التي تناولت احتجاجات أصحاب السترات الصفراء في موقعي الجزيرة نت وموقع فرانس 24 وهي عينة قصديه تم اختيارها وفقا لمعايير منها أنهما موقعان لهما متابعة كبيرة من قبل الجماهير فالجزيرة موقع عربي مشهور وله قاعدة جماهيرية كبيرة أما موقع فرانس 24 فهو موقع موجه أي ناطق باللغة العربية إضافة إلي أن الموقعين يتمتعان بالشراء الإعلامي في المضامين إضافة إلي التحديد في المعلومات

1 - مُجَّد قباري :مناهج البحث في علم الاجتماع، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص12

2 - فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، ط1، دار النشر للجامعات. القاهرة، 2001ص88

3 - سعد سلمان المشهداني: نفس المرجع السابق ص77

أما بالنسبة للمادة التي يقدمها الموقعان فقد تم اختيارها لفترة 6 اشهر من 17 نوفمبر 2018 الى غاية 17 افريل 2019 وتم استخدام العينة ،،،،،، في اختيار المقالات والأخبار التي تتناول احتجاجات حركة السترات الصفراء

9- أداة الدراسة أو أداة جمع البيانات:

يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن تساؤلاتها¹

وعلى هذا الأساس اعتمدنا على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات حيث يعرف الدكتور محمد عبد الحميد مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى².

وتعتبر استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع البيانات الأساسية خصوصا في بحوث الإعلام شأنها شأن صحفية الاستقصاء أو دليل المقابلة أو الملاحظة أو التعميم التجريبي³.

وحتى يكون تحليل المضمون ناجحا لابد من الاعتماد على مجموعة من الوسائل أهمها تحديد فئات التحليل التي تتضمن فئات المحتوى وفئات الشكل

فئات المحتوى هي مضمون مادة التحليل و المعاني التي تنقلها، أما فئات الشكل تمثل الشكل الذي قدم المضمون وانتقلت من خلالها معاينة.

أولا: فئة الموضوع (ماذا قيل): وتتضمن فئات فرعية وهي

فئة الموضوع: وتتمثل في تحديد المواضيع الرئيسية الخاصة احتجاجات الشرات الصفراء وتشمل:

أسباب، أبعاد، إجراءات، انعكاسات، مواقف، تصريحات

فئة الأساليب: وتتمثل في الطرق المتبعة لمعالجة الموضوع وتشمل الحقائق، الاقتراحات، الآراء، التحليل، النقد

¹ - رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مناهج أساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص81

² - إحسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2005، ص162

³ - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص83

فئة المصدر: تمثل الجهة التي حصل منها على المعلومة

مصادر داخلية: المراسل، المندوب

مصادر خارجية: وكالات الأنباء (محلية، عالمية) متعدد المصادر، دون مصدر

ثانيا: فئة الشكل (كيف قيل): الشكل الذي قدمت به المادة الاعلامية و تشمل الفئات.

فئة الفنون الصحفية: وتمثل في الأشكال المعتمد ت لتقديم المادة:

الخبر ، التقرير ، الحديث ، التحقيق، المقال، الريبورتاج

فئة العناوين: وتنقسم إلى: رئيسية، فرعية، فقرات

فئة الصورة: وهي المدعمة للمادة الاعلامية وقد تكون

الخبرية، الشخصية، الموضوعية، خرائط، رسوم، فيديو، ملف صوتي

فئة العناصر التفاعلية: وهي الإمكانية التي تتيح للمستخدم المشاركة في الموضوع وتشمل التعليق،

التصويت ، تقديم الرأي ، الحوار

المقارنة النظرية للدراسة:

نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدلة أي بعيدة المدى في التأثير معناها يوحي إليك بمعناها التراتبي الأهم والعمل اقل أهمية أسمها مأخوذ من جدولة الأعمال تدعمها نظريا التأطير والإبراز.

حدد الباحثون عددا كبيرا من التعريفات لعملية وضع الأجندة حيث يعرف (M. Sanchez):عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق ويرى أن من أول من لاحظ هذه الوظيفة هو(Lippmann)في العشرينات من القرن الماضي وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصورة في أذهاننا وان رد فع الجمهور يكون اتجاه تلك الصور وليس اتجاه الأحداث الفعلية لذلك فإن وضع الأجندة هي عملية تهدف إلى صياغة الأحداث التي في البيئة المحيطة بنا مع الي نموذج بسيط نتعامل معه إما James WATSON فقد عرفها بأنها مجموعة من الموضوعات عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها

وتم تعريفها أيضا أنها العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا مصادر معينة لتغطيتها دون أخرى ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين اللكوميتي ومتخذي القرار والصفوة.¹

ومن خلال التعريفات السابقة يتضح لنا أن نظرية وضع الأجندة هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقلب جديد يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الاعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الاعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة .

وترجع أصول النظرية لبحوث وضع الأجندة إلى (Wetter Lippmann) من خلال كتابه بعنوان الرأي العام(1922) والذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم بيئات زائفة في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع .²

تقوم هذه النظرية في الأساس على فرضية مفادها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال لا تكمن في القول للجمهور كيف يجب أن يفكر وذلك لعدم فاعليته ذلك بل فيما يجب ان يفكر وما الذي ينبغي أن يعرف وان يشعر به وهي بهذا يفترض وجود اختيارات معينة ومحدود يتم التركيز عليها بشدة مع التحكم في طبيعتها ومحتواها على اعتبارات كثرة الأحداث في العالم اليوم يقتضي إبراز مواضيع او شخصيات دون أخرى تماشيا مع توجهات الإعلام للوسائل المختلفة³

الفرض الرئيسي لهذه النظرية انطلاقا من اجتهادات "ماكوميسن" و"شو"نرى النظرية إن هناك اتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الاعلامية أي وجود ارتباط ايجابي بين الاهتمام لكل من الوسيلة و الجمهور والعلاقة النسبية بينهما.⁴

¹ - وسام نصر: أجندة إهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية شؤون المرأة المصرية، دراسة مقارنة، العدد الثاني، المحلية

المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، 2003، ص398

² - مكايي حسن عماد و السيد ليلي:الاتصال ونظرياته المعاصرة،الدار المصرية القاهرة، 2006،ص289

³ - بشير العلق: نظريات الاتصال مدخل متكامل، ط1، دار البازوي العلمية، الاردن2010،ص85

⁴ - مُجد عبد الحميد:نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط3، دار عالم الكتب، مصر، 2004،ص348

- وقد أشار الباحثان "لانج" و"الانج كما" إلى إن وضع الأجندة يتم في ست مراحل وهي:¹
- (1) تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة
 - (2) تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الانتباه
 - (3) وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضيف عليها ويسهل فهمها وإدارتها.
 - (4) اللغة المستعملة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية
 - (5) تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على مواقع الخريطة السياسية فالناس تحتاج إلى الناس لاتخاذ جانب مأممن القضية (الثقة في الحكومة، المصادقية)
 - (6) وضع الأجندة يتم بسرعة ويتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما وتسمى في دراستنا اعتمادا على هذه النظرية من خلال صياغة الأسئلة الفرعية التي تطابق فرضيات النظرية و تظهر شكليا و ظاهريا في فئة المضمون بعدد التغطيات التي تناولت الحدث ومجموع المواضيع والمضامين التي عالجت موضوع الحركة الاحتجاجية للشركات الصنفاء إضافة إلى الحيز الزمني المخصص لذلك والذي يبرز مدى اهتمام موقعي الدراسة بهذا الموضوع هذا من ناحية، أم من ناحية أخرى فالفئة المتمثلة في الشكل تساعدنا على التعرف على ترتيب العناوين.

10- مصطلحات الدراسة:

- المواقع الالكترونية : يعرف الموقع الالكتروني على انه مجموعة من الصفحات والنصوص ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل بهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات على جهة ما او مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه محدد بزمان ولا مكان ولا عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع الأخرى على شبكة الانترنت²

¹ - رحاب سليمان: الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية في إطار مفهوم القمة المتواصلة في مصر، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور رسالة ماجستير

² - محمد الزغبى وآخرون: الحاسوب والبرمجيات الجاهزة، العدد الثاني، مجلة تركزين للعلوم الادراية والاقتصادية، 2004، ص352

- الموقع الالكتروني : هو تلك المساحة الالكترونية المحجوزة ضمن خادم ما وتحت اسم نطاق معين في الشبكة العنكبوتية وهو عبارة عن مواد معلوماتية يمكن ان تحتوي على نصوص او صور او مواد سمعية او بصرية ثابتة ومتحركة كالأغاني او مقاطع الفيديو ويتم تصميم الموقع الالكتروني بلغات برمجية وتصميمية خاصة يفهمها الكمبيوتر ويتم رفعه بعد ذلك وتحملته على شبكة الانترنت باستخدام برامج خاصة وتطبيقات معينة¹

3- المعالجة الاعلامية: هي عملية كشف اتجاهات وماديات واستراتيجيات التغطية الاعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة²

السترات الصفراء :هي حركة احتجاجات شعبية ظهرت في فرنسا بتخفيض الضرائب وتحسين الوضعية المعيشية جنبا إلى جنب مع المطالبة بالإصلاحات الاقتصادية الضرورية³

11- الدراسات السابقة:

تتطلب دراسة المعالجة الاعلامية لحركة الشرات الصفراء استعراض الدراسات السابقة في ضوء ندرة الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة بشكل مباشر الأمر الذي يفيدني في تحديد الفجوة البحثية بين الدراسات السابقة وبين مشكلة الدراسة الحالية .

الدراسة الأولى : الزهرة بوجنجر تحت عنوان

المعالجة الاعلامية لقضايا الحراك السياسي العربي في الفضائيات الإخبارية قناتي الجزيرة وفرنس 24 أنموذجا.

انطلقت هذه الدراسة من البحث في كيفية تغطية الفضائيات الإخبارية لقضايا الحراك السياسي في الوطن العربي من حيث الشكل والمضمون واعتمدت أسلوب المقارنة بين قناتي الجزيرة وفرنس 24 من حيث زمن القضايا ترتيبها ،القوالب الإخبارية المستخدمة ،وسائل الإيضاح ،الشخصيات المحورية ،المصادر الإخبارية الأطر المعتمدة في انتقاء الأحداث، الأماكن الجغرافية الواردة في الأخبار القضايا المرفقة بتحليل القيم الاخبارية الواردة في القناتين

1 - عبد الرزاق الدليمي:الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية ،دار وائل للنشر 2010،ص173

2 - نصير بوعلوي :الإعلام والبعد الحضاري دراسات في الإعلام والقيم ،ط1،دار الجرائد الفجر 2007،ص50

3 - انظر ويكيبيديا

كما تناولت أيضا اتجاهات القنوات نحو قضايا المعالجة وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 18 عددا من نشريتي القنوات على مدار أسبوع كامل.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الضوئي التحليلي، وأداة المحتوى كوسيلة لجمع البيانات وتوصلت هاته الدراسة إلى النتائج التالية:

شمل أوجه الشبه وأوجه الاختلاف في معالجة القنوات لقضايا الحراك السياسي العربي فيما يلي: شمل القضايا البارزة في قناة الجزيرة في ما يلي: الأزمة السورية، مؤتمر جنيف 2 المظاهرات في مصر ومحكمة مرسي في تونس ويتوافق هذا الاهتمام مع السياسة الخارجية لدولة قطر وموقفها من الحراك العربي وقد اتضح جليا للمساهم العربي انحياز قناة الجزيرة الى إرادة الشعوب ضد الأنظمة الحاكمة وتركيزها على الأحداث التي تتوافق من السياسة الخارجية لدولة قطر وتجاهلها أحداث أخرى حيث وجه لهم النقد بسبب تغطيتها المؤيدة لفكرة الثورة ومطالبها في الوقت الذي قامت بالتدعيم

أما قناة فرنس 24 فقد اهتمت بالقضايا الآتية: الأزمة السورية ومؤتمر جنيف 2 تلتها قضية الوضع الأمني والسياسي في تونس ثم المظاهرات في مصر، ومحكمة مرسي وأخيرا الوضع السياسي والأمني في ليبيا وركزت القناة على الأزمة السورية أو الحرب في سوريا كما تسميها لان سورية من الناحية الجغرافية قلب الشرق الأوسط وكانت على الدوام مركز الصراع دول كبرى كما أنها البوتقة التي تدور فيها أهم المتغيرات الإقليمية، وملامستها للحدود التركية ومحاذاتها لإسرائيل وقربها من العراق كما اهتمت القناة بالوضع الأمني في كل من تونس وليبيا باعتبارها موجهة لجمهور المغرب العربي بالدرجة الأولى اذ تعتبر منطقة المغرب العربي أداة استراتيجية هامة بالنسبة لفرنسا في سياستها المتوسطية والإفريقية على حد سواء .

