



معالجة الصحف الإلكترونية العراقية لموضوعات التنمر في المجتمع العراقي

”دراسة تحليلية“

أ.م.د. أنمار وحيد فيضي

كلية الاعلام / جامعة بغداد

Abstract

The unique characteristics of electronic newspapers distinguish them as a separate form of media. These distinctive features, known as media richness, distinguish electronic newspapers from traditional media. As a result, more and more people are turning to online newspapers because of the specific features they offer. The main factor that attracts the public to electronic journalism is its high level of media richness. The use of the Internet as a medium for electronic journalism has given different features to media richness. This electronic press is characterized by multiple aspects of media richness due to the unique features provided by the electronic medium. Speed of publication, interactivity, integration of multimedia elements, use of hypertext, personal content, instant feedback and access to electronic archives are the salient characteristics of electronic journalism. These features have expanded the scope of journalism beyond traditional boundaries and facilitated the development of innovative tools for information processing. As a result, electronic journalism has become a dynamic media platform that keeps pace with the rapid technological progress of the current era.

المخلص

إن الخصائص الفريدة للصحف الإلكترونية تميزها كشكل منفصل من وسائل الإعلام. وهذه السمات المميزة، المعروفة بالثراء الإعلامي، تميز الصحف الإلكترونية عن وسائل الإعلام التقليدية. ونتيجة لذلك، يتجه المزيد والمزيد من الناس إلى الصحف الإلكترونية بسبب الخصائص المحددة التي تقدمها. إن العامل الأساسي الذي يجذب الجمهور إلى الصحافة الإلكترونية هو مستواها العالي من الثراء الإعلامي. لقد منح استخدام الإنترنت كوسيلة للصحافة الإلكترونية سمات مختلفة للثراء الإعلامي. وتتميز هذه الصحافة الإلكترونية بأوجه متعددة من الثراء الإعلامي نظراً للميزات الفريدة التي يوفرها الوسيط الإلكتروني. إن السرعة في النشر والتفاعل وتكامل عناصر الوسائط المتعددة واستخدام النص التشعبي والمحتوى الشخصي والتغذية الراجعة الفورية والوصول إلى الأرشيف الإلكتروني هي الخصائص البارزة للصحافة الإلكترونية. وقد وسعت هذه الميزات نطاق الصحافة إلى ما هو أبعد من الحدود التقليدية وسهلت تطوير أدوات مبتكرة لمعالجة المعلومات. ونتيجة لذلك، أصبحت الصحافة الإلكترونية منصة إعلامية ديناميكية تواكب التقدم التكنولوجي السريع في العصر الحالي.

المقدمة

تعد الصحف الإلكترونية وسيلة إعلامية متميزة بفعل السمات التي تمتلكها والتي تعد أوجهاً للثراء الإعلامي يميز هذه الوسيلة الإعلامية عن الوسائل الإعلامية التقليدية مما جعل منها وسيلة متزايدة الاستخدام من قبل أعداد كبيرة من الجمهور بفعل ما تمتلكه من خصائص. وتعد أوجه الثراء الإعلامي للصحافة الإلكترونية أبرز الأسباب التي تدفع الجمهور لاستخدامها. وقد استمدت الصحافة الإلكترونية أوجه الثراء الإعلامي من استعمالها للوسيط الإلكتروني (شبكة الإنترنت) وما وفره هذه الوسيط من خصائص جعلت منها وسيلة إعلامية تتميز بأوجه متعددة من الثراء الإعلامي. وتعد سمات الأنية في النشر والتفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة واستخدام النص الفائق، شخصنة المحتوى الإعلامي وفورية رجع الصدى وتوفر الأرشيف الإلكتروني أبرز ما يميز الصحافة الإلكترونية، والتي مكنت من نقل الصحافة إلى مجالات أوسع بكثير مما كانت عليه في الصحافة التقليدية ومكنت من توفير أدوات متميزة في المعالجات الصحفية جعلت منها وسيلة إعلامية مواكبة للتطورات التكنولوجية المتسارعة التي تشهدها وسائل الإعلام في الوقت الحالي. وادى تفعيل استخدامات أوجه الثراء الإعلامي للصحافة الإلكترونية إلى تطورات كبيرة في بنية العملية الاتصالية بين القائم بالاتصال