وتحرت التغطية الاعلامية لهذه الأحداث باختلاف اتجاهات القنوات حيث غلب الاتجاه المؤيد لهذا الحراك في قناة الجزيرة من خلال انحيازها للمعارضة

بينما برز الاتجاه المعارض في قناة فرنس 24 بشكل كبير من خلال تغطيتها للوضع الامني في تونس وليبيا وموقفهما الراض للهجمات الإرهابية.

تميزت التغطية الاخبارية لقضايا الحراك السياسي العربي في القنوات بالانحياز لطرف على حساب طرف آخر وافتقارها للمصداقية فكل قناة تحدم السياسة الدولية المنتمة إليها بالرغم من

إستخدامها لأعلى تقنيات التصوير والإخراج والنقل المباشر للأحداث من ميادين وقوعها لكي تبقى هذه المشاهد تعبر عن وجهة نظر القائم بالاتصال.

الدراسة الثانية: إسماعيل شرقي وزمري جاب الله: بعنوان

المعالجة الاعلامية لظاهرة الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع الفضائيات الاخبارية "دراسة تحليلية مقارنة لموقعي فرنس24 والعربية نت"

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل المواد الخبرية المنشورة على مواقع الفضائيات الالكترونية الاخبارية(فرنس24 والعربية نت) فيما يتعلق بظاهرة الهجرة غير الشرعية والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في التغطية الاخبارية للظاهرة على مواقع الدراسة وما سبقه من أحداث وما ترتب عليه من نتائج وتبعات ذلك تحليل الأطر الخبرية التي قدمت من خلالها الأحداث المختلفة للهجرة غير الشرعية وتداعياتها .

اعتمدت هاته الدراسة على منهج المسح الوصفي واستخدم أسلوب تحليل كأداة لجمع البيانات وتوصلت هاته الدراسة الي النتائج التالية :

قدرت المواد الإخبارية التي تضمنتها الصفحات الرئيسية لكل من موقع فرنس24 والعربية نت بنسبة بلغت 78 مادة خبرية جاءت منوعة بين الخبر التقرير ،المقال، الريبورتاج وحتى المواد العلمية أو البرامج التلفزيونية التي يتم نقلها او وضعها على الصفحات الرئيسية للموقع.

المواد الاعلامية التي تحدثت عن الظاهرة الهجرة غير الشرعية في الصفحة الرئيسية في كلا الموقعين قدر ب32,37 اما باقي المنشورات الاعلامية فتوزعت على صفحات الموقعين كل حسب اختصاصه وكذا توجيه للموقع.

أظهرت نتائج التحليل أن كلا من الموقعين يبينان موقعا سلبيا إزاء الظاهرة ظاهرة الهجرة غير الشرعية من خلال ما وضحته نسبة 61,81 عادت للموقف أو الاتجاه الايجابي للموقعين

بينت نتائج التحليل ان اتجاه المواقع الإخبارية نحو السياسة الاوروبية المتبعة فيما يخص الهجرة غير الشرعية إذ يتضح عموما ان تتخذ موقفا ايجابيا وفق كما وضحته النسب المئوية 84,47 مقارنة بالمواقف الأخرى السلبية او المحايدة . حيث حظيت نسبة الاتجاه السليبي ب50,33بينما حظيت نسبة الاتجاه المحايد ب 18.66

أسفرت نتائج التحليل المتعلقة بنوع المصادر الداخلية المستخدمة في المواقع الإخبارية لمعالجة ظاهرة الهجرة غير الشرعية ان كلا الموقعين يعتمدان المحرر الصحفي كمصدر لمعالجة الظاهرة بنسبة اكبر من باقي المصادر الأخرى وذلك ما وضحته نسبة 53.63 تلتها نسبة 29.84 لصالح المراسل الصحفي ثم المبعوث بنسبة 16.53

الدراسة الثالثة: عبد العزيز جودي بعنوان

دور الإعلام العربي في تسير الثورات العربية (ثورة تونس، مصر 2011) دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي الجزيرة والعربية من وجهة نظر عينة من النخبة الجزائريين.

جاءت هاته الدراسة استجابة للتصعيد الكبير الذي مارسه كل من قناتي الجزيرة والعربية لإحداث الثورتين التونسية والمصرية ومنه تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيسي هو: ما هو الدور الذي لعبته القنوات الفضائيتان التلفزيونيتان الجزيرة والعربية في خضم الثورتين التونسية والمصرية سنة 2011؟ وكيف سبرت كل قناة هذا الحراك الشعبي (على أو مع) حركة التغيير في البلدين من وجهة عينة النخبة الجزائرية.

وقد استخدمت هاته الدراسة منهج المسح بالعينة فكانت الاستمارة الأداة الرئيسية لجمع البيانات من المبحوثين الذين بلغ عددهم 162 مفردة من النخبة الجزائرية من أساتذة جامعيين وصحفيين وإداريين وطلبة الدراسات العليا هذه العينة تعتبر في موقع قوة لتحليل ما قدمته قناتي الدراسة الجزيرة والعربية اللتان لم يكن اختيارهما اعتباطيا.

وتوصلت هاته الدراسة إلى أن للإعلام العربي دوره المنفرد في تغطية وتوثيق الأحداث السياسية البارزة وفترات الانتقال التاريخية بل وحتى في بعض الأحيان صنعها وبلورتها ونقل تفاصيل ومفارقات الأزمة والصراع على السلطة في زمن الثورات الشعبية الأخيرة لسنة 2011.

كما توصلت الدراسة إلى انه لا يوجد إعلام عربي محايد بل بالعكس فقناة الجزيرة أعلنت مساندتها العلنية للربيع العربي التونسي او المصري ولتوفير إعلام محايد في العالم العربي يقتضي تحقيق شروط الإعلام في الدقة والتوازن والحياد والمسؤولية والأخلاقية والنزاهة والموضوعية وهي شروط من الصعب الالتزام بها ولم تلتزم قناة الجزيرة وقناة العربية بمعطيتها لكنها تظل المعايير الصارمة في الحكم على احترافية مهنة الإعلام العربي المسؤول.

كما توصلت أيضا ان الخروج عن الدقة والحيداء الإعلامي يقود الى التثوير والتحريض على الانتفاضة السياسية بهدف التغيير ما سيؤدي الى الخروج عن ضوابط الرسالة الاعلامية وتسلسلها وقد أكدت عينتي النخبة الجزائرية مدى فاعلية ومشاركة قناة الجزيرة في صناعة الثورة وما يؤكد ذلك مختلف الشعارات التي رفعها الثوار والمتظاهرون بكتابة لافتات الجزيرة شريكة الثورة بالمقابل ترقى العربية الى هذا الدور وهو صناعة الثورين التونسية والمصرية وإنما كان مسيرا لها حسب تطور الأحداث ولم يصنعها.

12- أقسام الدراسة:

عاجنا في هذه الدراسة من خلال ثلاث فصول:

الفصل الأول: الفصل المنهجي تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية وعرجنا على فرضيات الدراسة وأسباب الدراسة، أهدافها وأهميتها كما تطرقنا الى طبيعة الدراسة ومنهجها المناسب في التحليل وكذلك مجتمع ب وعينته وأدوات البحث وجمع البيانات من مجتمع الدراسة ولا تخلو الدراسات العلمية من مقاربات ومداخل نظرية يستند عليها الباحث في دراسته من اجل إعطاء نتائج مصداقية أكثر ولذلك اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والاشباع كمنظور للدراسة من خلال تقديمها وكذلك تطرقنا إلى الدراسات السابقة واهم المفاهيم الخاصة بالدراسة.

أما في الفصل الثاني فجاء بعنوان الإعلام الالكتروني والمعالجة الاعلامية تطرقنا من خلاله قسم إلى مبحثين المبحث الأول الإعلام الالكتروني تطرقنا فيه إلى نشأة المواقع الإخبارية والالكترونية ثم مميزات هاته المواقع والمعايير المهنية للعاملين بهاته المواقع أما المبحث الثاني المعالجة الاعلامية تطرقنا فيه إلى أنواع المعالجة الاعلامية، أسس المعالجة الاعلامية وضوابط المعالجة الاعلامية

الفصل الثالث وهو الإطار التطبيقي للدراسة قمنا من خلاله بتفريغ البيانات كما وضعنا جملة من النتائج والاستنتاجات التي توصلنا من إليها من خلال الشق النظري والميداني للدراسة.



الفصل الثاني

المعالجة الاعلامية للإعلام الالكتروني

المبحث الأول: الإعلام الالكتروني

المطلب الأول: نشأة المواقع الإخبارية الالكترونية

المطلب الثاني: مميزات المواقع الإلكترونية الإخبارية

المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية والمعايير المهنية للعاملين فيها

المبحث الثاني: المعالجة الإعلامية

المطلب الأول: أنواع المعالجة الإعلامية:

المطلب الثاني: أسس المعالجة الإعلامية

المطلب الثالث: ضوابط المعالجة الإعلامية



المبحث الأول: الإعلام الإلكتروني

المطلب الأول: نشأة المواقع الإخبارية الإلكترونية

حفز بروز الصحافة الإلكترونية وطغيانها على شبكة الانترنت الأجواء لانطلاق شكل جديد من الصحافة أطلق عليه المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويبا وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها وأسلوب تحرير موادها في بيئة الفضاء التفاعلي⁽¹⁾.

ولعل أي تعريف للصحافة عبر الانترنت بمسمياتها المختلفة لا بد أن يراعي معايير، أولها خصائص الانترنت بوصفه وسيلة اتصال، وثانيها السمات التي تميز الصحافة عن الصحافة التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون، وكذلك طبيعتها التكميلية المعتمدة على أكثر من وسيلة لتقديم الأخبار والتقارير والمعلومات².

كما هو الأمر من المواقع الإلكترونية التي تعتمد على الانترنت كمجال لعملها وهي مواقع شاملة مخصصة في الأخبار بالإضافة إلى تقديم خدمات ترفيهيه واجتماعية و خدماتية من أحوال الطقس وشريط الأحداث³.

بينما يتسم الموقع الإلكتروني بإمكانية تصفح المحتوى الجديد وإتاحة الأرشيف والبحث في المحتوى القديم وإمكانية الوصول عبر محركات البحث ووجود شخصية مميزة للمنبر الإعلامي مع إمكانية السيطرة على كل ما ينشر وإمكانية التفاعل مع القراءة⁴.

وبدا تطور المواقع الإلكترونية في الازدهار الكبير بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر الذي استفاق فيه العالم على وقع مهول في أمريكا إذ استطاعت الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وبكفاءة قادرة بينما تغيرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهمة حيث بدأت شبكات الإذاعة والتلفزيون المشهورة

-
- 1- الدليمي عبد الرزاق: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2011، ص16
 - 2- موسى شيرين : المواقع الإلكترونية الاجبارية دراسة في المفاهيم والمصادقية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2015، ص30
 - 3- الحجاز امل : اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الانترنت، دراسة ميدانية، رسالة بكالوريوس غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة، 2008، ص16
 - 4- علم الدين محمود : الصحافة الإلكترونية مقدمة، ط1، النجدي للصف والخراج التصويري، القاهرة، 2008، ص209

مثل (BBC) و(CNN) والجزيرة تخصص مواقع مستقلة لها لتحمل ما يصلها من بيانات وأخبار لكل من يريد أن يتصفحها أيضا.

بدأت الصحف المهمة هي الأخرى تظهر على شاشات شبكة المعلومات من خلال المواقع التي أعدتها لذلك، والتي لاقت إقبالا كبيرا من جانب رواد الإنترنت الذين وجدوا فيها ضالهم المنشودة واستغنوا بها عن الصحف الورقية المأثورة، فضلا عن ذلك بدأت المواقع الالكترونية البحتة أو الخالصة تظهر إلى حيز الوجود سواء في الدول الأجنبية أو في البلاد العربية.¹

وقد أنشأت عدة مواقع إخبارية عربية مثل الجزيرة نت والعربية نت والبوابة العربية للأخبار التقنية، وهذا كله على سبيل المثال لا الحصر الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بين الصحفية الإلكترونية والموقع الإخباري الإلكتروني وعدم الخلط بينهما.²

وأصبح القارئ الرقمي يفضل الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديدها باستمرار توفر كم هائل من المعلومات ويتم اقتناءها بطرق تفاعلية مختلفة.³

وبعد تفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية والتي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة نجد من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي المهتم أو المختص في السياسة وغيرها كمرجعية موثوقة وذات مصداقية لهم جذبت الكثير من الأنظار إليها لمميزاتها وخصائصها المنوعة.