والمتلقي ، فقد نقلت هذه العملية من النمط الخطي احادي الاتجاه والذي امتازت به هذه العملية لسنوات طويلة الى النمط الدائري التفاعلي بين الطرفين بفعل سمة التفاعلية التي تمتاز بها استخدامات الصحافة الالكترونية وغيرت دور المتلقي من السلبية الى الايجابية ، فبعد ان كان دوره يقتضي بمجرد التلقي اصبح هذه الدور يتسم الايجابية فقد اصبح مشاركا للقائم بالاتصال في بعض الاحيان في القيام بهذا الدور ، كما ان الكم الهائل من المعلومات الذي تنقله الصحافة الالكترونية عمل على اضافة كم كبير من المعرفة للجمهور مما زاد من امكاناته المعرفية بشكل اكثر ووسع من مداركه بصورة اكبر. فضلا عن ان العملية الاتصالية في الصحافة الالكترونية هي عملية اتصالية آنية بفعل سمة الآنية في النشر والوصول المباشر الى الجمهور مما مكنها من نقل الاحداث حال وقوعها وجعلها مواكبة لكل التطورات التي تحصل ونقلها الى الجمهور بصورة مباشرة. كل هذه التغيرات جاءت بفعل ما تمتلكه الصحافة الالكترونية من سمات مميزة لها جعلت من الجمهور متزايد الاستخدام لها بفعل هذه السمات. وتعد دراسة اوجه الثراء الاعلامي للصحافة الالكترونية بتقدير مستخدميها احد الامور الهامة والتي تحدد اسباب استخدام الجمهور لها وماهية السمات والتي تميزها عن الوسائل الاعلامية الاخرى. ويهدف البحث الى دراسة اولويات اوجه الثراء الاعلامي للصحف الالكترونية العراقية وتحديد اوجه الثراء الاكثر اهمية بالنسبة لهم والتعرف على السمات المميزة لها بتقديرهم والتي تعد اوجه للثراء الاعلامي.

اولاً: الإطار المنهجي للبحث مشكلة البحث

تؤدي السمات التي تمتاز بها كل وسيلة اعلامية دورا هاما في جعل الجمهور يُقدم على متابعة هذه الوسيلة والاعتماد عليها دون الوسائل الاعلامية الاخرى. وتمتاز الصحافة الالكترونية بالعديد من السمات المميزة لها عن الوسائل الاعلامية الاخرى والتي دفعت فئات واسعة من الجمهور لاستخدامها. وهذه السمات هي اوجه للثراء الاعلامي للصحافة الالكترونية جعلت منها وسيلة ثرية بالخصائص والتي مكنتها من القيام بدورها الاعلامي بصورة افضل و بأدوات اكثر اتقاناً واشد وضوحاً. وتعد دراسة آراء المستخدمين في اولوية كل سمة من سمات الصحافة الالكترونية مهمة. لما لها من دور في تحديد اسباب استخدام الجمهور للوسيلة الاعلامية والتعرف على سمات هذه الوسيلة ومدى تقديره لاهميتها واسباب تحديد هذه الاولويات بالنسبة اليه . فدراسة الجمهور تعد من العوامل المساعدة في نجاح الوسيلة الاعلامية عن طريق معرفة آراء الجمهور في اداء هذه الوسيلة وفي الطرق والوسائل التي تقدم فيها رسائلها الاعلامية. ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية في دراسة ورصد اولويات اوجه الثراء الاعلامي للصحف الالكترونية لدى مستخدميها وتحديد هذه الواجه ومعرفة اكثر السمات المميزة للصحافة الالكترونية اهمية لديهم عن طريق اجراء دراسة مسحية على مستخدمي الصحف الالكترونية في العراق.

اهمية البحث

تأتي اهمية البحث من الآتي:-

- ١- اهمية دراسة آراء مستخدمي الصحف الالكترونية في السمات التي تميزها واهم هذه السمات بتقديرهم وأكثرها استخداماً من قبلهم.
- ٢- اختبار فروض نظرية ثراء الوسيلة في مجال الصحافة الالكترونية والخروج بنتائج عملية عن طريق تطبيق المنهج العلمي اثناء اختبار هذه النظرية على مستخدمي الصحف الالكترونية.
- ٣- يوفر البحث معلومات عملية حول اولويات اوجه الثراء الاعلامي للصحف الالكترونية لدى مستخدميها يمكن الاعتماد عليها من قبل ادارات هذه الصحف من اجل تطوير ادائها المهني وادامة التواصل مع جمهورها.

الهدف الرئيس للبحث:-

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في رصد وتحديد اولويات كل وجه من اوجه الثراء الاعلامي للصحف الالكترونية لدى مستخدميها من الجمهور العراقي ودراسة المتغيرات التي تؤثر في تحديد هذه الاولويات من اجل الخروج بتفسير علمي يساهم في تحقيق هدف البحث.

الإطار النظري للبحث :

نظرية الثراء الاعلامي

يوصف ثراء الاعلام بأنه قدرة المعلومات على تغيير الفهم في وقت محدد^(١). وقد اشار دافت لينجل و تريفيانو الى ان الاهداف الرئيسية لأي منظمة هي تقليل غموض الرسالة عن طريق اختيار الرسائل التي تحقق درجة من التفاعل مع الجمهور ، وهو ما تذهب اليه نظرية ثراء وسائل الاعلام والتي تفرق بين وسائل الاتصال على اساس درجة ثرائها في تحقيق اكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور^(٢). ويعرف الثراء بأنه المعلومات المحتملة التي