المطلب الثاني: مميزات المواقع الإلكترونية الإخبارية

استطاعت شبكة الانترنت أن تحدث انقلابا بكل المقاييس في علم الإعلام وفتحت الأبواب المغلقة وتسقلت إلى الأماكن الممنوعة وقفزت على القوانين واللوائح وتمكنت من تطوير المواقع الإلكترونية مختلفة بتقنياتها المتعددة ما يسمى بصحافة الميديا مما جعل الصحافة تختلف كوسيلة إعلامية في مفهومها ليتوسع هذا المفهوم ويحتوي على عدد من الرسائل الإعلامية الأخرى⁴

ويمكن صياغة أهم خصائص ومميزات المواقع الإلكترونية الإخبارية على النحو الآتي:

- 1- عيشة ابو الفضل : الإعلام الالكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص49
- 2- حسين نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري المدخل والوسائط، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص97
- 3- شفيق حسين : الإعلام التفاعلي، ط1، دار فكر وفن الطباعة والنشر، القاهرة، 2010، ص182
- 4- حسين نصر : المرجع نفسه، ص98

1. تحقيق التفاعلية: فالمستخدم لديه الخيار المطلق في التجول بين الصفحات والعناوين والموضوعات بما يلبي حاجاته بالتتابع الذي يراه في علاقته بوقت ومكان وبيئة الاستخدام بالإضافة إلى إمكانية الحصول على رجع الصدى الفوري على نشر الآراء من خلال استطلاعات الرأي التي تجربها المواقع.¹
2. اللامجهور: تعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني درجة التحكم في نام الاتصال بحيث الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.²
3. الشخصية: بإمكان أي شخص أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الخبر، فالموقع يركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى ويقوم بكل ذلك بأي وقت يرغبه، وبإمكانه تعديله وقتما شاء وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمتع لما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم به الموقع بثه.³
4. المساحة المفتوحة: المساحة المخصصة للنشر في الصحافة الالكترونية تتمي بخاصية الحدود المفتوحة فمساحات التخزين الهائلة بالنسبة للحاسبات التي تدير المواقع مما يجعل هناك قيود تتعلق بالمساحة بالإضافة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشيطة التي تسمح بتكوين نسيج معلوماتي متنوع وذي تفرعات و تشعبات لا نهائية.
5. التمكن: المستخدم لديه عدة خيارات من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي والخدمات المتعددة.⁴
6. التغطية الصحفية الفورية: تتوافر العديد من المصادر والمواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري ومتجدد على الانترنت مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات بشكل فوري ومتجدد على الانترنت مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها كما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها كما توفر بعض المصادر خدمة (Breaking News) للأخبار المفاجئة⁵

1- الدليمي عبد الرزاق : مرجع سابق،ص214

2- عبد الحميد مُجَّد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1 عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص144

3- سليمان زيد : الصحافة الالكترونية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص19

4- حسين شفيق : مرجع سابق، ص102، 108

5- السيد بحيث : الانترنت وسيلة اتصال جديدة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2004، ص179

- 7- الأرشيف الإلكتروني: يقوم الأرشيف الإلكتروني بتقديم خدمة عرض المادة الحالية ويدعم مفهوم تخصيص المعلومات وتشكيلها وفقا للاهتمامات الفردية الشخصية للمستخدم حيث يضم الأرشيف الإلكتروني المواد الصوتية الحية والصور الى جانب المواد النصية المكتوبة.¹
- 8- قابلية التحويل: قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لأخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة والعكس.²
- 8- متعدد الوسائط: توفر المواقع الإلكترونية العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التي تجعل الصحفي عليها مميزا مثل الصوت والصورة والألوان والجغرافيكس واللقطات المتحركة وهي أمور تفعل عملية الاتصال الصحفي.
- 9- التغطية الذاتية: بمقدور الصحفي . باستخدام الانترنت . القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده من اختيار الموضوع وجمع بياناته والاتصال بمصادره وكتابته ونشره.³
- 10- معرفة عدد الزوار: توفر المواقع الإلكترونية تقنية تمكن من التعرف بشكل دقيق على عدد زوار الموقع ومؤشرات حول عدد قرائها وبعض المعلومات عنهم والمدة التي مكثوها على الموقع كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر وهذا يساعد في تطوير الصحيفة.
- 11- الخدمات المضافة القائمة على السرعة: تقدم المواقع الإلكترونية للمستخدم سلسلة من الخدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقيق من الوقائع بشكل فوري وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.⁽⁴⁾
- 12- مواقع التواصل الاجتماعي: توفر الصحف والمواقع الإلكترونية نسخا منها على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر إضافة إلى مواقع اليوتيوب بغرض استخدامه في تحميل الفيديو وتلعب هذه المواقع دورا كبيرا في تشكيل الرأي العام والتفاعل لما تقوم به من نشر مباشر للصور والأحداث المختلفة وقت حدوثها مما يجعلها أكثر انتشارا واستخداما.

1- حسين شفيق : مرجع سابق،ص108

2- الفيصل أمير: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي،ط1،دار الشرف،عمان،2005،ص79

3- السيد بنحيت : مرجع سابق،ص179

4- سليمان زيد : مرجع سابق،ص19

ونرى أن هذه المواقع الإلكترونية قد جمعت تلك الخصائص والسمات في بوتقة حيث تمتعت بالخدمات التفاعلية والمساحة المفتوحة والوسائط المتعددة التي تساعد في توثيق فكرة البحث حول دور المواقع الالكترونية في المعالجة الإعلامية لأهم القضايا و الأحداث البارزة في الساحة المحلية والدولية.

المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية الإخبارية والمعايير المهنية للعاملين فيها

أنواع المواقع الإعلامية الإلكترونية: صنف بعض الباحثون المواقع الإلكترونية وفق عدة اعتبارات مهنية وفنية فيرى البعض أن الصحف الالكترونية تتنوع وفق المضامين المقدمة فيها ويرى آخرون أنها تتنوع وفق لخدماتها الاتصالية والإعلامية لذا يمكن تقسيم المواقع الإعلامية الالكترونية على شبكة الانترنت الى عدة انواع من حيث المحتوى والشكل والاختصاص ويمكن حصرها على النحو الآتي:

1) مواقع الصحف المطبوعة التي تتضمن نسخا الكترونية: وتنقسم إلى نوعين هما¹
 أ) الصحف الإلكترونية الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية الأم، ويتميز هذا النوع بتقديم الخدمات الإعلامية والصحيفة نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وتقدم خدمات إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل خدمات البث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الربط الفوري وأيضا تقدم خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية والمصورة.

ب) النسخ الالكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل او بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى.²

2) مواقع المؤسسات الإعلامية: المواقع التابعة للمؤسسات إعلامية مثل (مواقع وكالات الأنباء ومحطات الراديو والتلفزيون)، تخاطب جمهور الانترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالميا، وهذه المواقع امتداد لها وتحتوي على ما ينشر في تلك المؤسسات مثل الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتعامل معها ودعم دورها الإعلامي سواء أكان إذاعيا أم فضائيا.³

1- نصر حسين الانترنت والإعلام الصحافة الالكترونية مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، ص101

2- نصر حسن : مرجع سابق، ص102

3- تريان ماجد : الإعلام الفلسطيني وتحويد القدس، بحث مقدم لمؤتمر القدس الرابع، مركز قدس للدراسات والأبحاث غزة، 7 يونيو

2010، ص144

3) المواقع الالكترونية الاخبارية: أحد أهم أشكال الإعلام الإلكتروني التي تعمل على عرض الأحداث الجارية في كل أنحاء العالم بشكل دوري ومتواصل من قبل متخصصين وإعلاميين، هدفها الأساسي هو نشر الأخبار بالنص والتحليل على صفحات الموقع حيث تكون متاحة للجميع للإطلاع عليها مجاناً إضافة إلى أنها إما تكون مواقع حزبية أو مستقلة.

المعايير المهنية للعاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية:

يجب على كل صحفي عامل في المواقع الالكترونية الاخبارية أن يراعي مجموعة من المقاييس التالية:

- السعي لتوفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة
- السعي للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وعلى أكمل وجه
- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى
- تقديم الأخبار بصدق وموضوعية وتجنب تضارب المصالح واحترام رغبات الجمهور وعناصر الاخبار
- السعي إلى فهم تنوع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية

المبحث الثاني: المعالجة الإعلامية

المطلب الأول: أنواع المعالجة الإعلامية:

التغطية الصحفية الإخبارية: ويقصد بالتغطية الخبرية عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسماء المشاركين فيه، وكيف وقع ومتى وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله يستحق النشر.¹

أنواع التغطية الإخبارية:

من حيث الشكل:

أولاً: التغطية تسجيلية أو تقريرية: وهي تلك التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات بحدث معين تم بالفعل مثل إعلان استقالة وزير أو وقوع زلزال أو سقوط طائرة أو وصول زعيم أجنبي لزيارة البلاد

ثانياً: تغطية تمهيدية: وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع لم يتم بعد ولكن هناك مؤشرات تشير إلى احتمال وقوعه.²

أي أن أي لتغطية تغطية صحفية ناجحة لحدث ما هي التي تبدأ بمحاولة الوصول إلى البيانات

والمعلومات التي تجيب على الأسئلة التالية:

(1) ماذا حدث؟

(2) من هو الشخص أو الشخصيات التي اشتركت في هذا الحدث؟

(3) أين وقع هذا الحدث؟

(4) متى وقع هذا الحدث؟

(5) لماذا وقع هذا الحدث؟

(6) كيف وقع هذا الحدث؟

1- فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، ط1، دار عالم الكتب، مصر، 1992، ص252

2- فاروق أبو زيد : المرجع نفسه، ص2256

إن الإهمال في الحصول على إجابة لأحد هذه الأسئلة أو بعضها يجعل الخبر ناقصاً، ويجب الانتباه إلى أنه ليس من الضروري أن يحصل الصحفي على إجابة عن الأسئلة الستة في كل حدث فقد تظل الإجابة عن أحد هذه الأسئلة أو بعضها خافياً لا يظهر إلا بعد فترة والتغطية الصحفية الناجحة لأي حدث لا تتم بعيداً عن الربط بين الأحداث بعضها ببعض لاكتشاف علاقات الارتباط بينهما فإن الربط بين خبرين قد ينتج عنه الحصول على خبر هام يفوق أهميته الخبرين اللذين تم الربط بينهما وتزداد صعوبة التغطية الخبرية عندما يتعلق الأمر بالكشف عن تفاصيل بعض الأحداث الغامضة فهذه التغطية تحتاج إلى جهد أكبر من الجهد الذي يبذل في تغطية الأخبار.¹

من حيث المضمون:

(أ) التغطية المحايدة: وفيها يقدم الصحفي الحقائق فقط، أي قصصاً إخبارية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز، أي يعرض الحقائق والمعلومات المتعلقة بالموضوع من دون تضمينه أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر

(ب) التغطية التفسيرية: وفيها يجمع الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر أو شرحه، وخدمة القراء الذين ليس لديهم الوقت الكافي للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل.

(ج) التغطية المتحيزة: وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يخلط بعض وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه التغطية هو تلوين أو تشويه الخبر.²

الإذاعة: تتلقى الخدمة الإذاعية كما هائلاً من القصص الإخبارية يتحتم عليها أن تختار منها ما يناسبها وفق اعتبارات عديدة تختلف من وسيلة إلى أخرى، وينعكس هذا الاختلاف على المعالجة الإعلامية للموضوعات المختلفة، وبالتالي فإن الجمهور يستقبل الرسالة بصورة مختلفة حسب الوسيلة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بشأن موضوع معين، كما أن الوسيلة هي التي تحدد عمل المحررين والأخبار ليست نتاجاً حتمياً للأحداث بمصادقة بقدر ما هي نتيجة قرارات اتخذت بالفعل داخل المؤسسة، وتتضمن هذه الأمور عادة ما يعرف بالسياسة الإعلامية للوسيلة، تلك السياسة التي تختلف

1- فاروق أبو زيد: مرجع سابق، ص 262

2- فريد مصطفى: تكنولوجيا الخبر الصحفي، ط1، الأردن، 2010، ص 96

من إذاعة إلى أخرى وتنعكس على الجوانب المختلفة للمضمون بما في ذلك المادة الإخبارية من حيث وقت التقديم ونوعية المضمون بل وأسلوب الصياغة والتقديم.¹

معايير اختيار الأخبار في المعالجة الإعلامية في الإذاعة:

الحالية، القرب، الإثارة، الضخامة، الاهتمام، الإنساني، الصراع، الشهرة، الغرابة أو الطرافة، الدقة، الصدق، التوقع، التكامل أو الكمال.²

التلفزيون: خبر التلفزيون هو صورة الخبر انه واقعي ولغرض الأخبار الموجزة تأثير في CBC يقول دليل المشاهدين يرون الحدث وهذا يعني أن كاتب الخبر التلفزيوني لن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين.³

الأسس التلفزيونية التي يجب مراعاتها عند الأخبار التلفزيونية:

- الحرص على إتقان النص المقروء مع جوهر المادة الإخبارية المصورة وإذا ما حدث العكس فإن المشاهد لن يستفيد منها شيئاً.