تحمل قدرة وسعة للبيانات، وتفترض النظرية ان التسلسل الهرمي لمعلومات وسائل الاعلام تعتمد على ثراء المعلومات باستخدام اربعة عوامل مميزة هي: قدرة رجع الصدى بالوسيلة ، عدد القنوات المستخدمة كالصوت والصورة والفيديو ، مصدر المعلومات سواء كان شخصي او غير شخصي ، وتنوع اللغة مثل اللغة اللفظية وغير اللفظية^(٣). فثراء الوسيلة يعتمد على اربعة معايير هي رجع الصدى - تعدد الادوار - تنوع اللغة - التركيز الشخصي او الاهتمام وكلما تمتعت الوسيلة بهذه المعايير كلما كانت اكثر ثراء^(٤). وتؤكد النظرية على ان ثراء الوسيلة يشير الى قدرة القناة في توصيل الرسائل وتوصيل كميات مختلفة من المحتوى الموجود بالرسالة^(٥). وتذهب نظرية ثراء الوسيلة الى ان اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها ووسائل الاعلام الاكثر ثراء (مثل تلك التي لديها القدرة على نقل الصوت والفيديو او القدرة على الاتصال ثنائي الاتجاه) تكون افضل مقارنة بوسائل الاعلام الاقل ثراء. فنظرية ثراء الوسيلة ترى ان الهدف من الاتصال هو خفض عدم اليقين والضبابية لنشر فاعلية الاتصال ويرتبط عدم اليقين بنقص المعلومات والضبابية التي ترتبط بمناقشة المعاني للمواقف المهمة وغير الواضحة ، لذلك فأن الوسيلة الثرية يجب ان تكون قادرة على نقل كم كاف من المعلومات الصحيحة لخفض عدم اليقين ويجب ان تكون قادرة على تقديم معلومات ثرية لخفض الضبابية^(٦) وتؤكد نظرية ثراء الوسيلة على ان المهمة او الموقف هو المحدد الاساسي لتأثير ثراء وسائل الاعلام على مقاييس الاداء، وتحدد ادبيات النظرية فئات اساسية لسمات المهمة التي تساعد في شكل الوسيلة الاعلامية الملائمة للاستخدام^(٧): الاول: هو مستوى عدم اليقين والموثوقية في المهمة والتي تحدد تأثير اختيار الوسيلة الاتصالية وعدم الموثوقية يعرف هنا بأنه الاختلاف بين حجم المعلومات المطلوبة لاداء مهمة والمعلومات الموجودة فعلاً. الثاني: مستوى الضبابية حول المهمة والذي يؤثر على اختيار الوسيلة الاعلامية. والضبابية هنا تشير الى ان هناك تفسيرات متصارعة ومتعددة للموقف ، وفي المواقف المهمة تكون الاجابات الواضحة غير متاحة وفي هذه الحالة تكون وسائل الاتصال الاكثر ثراء هي التي تحسن من جودة الاستجابة للموقف^(٨) وتعد نظرية ثراء الوسيلة من ابرز النظريات التي تصف الاختلافات بين وسائل الاعلام المختلفة ، والاختلاف الرئيس طبقاً للنظرية بين وسائل الاعلام هو تنوع القدرة على تمثيل المعلومات الغنية والسبب في تلك الاختلافات ، ان وسائل الاعلام تنتوع في قدرتها في الحصول على رجع الصدى الفوري وعدد الادوات المستخدمة في العملية الاتصالية، والشخصنة. ويعني رجع الصدى الفوري ان الشخص قادر على الاستجابة بشكل فوري للرسالة ومن الممكن مراجعة تفسير الرسالة، وعدد الادوات تعني ان هناك طرق مختلفة في توصيل الرسالة عن طريق الصوت والفيديو والاتصال غير اللفظي ودرجة الشخصنة تطبق على امكانية تحكم المتلقي في الرسالة الاتصالية^(٩) وتتوافر في الصحافة الالكترونية العديد من السمات التي تميزها كوسيلة اعلامية ثرية وهي الفورية او الآنية في النشر والتفاعلية وسرعة الحصول على رجع الصدى واستعمال النصوص الفائقة واستخدام الوسائط المتعددة و تمثل هذه السمات او الخصائص اوجه متعددة للشراء الاعلامي والذي يميزها عن الوسائل الاعلامية الاخرى مما جعل العديد من المستخدمين يقبلون على استخدامها لتوافرها على هذه السمات والتي تلبي احتياجاتهم الاتصالية. فالصحافة الالكترونية يمكن ان تستخدم : النصوص الفائقة لربط المعلومات والشرائح والرسوم المتحركة والعناصر التفاعلية واستطلاعات الرأي والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والخرائط والمحتوى المقدم من المستخدم^(١٠). وتعد التفاعلية ابرز الاختلافات بين الصحافة الالكترونية ووسائل الاعلام الاخرى . وتتيح هذه الخاصية الحصول على رجع صدى فوري ومباشر ووجهات نظر القراء و تعقيباتهم فور النشر^(١١). وتطلق سمة التفاعلية على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في الادوار و يستطيعون تبادلها^(١٢). ويمكن تلخيص مستويات التفاعلية على اساس ثلاثة اشياء: سيطرة المستخدم على المحتوى الذي يستهلكه وكيفية نشر المضمون الذي ينتجه ودرجة تبادلية المضمون الذي ينتجه^(١٣). فالتفاعلية هي من الخصائص المميزة للصحافة الالكترونية. ففي التكنولوجيات الجديدة اصبح من الواضح مدى اهمية توافر تفاعلية الجمهور مع وسائل الاعلام^(١٤). فقد اصبحت التفاعلية من المصطلحات الطبيعية في وسائل الاعلام الرقمية^(١٥) و الصحافة الالكترونية جزء اساس من هذه الوسائل الرقمية التي باتت تتوسع في انتشارها بصورة متزايدة لما لها من سمات متعددة للشراء الاعلامي. وقد أدت التفاعلية التي تمتاز بها وسائل الاعلام الرقمية الى تحويل المتلقي الى مشارك ايجابي في العملية الاتصالية ، فقد اتاحت له فرصة المشاركة في تصنيع بعض المضمونات وبذلك فانه اصبح مشاركاً في دور القائم بالاتصال. فعملية المشاركة التي جاءت بها صحافة الانترنت تنطوي على مبدأ تحويل النفوذ، فالنظام الاعلامي الجديد يقوم كله بما في ذلك صحافة الانترنت على تحويل القارئ من مستقبل فقط للمعلومات الى مشارك في صنعها^(١٦). وهو ما ادى الى تغيير مصطلح المتلقي في الصحافة الالكترونية الى مصطلح (المستخدم) بكل ما يحمله من سمة ايجابية . وهو ما جعل من الصحافة الالكترونية وسيلة اعلامية متميزة بفعل هذه السمة الثرية التي اتاحت هذه الفرصة لمستخدميها وتعد سمة الفورية احد اهم السمات المميزة للصحافة الالكترونية واهم اوجه الثراء التي تميزها ، كونها تنقل بصورة آنية الى المستخدم. ففي الصحافة الفورية تتابع الاخبار والتقارير لتتلاقح تطورات الاحداث اولاً بأول ، وذلك يعطي المستخدم الحركة والسرعة في نقل الواقع ويعطيه الاحساس بالاستمرارية والتواصل في معرفة كل ما يحدث في البيئة المحيطة به^(١٧) وتمثل الوسائط المتعددة التي تستخدمها الصحافة الالكترونية سمة مميزة اخرى لها فالدماج بين النصوص ومقاطع