- استخدام أسلوب بسيط دراسي واضح متسلسل في كتابة القصة الخبرية، و تقديم الوقائع في صورة رواية شيقة من بدايتها حتى نهايتها، وتوضيح جميع عناصر القصة الخبرية من ذروتها إلى أسبابها ثم استعراض نتائجها المتوقعة وبشكل موجز بجمل قصيرة تجمع في مجملها التأثير على أنظار ومسامع المتلقي مع ضرورة استخدام العبارات المناسبة لهم.

- توخي الدقة والصدق والحقيقة والواقعية في كتابة وتعريف الأخبار والوصول إلى الأهداف مباشرة وهذه العبارات أو الكلمات التي لا تزيد ولا تنقص من جوهر الخبر.⁴

المطلب الثاني: أسس المعالجة الإعلامية

أولاً: من حيث الشكل: يعتمد النص الصحفي سواء كان مقروءاً أم مسموعاً أم مرئياً على عوامل خمسة وهي:

1- مُجَّد معوض وبركات عبد العزيز: فن الخبر الاذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، مصر، 2007، ص41

2- المرجع نفسه، ص 42

3- عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، ط1، دار مجدلاوي، الاردن، 2012، ص206

4- عبد الرزاق الدليمي: التحرير الصحفي، ط1، دار الميسرة، الاردن، 2012، ص206

- 1) البساطة: كلما كان الحرف بسيطاً كلما سهلت قراءته لذا كان من الأفضل استخدام الحروف السهلة وتحاشي الحروف المعقدة والمزخرفة التي كثيراً تصرف العين عن الإعلان
 - 2) الحجم: إن الحروف الصغيرة تتعب القارئ وتبرد همته، ولكن الحروف الكبيرة تثير نوعاً من الضيق، بيد أنه يوجد حجم أمثل لكل جزء من نص الإعلان وعلى سبيل المثال فإن العنوان يجب أن يكتب بحروف كبيرة بعض الشيء لجذب الانتباه.
 - 3) القوة: إذا كانت الحروف أو الكلمات مضمومة ببعضها البعض بشدة صعبت قراءة النص حتى ولو قرب من العين، أما إذا كانت الحروف عالية ومفردة فإن العين تدرك الحرف منعزلاً عن المجاور له. (1)
 - 4) الاتجاه: كلما كان الحرف أو الكلمة مائلة كلما صعبت قراءتها فمن الصواب إذا استخدم حروف سوية ما أمكن ومجموعة في خط أفقي إلا إذا كان المعلن يريد لفت انتباه القارئ إلى كلمة معينة في النص أو غير العنوان ففي هذه الحالة يستطيع الخروج عن القاعدة ولكن يجب أن يكون شديد الحذر وإلا جاءت النتيجة بعكس ما يرغب.
 - 5) التناسق: يشبه الإعلان بالبناء إذ أن كل منهما يجب أن يشيد حسب أسلوب واحد فالخلط بين أنواع الحروف في أن واحد يجب أن يتم في شيء كثير من الحرص فهناك أنواع من الخطوط تتنافر إذا اجتمعت وتتمزق بالآتي هنا وحدة البناء التبوغرافي. (2)
- وسائل الإبراز من ناحية الشكل: يستعمل الكاتب الصحفي الكلمات للدلالة على أهمية محتوى مضمون ما، لكن المخرج الصحفي وبإيعاز من المحرر يستعمل ما يسمى بوسائل الإبراز للهدف نفسه، ووسائل الإبراز تقابل المعايير التي تحدد أهمية الخبر من قبيل الصدق والدقة والقرب وضخامة التأثير وغير ذلك وأهم الإبرازات هي:
- المساحة: ما يشغله الخبر من مساحة يحدد بطريقة أو بأخرى حجم بروزه
- المكان: إن الخبر الذي ينشر في الصفحة الأولى أكثر بروزاً من الخبر الذي ينشر في صفحة داخلية، كذلك فإن خبر في رأس الصفحة يبرز أكثر من خبر في زاوية مهم من الصفحة نفسها.
- الحرف: إن الحرف الأسود الغامق أكثر بروزاً من الحرف العادي، كذلك فإن الحر يسهم في إبراز أهمية الموضوع

1- أياد الصفر ويوسف أبو عبيد: مهارات الكتابة الصحفية، ط1، دار عالم الثقافة، الاردن، 2010، ص170-171

2- أياد الصفر ويوسف أبو عبيد: مرجع سابق، ص172

اللون: الأحمر يجذب أكثر من الأسود مثلاً

الإطارات: أي وضع المادة داخل بروز

الفراغات: كأن تنشر المادة على ثلاثة أرباع العمود وتترك الربع الباقي مساحة خالية تفضل المادة عن سواها

الأرضيات: كأن تستخدم ما يسمى بالشبك وهي اخذ أرضية سوداء غامقة أو فاتحة يظهر عليها الحرف ابيض وأحيانا أسود لكن كثافة الحرف تكون دون كثافة الأرضية التي تكون أقرب إلى اللون الرمادي.¹

من حيث المضمون: اللغة العربية جعلت للصحفيين أرضاً ذلولاً إذا مشوا في مناكبها وتمكنوا من أساليبها في التقرير والبلاغة، استطاعوا صوغ كل الأجناس الصحفية مستعينين بقواعد اللغة لكتابة الموضوع بطريقة تصل إلى قلوب الناس وتكون جميلة ومتناسقة، واستطاع الصحفيين صوغ كل الأجناس الصحفية وفق الخصائص والأسلوب والطرق الفنية لكل جنس منها ويقول الكاتب "إدوين واكين" الاتصال المدون المكتوب يختلف عن الاتصال الشفهي اختلافاً كبيراً لأن الكتابة تجري وفقاً لأساليب منتظمة حسنة الترتيب فهناك فعل وفاعل ومفعول به وهناك عبارة ثم فقرة ثم فصل أي أن الأمر يسير بترتيب منطقي نظامي منسق تماماً كما يسير القطار على قضبان لا يحيد عنها لغة الخبر والأسئلة الستة المهمة التي يجب تحقيقها.²

المطلب الثالث: ضوابط المعالجة الإعلامية

الوضوح: كثيراً ما يكون النصوص المقتبسة لعلماء أو مختصين في مجالات معينة بحيث لا يفهم هذه اللغة أحد سواهم، فقد يكون التصريح -أو النص- حول فوائد جديدة دواء جديد أو سلاح جديد وربما تضمنت الأحاديث المقتبسة عبارات غير متداولة تحتاج إلى تبسيط لتكون في متناول فهم القراء العاديين حينئذ ثمة ضرورة لمراعاة الحرص والحذر والأفضل إذ أن اللبس وتوافر الوضوح والإيجاز أن نلجأ إلى التنقيص، ولكن حذار من إعادة الصياغة التي قد تنال من معنى كلام المتحدث أو حتى لا تبرز بوضوح مقصده أو وجهة كلامه

1- علي طيب وتوفيق طرباق: المعالجة الإعلامية للقضايا المرتبطة بتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، دراسة تحليلية لصحيفة الخبر، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، 2015، ص 100

2- علي طيب وتوفيق طرباق: مرجع سابق، ص 82

تجنب العامية: وقد ذكرنا أننا أن لغة الأخبار هي اللغة رسمية، إذ ليس من المقبول أن تتداول وسائل الإعلام المطبوعة خطبة لمسئول ما حتى ولو كان في أعلى المستويات كما هي إذا كانت بالعامية هنا أداة للسخرية وليس وسيلة لتحقيق الاقتباس الدقيق.¹

تصحيح النص: كما ذكرنا أننا فان اثر كلام الناس كما هو ينطوي على إساءة غير مباشر إليهم وبخاصة حين يكون الكلام غير مطابق لقواعد النحو وهنا ليس أمام المحرر سوى إحدى حلين: إما أن يلجأ إلى الاقتباس غير المباشر وفي هذه الحالة فإنه من القبول أن تصحح اللغة أو أن نضع أقوال المتحدثين في جملة سليمة والحجة هنا أن لا أحد يتكلم بانتظام لغة سليمة مئة بالمائة وإنما أن تتخلص من هذا الحرج إذا كان حرج فلا يلجأ إلى علامات التنصيص أي يقدم النص المكتوب الذي لم ينقل عن المتحدث بل عن نشره مثلاً وإنما يمكن أن يشير إلى موضع الخطأ بالهامش مثلاً وهذا غير متاح إلا في المجالات والكتب

القذف والفحش: من البديهي أننا لا نستطيع أن ننشر كل ما يقوله الناس بحيث تكون الصحافة طوع أئستهم، فليس مسموحاً في معظم المجتمعات نشر الكلمات البذيئة بحجة إننا لم نحكها وإنما نقلها فحسب ومن ثم حسب هذا المنطق فإن المسؤولية تقع على القائل لا على الناقل.²

ينبغي أن تقتصر على الأداء اللغوي فحسب ويجب ألا تطال المعنى فلا بد من التثبت وهذا أمر مطلوب حتى لو استعملنا علامات التنصيص إذ لا تنصيص ولا إعادة صياغة دون تثبت والاحتفاظ بالمعنى أمر صعب في النص المضطرب أو غير الواضح وقد يلجأ المحرر حينئذ إلى الحل الأسهل أي التنصيص الكامل وإيراد النص كما هو، ولكن ليس الحل الأمثل كما ذكرنا أننا أن التنصيص أحياناً في الكلام المضطرب قد يتسبب في إصاق مظنة التحيز بالمحرر حين ينطوي كلام المتحدث على تناقض ظاهري لا يخفى على السامع وإنما قد يخفى في النص الأصم على القارئ فقد يقول قائلًا مثلاً كلا نعم سنؤيد المشروع

إن التثبت يقتضي من المندوب أن يقدم لقارئه بالضبط ماذا يريد المتحدث أن يقول وان يقدم ذلك من خلال إعادة صياغة مع المحافظة على المعنى.³

1- نبيل حداد: في الكتابة الصحفية السمات المهارات الاشكال، دار الكندي، الأردن، 2008، ص 177

2- نبيل حداد: مرجع سابق، ص 160

3- المرجع نفسه، ص 161

الأخلاق العامة: كان يتضمن النص الكتابي وضعاً جاذباً للحياة أو ينطوي على إشارات يمكن أن تسيء إلى المتواضعات الاجتماعية

الأديان والعقائد: وهذا جانب حساس ولا سيما في البيئات الشرقية حيث لا أحد على استعداد لأن يجامل في أي مسألة لها مساس بعقيدته من الممكن أن ينتقد الكاتب معتق العقيدة ولكن نقده يمكن أن يقبل في حالة الفصل بين المنقود وعقيدته، بل يمكن أن يصدر الانتقاد لكون هذا الشخص لا يمثل عقيدته تمثيلاً صادقاً وعلى هذا فالعقائد في كل القوانين وفي مختلف البيئات فوق التعريض الإعلامي ولكن بنسب متفاوتة

امن الدولة: وهو ما يتعلق بأمن الدولة وأسرارها الرسمية ومن الضروري أن يميز بين ما هو سياسي وما هو وطني، فالأمن جانب وطني لا سياسي في السياسة نستطيع أن نختلف أو أن نصول أو نجول ولكن القانون غالباً ما يتشدد ولا سيما في أقطار العالم الثالث حول الجانب الوطني وكمثال على ذلك فإن تعرض كاتب ما لأسرار صفقة سلاح قد يعدو امراً يمس الأمن الوطني، في حين يستطيع الكاتب أن يذيع سر صفقة سياسية تمت بين حزبين أو غير ذلك على أن بعض المحررين ربما توسعوا أو ضيقوا من هذه الأمور الثلاثة المشار إليها حسب التوجهات السياسية للبلد بل ربما تم استغلال هذه الجوانب من بعض الحكومات فيتم الخلط بين ما هو سياسي وما هو وطني وبين الأشخاص والعقائد ومن ثم يكون حرية الفكر والنشر هي الضحية.¹

الإنصاف: وهذا يتطلب عرض الحقائق المتصلة بدون تحيز في سياستها الذي يعطيها معنى ونشر وجهات النظر المعارضة، وعدم الجمع بين العمل في قطاع التحرير وقطاع الإعلان وعدم توقيع مواد إعلانية القابلية للاعتراف بالأخطاء وعدم التردد في تصحيحها، وعدم الإصرار على الثبوت بآراء أو مواقف صحفية شخصية، بل الثبوت بخدمة الصالح العام وعدم الابتزاز أو الملاحقة أو المطاردة أو التصوير في أماكن خاصة دون الحصول على موافقتهم وكذلك عدم الإلحاح في الاتصال الهاتفي تجنب توضيح هوية أقارب أو أصدقاء كل من يدان أو يتم اتهامه بجريمة ما طالما لم تحصل على موافقتهم

التمييز العنصري من خلال تجنب التغطية التي تركز على تقديم صور نمطية جامدة لبعض الجماعات حماية المصادر السرية للمعلومات وعدم الكشف عن المصادر.