الفيديو والملفات الصوتية والصور الثابتة والمتحركة يضيف اوجه للثراء فيما يخص المضمون الاعلامي المقدم للجمهور ، فاذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصوت و الصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص فإن الصحافة الالكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط^(١٨). وتتميز غالباً الصور وعرض الشرائح مع الصوت بظهور متميز غالباً في العروض الآنية او التي تتم على الخط^(١٩). ويفرض استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية مجموعة من المطالب ، التي يمكن ان تتشعب الى اوجه عديده لثراء الصحافة الالكترونية. فالكتابة للوسائط المتعددة تتطلب نصوصاً ثرية بصورة غير محدودة. وتتطلب استخدام مقاطع فيديو مرفقة مع مخطوطات غير محدودة كما انها تتطلب الكتابة مترافقة مع الصوت الذي يشبه الراديو الى حد ما بصورة غير محدودة^(٢٠). وتعد الشخصية في تقديم المحتوى الاعلامي وجهاً اخر للثراء الذي يميز الصحيفة الالكترونية فالصحيفة المطبوعة لا تستطيع ان تقدم نسخة مفصلة او معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة ، بيد ان بيئة عمل الصحافة الالكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها ان تجعل كل زائر للموقع قادر على ان يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد ان يرى به الموقع فيركز على ابواب ومواد بعينها ويحجب اخرى وينتقي بعض الخدمات ويلغي اخرى. فهو يتلقى ويستمتع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه^(٢١) فالصحافة الالكترونية يمكن انتاجها بناءً على طلب المستخدم حسب معرفته بخدمة الاخبار عند الطب (Demand News on) والتي تمكن المستخدمين من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها بشخصية الصحيفة^(٢٢) وامكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم لأنها لا تحتاج الى توزيع جماهيري تقليدي فيما عرف بشخصية الصحف الالكترونية اذ يمكن لمنتجها ان يجهز قائمة الاخبار التي يختارها المستخدم مسبقاً لتكون جاهزة للعرض فور قيامه بالدخول الى موقع الصحيفة^(٢٣) فالصحيفة الإلكترونية يمكن انتاجها بناء على طلب القارئ / المستخدم فهي على خلاف الصحيفة الورقية والخدمات الاذاعية والتلفزيونية يمكن ان تنقل الى القارئ الاخبار والموضوعات عند طلبها وفي الوقت الذي يحدده. وامكانية تعديلها لتلبي حاجات القارئ / المستخدم الفرد. فنظراً لكونها لا تحتاج الى توزيع جماهيري تقليدي فإن الصحيفة الالكترونية يمكن تخصيصها اي تفصيلها لرغبة كل شخص To be personalized لكي تضمن فقط الاخبار والموضوعات محل اهتمام كل قارئ / مستخدم^(٢٤) ويعد الارشيف الالكتروني وجهاً اخر لثراء الصحافة الالكترونية ، فالأرشيف الالكتروني يشمل اشكالا مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية، لقطات الفيديو الحية والصور فضلاً عن المواد المكتوبة مما يحقق نوعاً من الثراء والتنوع في عرض المعلومات^(٢٥). والارشيف الالكتروني اكثر ثراء من الارشيف التقليدي ، لأنه يمكن ان يضم اشكالا مختلفة من المعلومات مثل المواد الصوتية ، لقطات الفيديو الحية ، الصورة الى جانب المواد النصية المكتوبة مما يحقق نوعاً من التكامل والثراء في عرض المعلومات ، فضلاً عن ان حجم ومدى المواد التي يمكن حفظها واسترجاعها في الارشيف الالكتروني هائل وكبير جداً مقارنة بالأرشيف التقليدي^(٢٦) ويعد استخدام النصوص الفائقة في الصحف الالكترونية احد اوجه الثراء المميزة لها. فوجود النص الفائق Hypertext في بناء الوسائل المتعددة يعكس اكثر من مزايا العرض والتقديم وبصفة خاصة تنمية المعرفة العليا meta cognitive التي يمكن ان توفرها بنية النص الفائق^(٢٧) ويوفر نظام النص الفائق للقارئ او المتلقي حرية التجول بداية ثم حرية الاختيار بعد ذلك من المحتوى ما يتفق مع حاجاته وميوله وتفضيله واهتمامه^(٢٨). نصل الى ان كل السمات او الخصائص المميزة للصحافة الإلكترونية هي اوجه للثراء تدفع المتلقي الى استخدام الصحافة الالكترونية بفعل هذه الخصائص او السمات.