1- نبيل حداد : مرجع سابق، ص 71

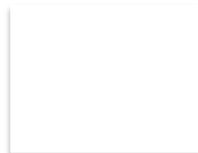
الفصل الثالث

الاطار التطبيقي للدراسة

1- بطاقة فنية عن موقعي الدراسة

2- نتائج الدراسة التحليلية

3- مناقشة وصياغة نتائج الدراسة التحليلية



1- بطاقة فنية عن موقعي الدراسة:

أولاً: الجزيرة نت:

في يناير 2001 تم إفتتاح الموقع العربي للجزيرة ليكون أفضل موقع رئيسي عربي للأخبار على الإنترنت وسرعان ما تربع على المركز الأول بين المواقع المناظرة له في العالم العربي وخلال عام 2003 تمكن الموقع العربي للجزيرة نت من إجتذاب مليون زيارة

لقد أدى نشر الجزيرة نت للموضوعات الساخنة والحوارات الجريئة علاوة على التقارير الإخبارية الموضوعية والمدخلات التفاعلية دورا في وضع الموقع بين قائمة العشر المواقع الأكثر تميزا من حيث الزوار على مستوى العالم وهناك الكثير مما يتوقع تحقيقه من خلال الصيغة العربية الجديدة للجزيرة نت التي تم إنجازها مؤخرا فالتصميم الجديد للموقع بشكل خطوة أولى نحو بناء شبكة متكاملة لمواقع الجزيرة على الأنترنت فقد صمم الموقع الجديد ليوفر للزوار أربعة مصادر للمعلومات وهذه المواقع هي:

الأخبار : هو الموقع الرئيسي للأخبار حيث يقدم تغطية شاملة للأخبار العالمية وتطورات الأحداث المعرفة: وهو موقع يقدم الآراء ذات الأبعاد الأكثر عمقا لما وراء الأخبار وذلك عن طريق التحليل والبحث العلمي والدراسات المتعمقة

القناة: وهو الموقع الخاص بقناة الجزيرة حي يعرض اخر التطورات في القناة ويحتفظ بسجلات كاملة لما تنتجه القناة في قاعدة بيانات ضخمة يتم توفيرها

الأعمال التجارية: وهذا الموقع هو أداة الجزيرة للتسويق الإلكتروني حيث يتم الترويج لبيع الخدمات في مجال الانترنت ومنتجات القناة المختلفة

الجزيرة النسخة الإنجليزية: وقد تمكنت الجزيرة مؤخرا من تحطيم الحاجز اللغوي عن طريق إطلاق خدمات موقع الجزيرة باللغة الإنجليزية فقد تمكنت من تحقيق الحلم المتعلق بتذليل الإتصال بين مختلف الشعوب والقارات وهكذا خطت الجزيرة بإتجاه فتح نافذة جديدة تتيح الفرصة للناطقين بالإنجليزية لمشاهدة العالم من خلالها.

ثانيا: موقع فرنس24

فرنس 24 بالفرنسية France 24 وتنطق فرانس فان كاتر على جميع القنوات الأربعة الفرنسية، والعربية، والإنجليزية، والإسبانية) وتعرف أحيانا بالعربية باسم فرانس 24 هي قناة إخبارية

تهدف إلى تقديم الأخبار من وجهة نظر غربية وفرنسية بدأت بثها يوم 6 ديسمبر 2006 تستهدف القناة دول ما وراء البحار وتشبه قناة بي بي سي وورلد نيوز ودي دبليو-تي في وإن إتش كي وورلد، وروسيا اليوم. تبث فرنسا 24 برامجها عبر خدمة الكابل والأقمار الصناعية في عام 2010 بدأت القناة في بث برامجها عبر برنامج آي فون الحكومة الفرنسية تمويل قناة فرنسا 24 بميزانية سنوية 80 مليون يورو تقريباً تبث القناة من قرب باريس وتقوم ببث الأخبار الدولية عبر اربعة نسخ فرنسية وعربية وإنجليزية، والاسبانية

يهدف الموقع إلى تقديم الأخبار من وجهة نظر غربية وفرنسية بشكل مغاير عن القنوات الناطقة بالإنجليزية مثل سي إن إن، الجزيرة الإنجليزية، وبي بي سي وورلد نيوز. وتتنافس بشكل رئيسي مع شبكة روسيا اليوم، وويل دوتشيه، وإن إتش كي وورلد نيوز. كما تقوم بإجراء حوارات ثقافية إلى جانب بثها للأخبار. النسخة العربية من فرنسا 24 تتنافس بشكل رئيسي مع قناة روسيا اليوم.

5 ديسمبر/كانون الأول 2006 إطلاق النسخة التجريبية لموقع الإنترنت
ديسمبر/كانون الأول 2013 فرنسا 24 تجاوزت 250 مليون منزل يلتقط بثها و14 مليون زيارة شهرية لموقعها على الإنترنت و6 ملايين معجب على مواقع التواصل الاجتماعي وبمناسبة عيد ميلادها السابع أطلقت القناة شبكة برامجها الجديدة وغيرت حلتها على مستوى الجرافيك وأصبحت عندها غرفة تحكم جديدة وموقع جديد وشعار جديد بالفرنسية هو " Liberté, Egalité, Actualité"

2- نتائج الدراسة التحليلية

في هذا الفصل التطبيقي نعرض نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بالمعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في فرنسا من خلال الموقعين الإلكترونيين الجزيرة نت وفرنس 24 وذلك باستخدام إستمارة تحليل المضمون التي تم إعدادها بناء على أهداف وتساؤلات الدراسة وقد طبقنا تحليل المضمون على 176 مادة اعلامية تشمل كافة المواضيع المتعلقة بالمعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في فرنسا في الموقعين الإلكترونيين عينة الدراسة وذلك خلال الفترة الزمنية 17 نوفمبر 2018 الى غاية 18 ابريل 2019

1-2 توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على موقعي الدراسة

يبين الجدول تكرارات ونسب توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها على موقعي عينة الدراسة وهي الجزيرة نت وفرنس 24 وكانت النتائج كالتالي:

المواقع الاخبارية	التكرار	%
الجزيرة نت	81	46%
فرنس 24	95	53,9 %
المجموع	176	100%

يتبين لنا من خلال الجول أن إجمالي المواضيع التي عالجت حركة السترات الصفراء في موقعي عينة الدراسة بلغت 176 مادة إعلامية حيث شملت اعلى نسبة موقع فرنس 24 ب 95 مادة أي ما يعادل 53,9 % بينما جاء موقع الجزيرة نت ب 81 مادة أي بنسبة 46%

2-2 فئة الموضوع (ماذا قيل)

الجدول 01: المواضيع الرئيسية الخاصة بالمعالجة الإعلامية بحركة السترات الصفراء

يبين الجدول تكرارات ونسب المواضيع الرئيسية الخاصة بالمعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء التي خضعت للدراسة في موقعي الدراسة وجات النتائج كالتالي:

الموضوع	الجزيرة نت		فرنس 24		الإتجاه العام	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أسباب	24	29,6%	11	11,4%	35	19,8%
أبعاد	07	8,6%	13	13,5%	20	11,3%
إجراءات	13	16%	17	17,7%	30	17%
إنعكاسات	11	13,5%	10	10,4%	21	11,9%
مواقف	15	18,5%	12	12,5%	27	15,3%
تصريحات	11	13,5%	32	33,3%	43	24,4%
المجموع	81	100%	96	100%	176	100%

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

من خلال الجول يتبن لنا أن ابرز المواضيع التي تناولت احتجاجات حركة السترات الصفراء كانت عبارة عن تصريحات المسؤولين حيث جاءت أولا بنسبة (24,4 %) بواقع 35 تكرار تم تلتها المواضيع التي عاجلت أسباب الإحتجاجات بنسبة (19,8%) بواقع 35 تكرار م جاءت في المركز الثالث مواضيع الإجراءات المتخذة من طرف السلطة للحد من الاحتجاجات بنسبة (17%) بواقع 30 تكرارا ثم تلتها مواضيع المواقف بنسبة (15,3%) بواقع 27 تكرارا ثم تلتها المواضيع التي تناولت الإنعكاسات التي خلفتها إحتجاجات السترات الصفراء بنسبة (11,9%) بواقع 21 تكرار فيما حلت المواضيع التي تناولت الابعاد المركز الأخير بنسبة (11,3%) بواقع 20 تكرارا

موقع الجزيرة نت:

تصدرت المواضيع التي تناولت أسباب الاحتجاجات وذلك بنسبة (29,6%) بواقع 24 تكرارا تم حلت ثانيا المواضيع التي تناولت المواقف بنسبة (18,5%) بواقع 15 تكرارا م تلتها المواضيع التي الإجراءات المتخذة للحد من الاحتجاجات بنسبة (16%) بواقع 13 تكرارا فيما جاءت المواضيع التي تناولت تصريحات المسؤولين والمواضيع التي تناولت الانعكاسات بنفس النسبة أي بنسبة (13,5%) بواقع 11 تكرارا فيما حلت في المركز الأخير المواضيع التي تناولت الابعاد بنسبة (8,6%) بواقع 07 تكرارات.

موقع فرانس 24:

احتلت المواضيع التي تناولت تصريحات المسؤولين المركز الأول بنسبة (33,3%) بواقع 32 تكرارا فيما حلت المواضيع التي تناولت الإجراءات المتخذة المركز الثاني بنسبة (17,7%) بواقع 17 تكرارا ثم تلتها في المركز الثالث المواضيع التي تناولت الابعاد بنسبة (13,5%) بواقع 13 تكرارا ثم حلت رابعا المواضيع التي تناولت المواقف بنسبة (12,5%) بواقع 12 تكرارا فيما حلت المواضيع التي تناولت أسباب الاحتجاجات في المركز الخامس بنسبة (11,4%) بواقع 11 تكرارا وجاءت أخيرا المواضيع التي عاجلت الانعكاسات بنسبة (10,4%) بواقع 10 تكرارات.

أوجه الإتفاق والاختلاف:

_ اختلفا موقعي الدراسة في ترتيب أولويتها عن أبرز المواضيع التي عاجلت إحتجاجات السترات الصفراء حيث حظي كل موقع بترتيب مخالف عن الآخر فالبنسبة لموقع الجزيرة نت احتلت المواضيع التي عاجلت الأسباب المركز الأول بنسبة (29,6%) بينما حل في المركز الثاني المواضيع التي عاجلت المواقف بنسبة (18,5%) ثم ثالثا مواضيع الاجراءات بنسبة (16%) ثم مواضيع الانعكاسات والتصريحات بنفس النسبة (13,5%) وأخيرا مواضيع الابعاد بنسبة (8,6%)

_ اما موقع فرنس 24 فقد احتلت المواضيع التي عاجلت التصريحات المركز الأول بنسبة (33,3%) فيما جاءت مواضيع الإجراءات ثانيا بنسبة (17,7%) ثم ثالثا مواضيع الأبعاد بنسبة (13,5%) ثم رابعا مواضيع المواقف بنسبة (12,5%) ثم خامسا مواضيع الأسباب بنسبة (11,4%) ثم أخيرا مواضيع الإنعكاسات بنسبة (10,4%)

الجدول 02: الأساليب المعتمدة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

يبين الجدول نسب وتكرارات الأساليب المعتمدة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في موقعي الدراسة وكانت النتائج كالاتي:

المواقع الأساليب	الجزيرة نت		فرنس 24		الإتجاه العام	
	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	%
التحليل	21	25,9	27	28,4	48	27,2
الحقائق	03	3,7	05	5,2	08	4,5
الأراء والاقتراحات	07	8,6	19	20	26	14,7
سرد المعلومات	41	50,6	30	31,5	71	40,3
النقد	09	11,1	14	14,7	23	13
المجموع	81	%100	95	%100	176	%100

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

من خلال الجدول يتبين لنا ان أسلوب سرد المعلومات حظي بالمركز الأول بنسبة (40,3%) بواقع 71 تكرارا وتلاه أسلوب التحليل بنسبة (27,2%) بواقع 48 تكرارا في حين حل أسلوب

الآراء والاقتراحات ثالثا بنسبة (14.7%) بواقع 26 تكرارا بينما جاء في المركز الرابع أسلوب النقد بنسبة (13%) بواقع 23 تكرار اما أسلوب عرض الحقائق جاء أخيرا بنسبة (4,5%) بواقع 8 تكرارات

موقع الجزيرة نت:

تصدر أسلوب سرد المعلومات المركز الأول بنسبة (50,6%) بواقع 41 تكرارا وتلاه ثانيا أسلوب التحليل بنسبة (25,9%) بواقع 21 تكرارا في حين حل في المركز الثالث أسلوب النقد بواقع 09 تكرارات ثم جاء أسلوب الآراء والاقتراحات رابعا بنسبة (8,6%) بواقع 07 تكرارات فيما حل أسلوب عرض الحقائق في المركز الأخير بنسبة (3,7%) بواقع 03 تكرارات