الدراسات السابقة

التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- عملت الدراسات السابقة على دراسة اوجه الثراء الاعلامي للصحافة الالكترونية، الا ان اي من الدراسات السابقة لم يعمل على مسح آراء الجمهور في هذه السمات والتعرف على اكثر السمات استخداماً من قبله.
- ٢- توزعت الدراسات السابقة في اعتماد تحليل المضمون ومسح الجمهور ادوات لهذه الدراسات واعتمدت دراسة واحدة فقط المنهج التجريبي من اجل اختبار فروض الدراسة.
- ٣- بينت نتائج الدراسات السابقة تغلب سمة واحدة او اثنتان على باقي سمات الصحافة الالكترونية كأوجه للثراء الاعلامي في استخدامات الجمهور لها في حين جاءت السمات الاخرى في مراتب اقل اهمية.
- ٤- اقتصر معظم الدراسات السابقة على دراسة سمة واحدة من سمات الصحافة الالكترونية ، الا ان اي من الدراسات السابقة لم يعمل على دراسة سمات الصحافة الالكترونية جميعها، باعتبارها أوجهاً للثراء الاعلامي لهذه الوسيلة الاعلامية الحديثة.

منهج البحث:

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

اعتمد البحث المنهج المسحي. ويعرف المسح Survey بأنه محاولة منظمة للحصول على معلومات من جمهور معين ، او عينة معينة ، وذلك عن طريق استخدام استمارات البحث او المقابلات^(٣٧). ويستخدم المنهج المسحي في دراسة المشكلات البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات ووصاف عن الظاهرة او مجموعة الظواهر موضوع البحث^(٣٨) وقد تم استخدامه لانه المنهج الانسب لطبيعة البحث والهدف الذي يسعى الى تحقيقه.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث بجميع مستخدمي الصحف الالكترونية العراقيين ممن كانت اعمارهم اكثر من ٢٠ سنة ولجميع المستويات التعليمية والمستويات الاقتصادية ولمختلف انواع المهن التي يمتنونها.

عينة البحث :

عمل الباحث على توزيع استمارات على (٤٢٥) مبحوثاً بلغ عدد المسترجع منها (٤٠٧) وتم استبعاد سبعة استمارات لعدم اكتمال اجابات هذه الاستمارات ومن ثم عدم تلبيتها لاغراض البحث. وبذلك فقد بلغت عينة البحث (٤٠٠) مبحوث من مستخدمي الصحف الالكترونية العراقيين.

نوع العينة^(٣٩)

اعتمد الباحث طريقة العينة المتاحة في اختيار عينة البحث، والعينة المتاحة يقصد بها مجموعة من الافراد او العناصر او الاحداث الجاهزة والتي يسهل الوصول اليها للدراسة.

حدود البحث الزمانية والموضوعية:

اداة جمع بيانات البحث:

صحيفة الاستبانة: استعمل الباحث صحيفة الاستبانة اداة لجمع بيانات البحث الميدانية ، فعمل على تصمم استبانة من اجل تلبية الاهداف التي يسعى اليها البحث الى تحقيقها

الصدق والثبات:

الصدق: استعمل الباحث طريقة الصدق الظاهري من اجل الوصول الى صدق استبانة الاستبانة وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين* من اجل اختبار مدى صلاحيتها. وقد عمل الباحث على اجراء التعديلات التي اوصى بها المحكمين من اضافة بعض الاسئلة على الصيغة الاولى للاستبانة وحذف بعض الاسئلة وحسب رؤيتهم العلمية.الثبات: اعتمد الباحث طريقة اعادة الاختبار Re – Test على عينة بلغت ١٠ % من المجموع الكلي لأفراد العينة (٤٠) مبحوث، بعد مرور اسبوعين من انتهاء التطبيق الاول ، وقد بلغت نسبة الثبات بعد اعادة الاختبار ٨٩ % وهي نسبة مرتفعة ما يعني ثبات استبانة الاستبانة. المفاهيم والمصطلحات الواردة في البحث:المعالجة الاخبارية:الصحافة الالكترونية:التنمر

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية:تم اجراء التحليل لصفح الدراسة الثلاثة (المدى، الصباح، الزمان) لمدة ثلاثة أشهر كاملة ابتدأت من ٢٠١٣/٧/١ لغاية ٢٠١٣/٩/٣٠ وبطريقة الحصر الشامل لجميع الإعداد التي صدرت أثناء مدة الدراسة، وقد بلغ عدد الموضوعات الخاصة بقضايا التنمر الاجتماعي التي ظهرت في الصحف الثلاث أثناء مدة الدراسة (٤٣٧) موضوعاً توزعت على هذه القضايا كما مبين في الجدول رقم (٤):موضوعات التنمر الاجتماعي حسب ورودها في الصحف عينة الدراسة:جدول رقم (٥) موضوعات التنمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

القضية	المدى		الصباح		الزمان		المجموع	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
اصلاح الموازنة العامة	٢٧	٣٥,٥	٣٦	٤٧,٤	١٣	١٧,١	٧٦	١٧,٤
سياسات التقليل من معدلات التضخم	١٥	٢٤,٦	٢٩	٤٧,٥	١٧	٢٧,٩	٦١	١٣,٩
سياسات تشجيع الاستثمار	٣١	٣٢	٤٤	٤٥,٣	٢٢	٢٢,٧	٩٧	٢٢,١
تطور التعليم	٢١	٣٤,٤	١٧	٢٧,٩	٢٣	٣٧,٧	٦١	١٣,٩٠

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

١٦,٠٠	٧٠	٤٤,٣	٣١	١٧,١	١٢	٣٨,٦	٢٧	سياسات تقليل معدلات البطالة
١٦,٧٠	٧٣	٢٤,٧	١٨	٢٦,٠٠	١٩	٤٧,٩	٣٥	سياسات مكافحة الفقر
%١٠٠	٤٣٧	١٢٤		١٥٨		١٥٦		المجموع

يتبين من بيانات الجدول أن نسبة الموضوعات الخاصة بقضية سياسات تشجيع الاستثمار بلغت في صحيفة المدى نسبة ٣٢,٠٠٪ وفي صحيفة الصباح بلغت نسبة ٤٥,٣٪ في حين بلغت نسبة ٢٢,٧٪ في صحيفة الزمان. وبلغ عدد الموضوعات الخاصة بقضية اصلاح الموازنة العامة نسبة ٣٥,٥٪ في صحيفة المدى ونسبة ٤٧,٤٪ في صحيفة الصباح ونسبة ١٧,١٪ في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة الموضوعات الخاصة بقضية سياسات التقليل من معدلات التضخم ٢٤,٦٪ في صحيفة المدى ونسبة ٤٧,٥٪ في صحيفة الصباح ونسبة ٢٧,٩٪ في صحيفة الزمان. وقد بلغت نسبة الموضوعات الخاصة بقضية سياسات مكافحة الفقر في صحيفة المدى ٤٧,٩٪ وفي صحيفة الصباح نسبة ٢٧,٤٪ وفي صحيفة الزمان نسبة ٢٤,٧٪. وبلغ عدد الموضوعات الخاصة بقضية سياسات تقليل معدلات البطالة نسبة ٣٨,٦٪ في صحيفة المدى ونسبة ١٧,١٪ في صحيفة الصباح ونسبة ٤٤,٣٪ في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة الموضوعات الخاصة بقضية تطوير التعليم ٣٤,٤٪ في صحيفة المدى ونسبة ٢٧,٩٪ في صحيفة الصباح و٣٧,٧٪ في صحيفة الزمان. فنون التحرير الصحفي لموضوعات قضايا التمر الاجتماعي المنشورة في صف الدراسة: جدول رقم (٦) يبين فنون التحرير الصحفي لقضايا التمر الاجتماعي المنشورة في الصحف عينة الدراسة