موقع فرانس 24

احتل أسلوب سرد المعلومات المركز الأول بنسبة (31,5%) بواقع 30 تكرارا فسما جاء أسلوب التحليل في المركز الثاني بنسبة (28,4%) بواقع 27 تكرارا وجاء ثالثا أسلوب الآراء والاقتراحات بنسبة (20%) بواقع 19 تكرارا وحل رابعا أسلوب النقد بنسبة (14,7%) بواقع 14 تكرارا اما خامسا وأخيرا جاء أسلوب عرض الحقائق بنسبة (5,2%) بواقع 05 تكرارات اوجه الإتفاق والاختلاف:

– اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في اتباع سرد المعلومات حيث جاء في المركز الأول في الجزيرة نت بنسبة (50,6%) مقابل (31,5%) في موقع فرانس 24

– اتفق أيضا في ترتيب اولويتهما في اتباع أسلوب التحليل حيث جاء في المركز الثاني في كلا الموقعين بنسبة (25,9%) في موقع الجزيرة نت مقابل (28,4%) في موقع فرانس 24

– اتفق أيضا في ترتيب اولويتهما في اتباع أسلوب عرض الحقائق حيث حل في المركز الأخير في كلا الموقعين بنسبة (3,7%) في موقع الجزيرة نت مقابل (5,2%) في موقع فرانس 24

– اختلفا الموقعين في ترتيب اولويتهما حيث حل أسلوب الآراء والاقتراحات في المركز الثالث بنسبة (20%) في موقع الجزيرة نت فيما حل ثالثا أسلوب النقد في موقع فرانس 24

الجدول 03: فئة الإتجاه يشمل التأييد او الرفض او الحياد تجاه موضوع حركة السترات الصفراء

يبين الجدول فئة الاتجاه التي تشمل التأييد او الرفض او الحياد تجاه موضوع حركة السترات الصفراء في موقعي الدراسة وجاءت النتائج كالآتي:

الموقع الإتجاه	الجزيرة نت		فرنس 24		الإتجاه العام	
	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	%
مؤيد	16	19,7	30	31,5	46	26,1
معارض	54	66,6	45	47,3	99	56,2
حيادي	11	13,5	20	21	31	17,6
المجموع	81	%100	95	%100	176	%100

الاتجاه العام لموقع الدراسة:

من خلال الجدول يتبين لنا ان نسبة موقف الرفض حظي بأعلى نسبة (56,2%) بواقع 99 تكرارا ثم تلتها التأييد بنسبة (26,1%) بواقع 46 تكرارا فيما حل الحياد أخيرا بنسبة (17,6%) بواقع 31 تكرارا

موقع الجزيرة نت:

حل موقف الرفض لاحتجاجات السترات الصفراء المركز- الأول بنسبة (66,6%) بواقع 54 تكرارا فيما حل موقف التأييد في المركز الثاني بنسبة (19,7%) بواقع 16 تكرارا بينما جاء موقف الحياد ثالثا وأخيرا بنسبة (13,5%) بواقع 11 تكرارا

موقع فرنس 24:

تصدر موقف الرفض لاحتجاجات السترات الصفراء المركز الأول بنسبة (47,3%) بواقع 45 تكرارا فيما جاء موقف التأييد في المركز الثاني بنسبة (31,5%) بواقع 30 تكرارا فيما حل موقف الحياد في المركز الأخير بنسبة (21%) بواقع 20 تكرارا

أوجه الإتفاق والاختلاف:

__ اتفق الموقعان في ترتيب أولويتهم حيث جاء الترتيب متشابهما في كلا الموقعين فحلت في المركز الأول المواضيع موقف الرفض فجاء بنسبة (66,6%) في موقع الجزيرة نت مقابل نسبة (47,3%) وجاء في المركز الثاني موقف التأييد وذلك بنسبة (19,7%) في موقع الجزيرة نت مقابل (31,5%) في موقع فرانس 24 فيما جاء في المركز الثالث والأخير موقف الحياد ففي الجزيرة نت جاء بنسبة (13,5%) مقابل نسبة (21%) فرانس 24

الجدول 04: فئة المصدر او الجهة التي حصل منها المعلومة:

يوضح الجدول تكرارات ونسب المصادر الإعلامية التي اعتمد عليها موقعي الدراسة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء وجاءت النتائج كالآتي:

الموقع		الجزيرة نت		فرانس 24		الإتجاه العام	
المصدر	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية
المراسل	04	4,9	02	2,1	06	3,4	
كاتب او محرر	09	11,1	07	7,3	16	09	
وكالات الأنباء	35	43,2	77	81	112	63,6	
قنوات فضائية	21	25,9	05	5,2	26	14,7	
مطبوعات ودوريات	11	13,5	01	01	12	6,8	
بدون مصدر	01	1,2	03	3,1	04	2,2	
المجموع	81	%100	95	%100	176	%100	

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

من الجدول يتبين لنا ان مصادر وكالات الأنباء احتلت المركز الأول بنسبة (63,6%) بواقع 112 تكرارا ثم تلتها مصادر قنوات فضائية بنسبة (14,7%) فيما حلت مصادر محرر او كاتب في المركز الثالث بنسبة (9%) بواقع 16 تكرارا وجاءت مصادر ومطبوعات في المركز الرابع بنسبة (6,8%) بواقع 12 تكرارا فيما حل في المركز الخامس مصادر المراسل الصحفي بنسبة (3,4%) بواقع 06 تكرارات اما سادسا وأخيرا فجاءت مصادر دون مصدر بنسبة (2,2%) بواقع 04 تكرارات.

موقع الجزيرة نت:

احتلت مصادر وكالات الانباء المركز الأول بنسبة (43,2%) بواقع 35 تكرارا بينما احتلت مصادر قنوات فضائية المركز الثاني بنسبة (25,9%) بواقع 21 تكرارا وجاء في المركز الثالث مصادر مطبوعات ودوريات بنسبة (13,5%) بواقع 11 تكرار فيما حلت مصادر كاتب او محرر في المركز الرابع بنسبة (11,1%) بواقع 09 تكرارات اما مصادر المراسل الصحفي فجاءت في المركز الخامس بنسبة (4,9%) بواقع 04 تكرارات فيما جاءت سادسا وأخيرا بدون مصدر بنسبة (1,2%) بواقع تكرار واحد

موقع فرنس 24:

تصدرت مصادر وكالات الأنباء المركز الأول بنسبة (89%) بواقع 77 تكرارا فيما جاءت مصادر محرر ا أو كاتب في المركز الثاني بنسبة (7,3%) بواقع 07 تكرارات اما مصادر قنوات فضائية فحلت ثالثا بنسبة (5,2%) بواقع 05 تكرارات وجاءت مصادر بدون مصدر رابعا بنسبة (3,1%) بواقع 03 تكرارات واحتلت مصادر المراسل الصحفي المركز الخامس بنسبة (2,1%) بواقع 02 تكراران وفي الأخير جاءت مصادر مطبوعات ودوريات بنسبة (1%) بواقع تكرار واحد

أوجه الإتفاق والاختلاف:

_ اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في اعتماد مصادر وكالات الانباء حيث جاءت في المركز الأول في كلا الموقعين وذلك بنسبة (43,2%) في موقع الجزيرة نت مقابل نسبة (89%) في موقع فرنس 24

_ اختلف الموقعان في ترتيب اولويتهما في اعتماد مصادر قنوات فضائية حيث جاءت في المركز الثاني بنسبة (25,9%) في موقع الجزيرة نت فيما حلت مصادر محرر او كاتب ثانيا في موقع فرنس 24 بنسبة (7,3%)

_ اختلف الموقعان في ترتيب اولويتهما ففي موقع الجزيرة نت تم اعتماد مصادر قنوات فضائية المركز الثاني بنسبة (25,9%) وجاء في المركز الثالث مصادر مطبوعات ودوريات بنسبة (13,5%) فيما حلت مصادر كاتب او محرر في المركز الرابع بنسبة (11,1%) اما مصادر

المراسل الصحفي فجاءت في المرك الخامس نسبة (4,9%) فيما جاءت سادسا وأخيرا بدون مصدر بنسبة (1,2%)

اما موقع فرنس 24 فقد تم اعتماد مصادر محرر أو كاتب في المركز الثاني بنسبة (7,3%) اما مصادر قنوات فضائية فحلت ثالثا بنسبة (5,2%) وجاءت مصادر بدون مصدر رابعا بنسبة (3,1%) واحتلت مصادر المراسل الصحفي المركز الخامس بنسبة (2,1%) وفي الأخير جاءت مصادر مطبوعات ودوريات بنسبة (1%)

2- 3 فئة الشكل (كيف فيل)

الجدول 01: الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء
يبين الجدول تكرارات ونسب الأنواع او الاشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء وجاءت النتائج كالآتي:

الموقع	الجزيرة نت		فرنس 24		الإتجاه العام	
	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	%
التقرير	41	50,6	62	65,2	103	58,5
الخبر	27	33,3	29	30,5	56	31,8
الحديث	00	00	00	00	00	00
المقال	13	16	04	4,2	17	9,6
الروبورتاج	03	3,7	00	00	03	1,7
التحقيق	00	00	00	00	00	00
المجموع	81	%100	95	%100	176	%100

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

من خلال الجدول يتبين لنا ان التقرير الصحفي كان أكثر الأنواع استعمالا حثت جاء في المركز الأول بنسبة (58,5%) بواقع 103 تكرارا فيما جاء الخبر الصحفي في المركز الثاني بنسبة (31,8%) بواقع 56 تكرارا وجاء ثالثا المقال بنسبة (9,6%) بواقع 17 تكرارا فيما اما الروبورتاج فجاء رابعا بنسبة (1,7%) بواقع 03 تكرارات فيما لم تحظى الأنواع التالية (الحديث،

التحقيق) باي تكرارات من اجمالي الأنواع الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

موقع الجزيرة نت:

تصدر التقرير الصحفي الأنواع الصحفية الأكثر استخداما حيث حل في المركز الأول بنسبة (50%) بواقع 41 تكرارا فيما جاء الخبر الصحفي في المركز الثاني بنسبة (33,3%) بواقع 27 تكرارا اما المقال فحل ثالثا بنسبة (16%) بواقع 10 تكرارات وجاء الروبورتاج في المركز الرابع بنسبة (1,7%) بواقع 03 تكرارات فيما لم تحظى الأنواع الصحفية التالية (الحديث، التحقيق) باي تكرار من اجمالي الاشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في موقعي الدراسة

موقع فرانس 24:

احتل التقرير الصحفي المركز الأول كأكثر الأنواع الصحفية بنسبة (63%) بواقع 62 تكرارا فيما جاء الخبر الصحفي في المركز الثاني بنسبة (30,5%) بواقع 29 تكرارا فيما حل المقال ثالثا بنسبة (4,2%) بواقع 04 تكرارات فيما لم تحظى الأنواع الصحفية التالية (الحديث، الروبورتاج، التحقيق) باي تكرار من اجمالي الاشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء في موقعي الدراسة

أوجه الإتفاق والاختلاف:

- اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في استخدام التقرير الصحفي حيث جاء في المرتبة الأولى في كلا الموقعين فبلغ في موقع الجزيرة (50%) مقابل (63%) في موقع فرانس 24
- اتفق الموقعين في ترتيب اولويتهما في استخدام الخبر الصحفي حيث جاء في المركز الثاني في كلا الموقعين حيث جاء بنسبة (33,3%) مقابل (30,5%) في موقع فرانس 24
- اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في استخدام المقال الصحفي حيث جاء في المركز الثالث في كلا الموقعين فجاء بنسبة (9,6%) مقابل (16%) في موقع فرانس 24
- اختلفا موقعا الدراسة في ترتيب اولويتهما في استخدام الروبورتاج حيث حل رابعا في موقع الجزيرة نت بنسبة (1,7%) اما موقع فرانس 24 فجاء بدون تكرارات ونسب
- موقعي الدراسة لم تعطي أي اهتمام يذكر للأنواع الاتية (الحديث، التحقيق)

الجدول 02: العناوين المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

يبين الجدول تكرارات ونسب العناوين الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء وجاءت النتائج كالآتي:

الإتجاه العام		فرنس 24		الجزيرة نت		الموقع العناوين
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
48,7	176	44,6	95	54,7	81	رئيسية
51,2	185	55,3	118	45,2	67	فرعية
%100	361	%100	213	%100	148	المجموع ¹

الاتجاه العام لموقعي الدراسة:

من خلال الجدول يتبين ان العناوين الفرعية حازت على المركز الأول بنسبة (51,2%) بواقع 185 تكرار فيما حلت العناوين الرئيسية على المركز الثاني بنسبة (48,7%) بواقع 176 تكرار .

موقع الجزيرة نت:

احتلت العناوين الرئيسية المركز الأول بنسبة (54,7%) بواقع 81 تكرار فيما جاءت العناوين الفرعية ثانيا بنسبة (45,2%) بواقع 67 تكرار

موقع فرنس 24:

تصدرت العناوين الفرعية المركز الأول بنسبة (55,3%) بواقع 118 تكرار اما العناوين الرئيسية فجاءت في المركز الثاني بنسبة (44,6%) بواقع 95 تكرار

أوجه الاتفاق والاختلاف:

— اختلفا موقعا الدراسة في ترتيب اولويتها ففي موقع الجزيرة نت جاءت العناوين الرئيسية في المركز الأول بنسبة (54,7%) فيما حلت العناوين الفرعية المركز الثاني بنسبة (45,2%) اما موقع فرنس 24 فقد جاءت العناوين الفرعية في المركز الأول بنسبة (55,3%) اما المركز الثاني فحلت العناوين الرئيسية بنسبة (44,6%)

¹المجموع هذا لا يتساوي مع عدد المواد الاعلامية لانه قد يوافق الموضوع أكثر من عنوان فرعي في الموضوع الواحد .

الجدول 03: الصورة الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء
يبين الجدول تكرارات ونسب الصورة الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات
الصفراء وجاءت النتائج كالتالي:

الإتجاه العام		فرنس 24		الجزيرة نت		الموقع الصورة ص
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
2,2	04	01	01	3,7	03	خبرية
33,5	59	14,7	14	55,5	45	موضوعية
14,7	26	12,6	12	17,2	14	شخصية
49,3	87	71,5	68	23,4	19	بدون صورة
%100	176	%100	95	%100	81	المجموع

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

جاءت بدون صورة في المركز الأول وذلك بنسبة (49,3%) بواقع 87 فيما حلت
الصورة الموضوعية في المركز الثاني بنسبة (33,5%) بواقع 59 تلتها الصورة الشخصية في المركز
الثالث بنسبة (14,7%) بواقع 26 تكرارا اما في المركز الرابع والأخير فحلت الصورة الخبرية
بنسبة (2,2%) بواقع 04 تكرارات

موقع الجزيرة نت:

تصدرت الصورة الموضوعية المركز الأول بنسبة (55,5%) وبواقع 45 تكرارا فيما حلت
بدون صورة في المركز الثاني بنسبة بلغت (23,4%) وبواقع 19 تكرارا وجاءت الصورة الشخصية
في المركز الثالث بنسبة (17,2%) وبواقع 14 تكرارا اما الصورة الخبرية فجاءت رابعا وأخيرا
بنسبة (3,7%) وبواقع 03 تكرارات

موقع فرنس 24:

احتلت بدون صورة المركز الأول بنسبة (71,5%) بواقع 68 تكرارا وجاءت في المركز
الثاني الصورة الموضوعية بنسبة (14,7%) بواقع 14 تكرارا فيما حلت الصورة الشخصية ثالثا
بنسبة (12,6%) بواقع 12 تكرارا اما الصورة الخبرية فجاءت رابعا وأخيرا بنسبة (01%) وبواقع
تكرار واحد

أوجه الاتفاق والاختلاف:

– اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في استخدام الصورة الخيرية حيث حلت في المركز الرابع والأخير في كلا الموقعين ف جاء بنسبة (3,7%) في موقع الجزيرة نت مقابل نسبة (01%) في موقع فرانس 24

– اتفق الموقعان في ترتيب اولويتهما في استخدام الصورة الشخصية حيث حلت ثالثا في كلا الموقعين فجاءت بنسبة (17,2%) في موقع الجزيرة نت مقابل نسبة (12,6%) في موقع فرانس 24

– اختلف الموقعان في ترتيب اولويتهما حيث جاءت الصورة الموضوعية في المركز الأول في موقع الجزيرة نت وذلك بنسبة (55,5%) اما موقع فرانس 24 فحلت بدون صورة المركز الأول بنسبة (71,5%)

جدول 04: اهم الوسائط الإعلامية المستعملة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء
يبين الجدول تكرارات ونسب أهم الوسائط الإعلامية المستعملة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء وكانت النتائج كالآتي:

الموقع الوسائط	الجزيرة نت		فرانس 24		الإتجاه العام	
	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	%
الفيديو	21	91,3	58	61	79	66,9
ملف صوتي	02	9,5	00	00	02	1,6
خرائط ورسومات	00	00	00	00	00	00
نص متشعب	00	00	37	38,9	37	31,3
المجموع	23	100	95	100	118	100

الإتجاه العام لموقعي الدراسة:

يتبين لنا من خلال الجدول ان الفيديو كان أكثر الوسائط الإعلامية استخداما حيث جاء في المركز الأول بنسبة (66,9%) بواقع 79 تكرارا فيما جاء النص المتشعب في المركز الثاني بنسبة (31,3%) بواقع 37 تكرارا فيما جاء ملف صوتي في المركز الثالث بنسبة (1,6%) بواقع 02 تكراران فيما لم يحظ خرائط ورسومات باي تكرار من اجمالي الوسائط الإعلامية المستعملة

موقع الجزيرة نت:

احتل الفيديو المركز الأول بنسبة (91,3%) بواقع 21 تكرار فيما جاء الملف الصوتي ثانيا بنسبة (9,5%) بواقع 02 تكرار فيما لم تحظ كل من الوسائط الإعلامية التالية (خرائط ورسومات، النص التشعبي) باي تكرار من إجمالي الوسائط الإعلامية المستعملة

موقع فرنس 24:

تصدر الفيديو اهم الوسائط الإعلامية المستعملة حيث جاء أولا بنسبة (61%) بواقع 58 تكرار فيما جاء النص المتشعب ثانيا بنسبة (38,9%) بواقع 37 تكرار فيما لم يحظ كل من الوسائط التالية (النص الصوتي وخرائط ورسومات) باي تكرار يذكر من إجمالي الوسائط الإعلامية المستعملة

أوجه الاتفاق والاختلاف:

— اتفق موقعي الدراسة في ترتيب اولويتهما في استخدام الفيديو كأكثر الوسائط الإعلامية استعمالا حيث حل في المركز الأول في كلا الموقعين حيث جاء بنسبة (91,3%) في موقع الجزيرة نت مقابل نسبة (61%) في موقع فرنس 24

— اختلف الموقعان في ترتيب أولويتهما حيث جاء النص الصوتي في المركز الثاني في موقع الجزيرة نت بنسبة (9,5%) فيما حل النص التشعبي المركز الثاني في فرنس 24 بنسبة (38,9%)

— لم يحظ في كلا الموقعين كل من خرائط ورسومات باي تكرار من إجمالي الوسائط المستعملة

الجدول 05: اهم العناصر التفاعلية المستعملة في المعالجة الإعلامية للسترات الصفراء

يبين الجدول اهم العناصر التفاعلية المستعملة في المعالجة الإعلامية للسترات الصفراء وجاءت النتائج كالآتي:

عناصر تفاع	الموقع	الجزيرة نت	فرنس 24
ردود وتعليقات	غير متاح	غير متاح	غير متاح
النشر والمشاركة	غير متاح	متاح	متاح
الربط بتطبيقات الهاتف	غير متاح	متاح	متاح
الربط بالشبكات	متاح	متاح	متاح
استطلاع الراي	غير متاح	غير متاح	غير متاح
تقييم الموضوع	غير متاح	غير متاح	غير متاح

الاتجاه العام لموقعي الدراسة:

من خلال الجدول يتبين لنا ان موقعي الدراسة اتاحت العناصر التفاعلية التالية النشر والمشاركة والربط بالشبكات والربط بتطبيقات الهاتف فيما لم تحظ العناصر التالية رودود وتعليقات واستطلاع الراي، تقييم الموضوع باي اهتمام يذكر من اجمالي العناصر التفاعلية

موقع الجزيرة نت:

أتاح موقع الجزيرة نت عنصر الربط بالشبكات فقط فيما لم تحظ العناصر التفاعلية التالية الخرى باي اهتمام يذكر من اجمالي العناصر التفاعلية

موقع فرنس 24:

أتاح موقع فرنس 24 العناصر التفاعلية التالية النشر والمشاركة الربط بالشبكات والربط بتطبيقات الهاتف فيما لم تح العناصر التالية رودود وتعليقات استطلاع الراي وتقييم الموضوع باي اهتمام يذكر من اجمالي العناصر التفاعلية

أوجه الاتفاق والاختلاف:

__ اتفق موقعا الدراسة في استخدام عنصر الربط بالشبكات

__ اختلفا موقعا الدراسة في استخدام العناصر التالية النشر والمشاركة والربط بتطبيقات الهاتف

النقال حيث توفرت لدي موقع فرنس 24 بينما لم تح باي اهتمام يذكر من موقع الجزيرة نت

__ العناصر التفاعلية التالية رودود وتعليقات استطلاع الراي وتقييم الموضوع لم تحظ باي اهتمام

يذكر في كلا الموقعين

3-مناقشة وصياغة نتائج الدراسة التحليلية:

من خلال البيانات التي تضمنتها الجداول السابقة يتبين ان موقعي الجزيرة وفرنس 24 تناولوا حدث احتجاجات حركة السترات الصفراء بأسلوب وكيفية تتلاءم مع السياسة الإعلامية لكل موقع وبمعالجة متقاربة في الشكل والمضمون باعتبار ان الموضوع حدث اجتماعي وسياسي في ان واحد يستوجب اعتماد منهجية في الطرح والتحليل والمناقشة والاقتراب أكثر الى الموضوعية والحياد في نقل الموضوعات كما ان المواضيع الاجتماعية تقدم حقائق واقعية تساعد المهتمين في اتخاذ القرارات المناسبة

ومن خلال المعالجة أيضا نرى ان الموقعين ركزا على عموما على معالجة أسباب احتجاجات حركة السترات الصفراء وكذلك البحث في التوقعات المستقبلية لهاته الحركة الاحتجاجية وأين تصل في حين غاب التحليل المعمق للانعكاسات الخطيرة والنتائج السلبية ومن هنا يمكننا صياغة النتائج العامة:

- 1) اهتم الموقعان بمعالجة موضوع أسباب الاحتجاجات وكذلك عرض تصريحات المسؤولين سواءا تعلق الامر بالرئيس ماكرون او رئيس الوزراء حيث جاءت في المركز الأول والثاني تواليا التصريحات بنسبة (24,4%) والأسباب بنسبة (19,8%) إضافة الى الإجراءات المتعلقة بالحد من هذه الاحتجاجات وكان الاختلاف بنسب بسيطة ومتقاربة ويأتي هذا الاهتمام بالأسباب والتصريحات لان احتجاجات السترات الصفراء كانت مادة إعلامية دسمة للكثير من الوسائل الإعلامية آنذاك لذلك وجب الاهتمام بأسباب الاحتجاجات وتقديم التصريحات والتوضيحات لإنارة الرأي العام
- 2) اعتمد الموقعان على أسلوب سرد المعلومات وأسلوب التحليل في معالجتها الخاصة باحتجاجات حركة السترات الصفراء حيث جاء بنسبة (40,3%) لأسلوب سرد المعلومات ونسبة (27,2%) لأسلوب التحليل وهما اسلوبان مناسبان لمعالجة مثل هاته المواضيع والاحداث خاصة أسلوب سرد المعلومات لاعتماد موقعي الدراسة على الطابع الخبري في نقل المعلومات أكثر من أي طابع اخر فيما نجد اختلافا بين الموقعين في استعمال الأساليب الأخرى
- 3) أظهرت النتائج ان الموقعين تبنيوا موقفا سلبيا إزاء احتجاجات حركة السترات الصفراء وهذا ما بينته النتائج حيث جاء موقف الرفض بنسبة (56,2%) في حين حقق موقف الاتجاه الايجابي للموقعين ما نسبته (26,2%) اما اقل نسبة فعادت لموقف الحياد بنسبة (17,6%)

4) اعتمد الموقعين بشكل على وكالات الانباء العالمية والقنوات الفضائية في تحصيل المعلومات الخاصة باحتجاجات حركة السترات الصفراء وهذا ما يظهر جليا حيث احتلت وكالات الانباء العالمية المركز الأول بنسبة (63,6%) حيث اعتمدا الموقعان بشكل كبير على وكالات الانباء خاصة العالمية في شكل وكالة رويترز باعتبارها احدى اهم الوكالات الإعلامية الكبرى ووكالة الانباء الفرنسية بكل خاص بالنسبة لموقع فرنس 24 ويعود هذا الاهتمام الى كون جل المضامين جاءت في طابع اخباري وما يعرف عن وكالات الانباء انما تتحرى الحول على المعلومة الدقيقة والرسمية بما يكفل المصدقية والجدية التي تنمي بها في نقل الاخبار والمعلومات بينما نجد الاختلاف في الاعتماد على المصادر الأخرى بين الموقعين وهذا يرجع الى تعامل الموقعين مع مصادر المعلومة

5) اعتمد الموقعان على التقرير الصحفي والخبر في معالجتها الإعلامية لاحتجاجات حركة السترات الصفراء حيث حظي التقرير بأعلى نسبة بين الموقعين حيث بلغت (58,5%) اما الخبر فجاء ثانيا بنسبة (31,8%) فيما حظي المقال والروبورتاج بنسب ضئيلة ويعود هذا الاعتماد بشكل كبير على التقرير الصحفي الى ما ذكرناه في الفصل النظري الى ان المواقع الالكترونية لها خصائصها في الكتابة الصحفية حيث ان التقرير يعطي مجالا أوسع لتقديم المعلومة وتطوراتها كذلك الاعتماد على وكالات الانباء يؤدي الى تطوير المادة وعرضها في تقرير كما ان المواضيع ذات الحركات الاحتجاجية لها خاصية تنفرد بها عن المواضيع الأخرى وتستدعي العودة الى الاحداث السابقة لتدعيم الاحداث

اما الاعتماد على الخبر في المركز الثاني فهذا يعود الى ان الخبر يستخدم أكثر في التغطية الانية للأخبار وهذا ما يحتاجه موضوع كاحتجاجات حركة السترات الصفراء فهي تحتاج الى تغطية او نزول الى الميدان لتغطية الاحداث وتقديم الاخبار العاجلة

6) العناوين الفرعية هي الأكثر استخداما في موقعي الدراسة وجاءت بنسبة (51,2%) تلتها العناوين الفرعية بنسبة (48,7%) ويعود الى الاكثار من استعمال العناوين الفرعية الى المواد الإعلامية المطروحة عاجلت بشكل كبير من التحليل والتوضيح لان الموضوع الواحد في يجوي أكثر من عنوان فرعي وهذا ما تتطلبه مواضيع كهذه لإزالة اللبس والغموض عن القارئ

7) جاءت بدون صورة في المركز الأول بنسبة بلغت (49,3%) وهي نسبة كبيرة مما يعطي دلالة بضعف تناول المواقع للصور خلال المادة الإعلامية المنشورة ولا بد من إعطاء المزيد من الأهمية

للصور المرفقة فيما حلت الصور الموضوعية المرتبطة بموضوع التقرير او الخبر ثانيا وجاءت بنسبة (33,5%) والصور الشخصية التي تمثل أصحاب التصريحات بنسبة (14,7%) ونجد تواجد ضئيل للصورة الخيرية

(8) ظهر الفيديو والنص التشعبي كأكثر الوسائط الإعلامية استخداما وهذا ما بينته النتائج حيث جاء الفيديو بنسبة (66,6%) اما النص التشعبي فجاء بنسبة (31,3%) وتعتبر هاته الوسائط أدوات هامة في تعزيز المصدقية فيما لم تحظى خرائط ورسومات باي اهتمام يذكر ويرجع هذا الى الاعتماد على الكتابة والصورة في هاته المواقع من اجل الشرح والتوضيح

(8) أتاح موقعا الدراسة الربط بالشبكات الاجتماعية وهذا ما يؤكد حرص الموقعين بربط موضوعاتها بالشبكات الاجتماعية وهو ما يعود عليها بالإقبال الكبير من طرف الجمهور وبالتالي يمكن من خلالها الوصول إليهم بشكل اكبر

فيما أتاح موقع فرنس 24 الربط بتطبيقات الهاتف النقال وهي خاصية تمكن الجمهور من البقاء على اتصال تام بالموقع كما أتاح الموقع كذلك خاصية المشاركة وهو ما يمكن من مشاركة المواضيع مع مجموعة كبيرة من الأشخاص وهذا ما يعد جانبا أساسيا في تعزيز التواصل



خاتمة

- على ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة التحليلية الخاصة بتحليل المضمون لحركة السترات الصفراء في موقعي الدراسة الجزيرة نت وموقع فرانس 24 يمكن طرح مجموعة من التوصيات:
- (1) زيادة الاعتماد على المصادر المتعددة والتقليل من الاعتماد على وكالات الانباء لإضفاء مصداقية أكبر على الخبر او التقرير والحرص على تقديمه بموضوعية دون تدخل جهات اخرى
 - (2) التنوع في الأساليب المتبعة لعرض الحقائق ومناقشة المواضيع وإعطاء مجال للجمهور لإبداء رايه حول الموضوع وكذلك اعتماد التحليل المعمق لتنوير الراي العام
 - (3) ضرورة التنوع في استخدام الأنواع الصحفية والاهتمام أكثر بالأنواع الصحفية الأخرى خاصة التحقيق الصحفي لما له من أهمية في كشف ابعاد أخرى للخبر حيث يعتبر أكثر عمقا وزيادة التركيز على التقارير الموسعة بدلا من الاخبار المختصرة حتى يلم القارئ بكافة التفاصيل
 - (4) ضرورة ارفاق الصور مع المادة الإعلامية وخاصة الصورة الخيرية لتوضيح الخبر حيث ان الصورة قادرة على ترسيخ المصداقية لدى القارئ
 - (5) التركيز بصورة أكثر على الوسائط وخاصة الرسومات والخرائط وذلك من اجل التوضيح أكبر ولوضع المتصفح في قلب الحدث
 - (6) استثمار كافة العناصر التفاعلية والاستفادة من كافة الخدمات الالكترونية الحديثة التي تتيحها شبكة الانترنت وتفعيلها بشكل أفضل لخدمة الجمهور



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع والمصادر

أولا: المراجع

1. إحسان مُحمَّد الحسن :مناهج البحث الاجتماعي ،ط1،دار وائل للنشر والتوزيع ،عمان 2005.
2. انظر ويكيديا
3. أياد الصفر ويوسف أبو عبيد: مهارات الكتابة الصحفية، ط1، دار عالم الثقافة، الاردن، 2010.
4. بشير العلاق :نظريات الاتصال مدخل متكامل ،ط1،دار البازوي العلمية ،الاردن2010.
5. البشير بن صالح :المنطق ومناهج البحث الإعلامي، مكتبة أقرأ قسنطينة .
6. حسين نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري المدخل والوسائط،ط1،مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع،القاهرة،2001.
7. خالد الهادي ،قدي عبد المجيد:المرشد في المنهجية وتقنيات البحث العلمي دار هومة للنشر والطباعة ،الجزائر،1996،ص43
8. الدليمي عبد الرزاق: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية،ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الاردن،2011.
9. رحي مصطفى عليان،عثمان مُحمَّد غنيم:مناهج أساليب البحث العلمي ،النظرية والتطبيق ط1،دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان،2000.
10. سعد سليمان المشهداني :مناهج البحث الإعلامي ،دار الكتاب الجامعي ،دولة الإمارات العربية المتحدة ،2017.
11. سليمان زيد : الصحافة الالكترونية،ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،2009.
12. سمير مُحمَّد حسين :بحوث الإعلام ،عالم الكتب،القاهرة ،1995.
13. السيد بنحيت : الانترنت وسيلة اتصال جديدة،ط1،دار الكتاب الجامعي،الإمارات،2004.
14. شفيق حسين : الإعلام التفاعلي،ط1،دار فكر وفن الطباعة والنشر،القاهرة،2010.

15. عامر قنذلي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ط1، دار المسيرة للشراء والتوزيع، عمان، 2008.
16. عبد الحميد مُجَّد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1 عالم الكتب، القاهرة، 2008.
17. عبد الرزاق الدليمي: التحرير الصحفي، ط1، دار المسيرة، الاردن، 2012.
18. عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر 2010.
19. عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، ط1، دار مجدلاوي، الاردن، 2012.
20. علم الدين محمود : الصحافة الالكترونية مقدمة، ط1، النجدي للصف والخراج التصويري، القاهرة، 2008.
21. علم الدين محمود: الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
22. عيشة ابو الفضل : الإعلام الالكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
23. فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، ط1، دار عالم الكتب، مصر، 1992.
24. فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، ط1، دار النشر للجامعات. القاهرة، 2001.
25. فريد مصطفى : تكنولوجيا الخبر الصحفي، ط1، الأردن، 2010.
26. فيروز رزاقه : في منهجية البحث الاجتماعي، منشورات مكتبة أقرأ، قسطنية 2007.
27. الفيصل أمير: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشرف، عمان، 2005.
28. مُجَّد الزغبى وآخرون : الحاسوب والبرمجيات الجاهزة، العدد الثاني، مجلة تكرسين للعلوم الادارية والاقتصادية، 2004.
29. مُجَّد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار المعارف، القاهرة، 1993.
30. مُجَّد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط3، دار عالم الكتب، مصر، 2004.
31. مُجَّد قباري: مناهج البحث في علم الاجتماع، منشأة المعارف، الإسكندرية .
32. مُجَّد معوض وبركات عبد العزيز: فن الخبر الاذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، مصر، 2007.

33. مكاوي حسن عماد و السيد ليلي:الاتصال ونظرياته المعاصرة،الدار المصرية القاهرة 2006،

34. موسى شيرين : المواقع الالكترونية الاجبارية دراسة في المفاهيم والمصادقية،ط1،دار العالم العربي،القاهرة،2015.

35. نبيل حداد: في الكتابة الصحفية السمات المهارات الاشكال، دار الكندي، الأردن،2008.

36. نصر حسين الانترنت والإعلام الصحافة الالكترونية مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت،2003.

37. نصير بوعلي :الإعلام والبعد الحضاري دراسات في الإعلام والقيم ،ط1،دار الجرائد الفجر 2007.

الرسائل والاطروحات

1. رحاب سليمان: الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية في إطار مفهوم القمة المتواصلة في مصر ،دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة، 2008،.

2. الحجاز امل : اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الانترنت، دراسة ميدانية، رسالة بكالوريوس غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة، 2008،.

3. تريان ماجد : الإعلام الفلسطيني وتهويد القدس، بحث مقدم لمؤتمر القدس الرابع، مركز قدس للدراسات والأبحاث غزة، 7 يونيو 2010،.

4. علي طيب وتوفيق طرباق: المعالجة الإعلامية للقضايا المرتبطة بتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام، دراسة تحليلية لصحيفة الخبر، رسالة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهدي، 2015.

5. وسام نصر:أجندة إهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية شؤون المرأة المصرية ،دراسة مقارنة ،العددالثاني ،المحلية المصرية لبحوث الرأي العام ،جامعة القاهرة ،2003.



الملاحق

استمارة تحليل المحتوى

24 دراسة مقارنة بين موقعي الجزيرة نت وفرنس

من إعداد الطالبين:

تحت إشراف الأستاذ:

ابليلة مبروك

بايشي عبد الحميد

اقصاصي عبد الحميد

السنة الجامعية: 2019-2020 :

(أولاً: فئة الموضوع (ماذا قيل)

الجدول 01: المواضيع الرئيسية الخاصة بالمعالجة الإعلامية بحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		المواقع المواضيع
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
						أسباب
						أبعاد
						إجراءات
						إنعكاسات
						مواقف
						تصريحات

الجدول 02: الأساليب المعتمدة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		المواقع
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	الأساليب
						التحليل
						الحقائق
						الآراء والاقتراحات
						سرد المعلومات
						النقد
						المجموع

الجدول 03: فئة الإتجاه يشمل التأييد او الرفض او الحياد تجاه موضوع حركة السترات الصفراء:

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	الإتجاه
26,1	46	31,5	30	19,7	16	مؤيد
56,2	99	47,3	45	66,6	54	معارض
17,6	31	21	20	13,5	11	حيادي
%100	176	%100	95	%100	81	المجموع

الجدول 04: فئة المصدر او الجهة التي حصل منها المعلومة

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع المصدر
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
						المراسل
						كاتب او محرر
						وكالات الأنباء
						قنوات فضائية
						مطبوعات ودوريات
						بدون مصدر
						المجموع

2- فئة الشكل (كيف فيل)

الجدول 01: الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع الفنون الصحفية
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
						التقرير
						الخبر
						الحديث
						المقال
						الريورتاج
						التحقيق
						المجموع

الجدول 02: العناوين المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع العناوين
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
						رئيسية
						فرعية
						المجموع

الجدول 03: الصورة الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع الصورة ص
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	
						خبرية
						موضوعية
						شخصية
						بدون صورة
						المجموع

جدول 04: اهم الوسائط الإعلامية المستعملة في المعالجة الإعلامية لحركة السترات الصفراء

الإتجاه العام		24 فرنس		الجزيرة نت		الموقع
%	الكمية	%	الكمية	%	الكمية	الوسائط
66,9	79	61	58	91,3	21	الفيديو
1,6	02	00	00	9,5	02	ملف صوتي
00	00	00	00	00	00	خرائط ورسومات
31,3	37	38,9	37	00	00	نص متشعب
100	118	100	95	100	23	المجموع

الجدول 05: اهم العناصر التفاعلية المستعملة في المعالجة الإعلامية للسترات الصفراء

24 فرنس	الجزيرة نت	الموقع
		عناصر تفاع
		ردود وتعليقات
		النشر والمشاركة
		الربط بتطبيقات الهاتف
		الربط بالشبكات
		استطلاع الراي
		تقييم الموضوع