فنون التحرير الصحفي	ك	%
خبر	٢٤٧	٥٥,١٤
تقرير صحفي	٧٢	١٦,٤٧
عمود صحفي	٦٧	١٥,٣٣
تحقيق	٣١	٧,١٢
مقال	١٥	٣,٤٣
كاريكاتور	٦	١,٣٧
حوار صحفي	٥	١,١٤
الاجمالي	٤٣٧	%١٠٠

يتبين من بيانات الجدول أن الخبر جاء في الترتيب الأول لفنون التحرير الصحفي التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة في معالجة موضوعات قضايا التمر الاجتماعي اذ حصل على نسبة ٥٥,١٤٪ من جملة فنون التحرير الصحفي ثم التقرير الصحفي بنسبة ١٦,٤٧٪ ثم العمود الصحفي بنسبة ١٥,٣٣٪ ثم التحقيق الصحفي بنسبة ٧,١٢٪ ثم المقال الصحفي بنسبة ٣,٤٣٪ ثم الكاريكاتور الصحفي بنسبة ١,٣٧٪ وفي الترتيب الأخير جاء الحوار الصحفي بنسبة ١,١٤٪. ويمكن تفسير ذلك بأن الخبر هو أهم فنون التحرير الصحفي في الصحف ولمختلف أنواع الموضوعات والقضايا وذلك لما يمتاز به من سمات الأنية والجدة في نقل الأحداث التي تهتم الجمهور والذي يعمل على احاطتهم بمختلف أنواع المعلومات عن الموضوعات المختلفة ومن ضمنها قضايا التمر الاجتماعي التي تهتم فئات كبيرة من جمهور الصحف الالكترونية، وقد تبين أن الصحف عينة الدراسة لم تولي التحقيق الصحفي والحوار والكاريكاتور الأهمية المناسبة لها في معالجتها الصحفية لموضوعات قضايا التمر الاجتماعي، اذ جاءت بنسبة متدنية لا تتلاءم وأهمية هذه الفنون الصحفية المهمة. الفنون الصحفية لموضوعات قضايا التمر الاجتماعي موزعة حسب ورودها في الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (٧) يبين موضوعات قضايا التمر الاجتماعي موزعة على الفنون الصحفية كما وردت في الصحف عينة الدراسة

المجموع		الزمان		الصباح		المدى		الصحيفة الفن الصحفي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٥,١	٢٤١	٢٧,٤	٦٦	٣٨,٢	٩٢	٣٤,٤	٨٣	خبر

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

١٦,٥	٧٢	٨,٣	٦	٧٦,٤	٥٥	١٥,٣	١١	تقرير
١٥,٣	٦٧	٦٥,٧	٤٤	٢٥,٤	١٧	٩,٠٠	٦	عمود صحفي
٧,١	٣١	١٢,٩	٤	٣٢,٣	١٠	٥٤,٨	١٧	تحقيق
٣,٤	١٥	٥٣,٣	٨	٢٦,٧	٤	٢٠,٠٠	٣	مقال
١,٤	٦	-	-	-	-	٤,٦٥	٦	كاريكاتور
١,١	٥	-	-	٤٠,٠٠	٢	٦٠,٠٠	٣	حوار
%١٠٠	٤٣٧	١٢٨		١٨٠		١٢٩		المجموع

يتبين من بيانات الجدول أن نسبة الخبر الصحفي من مجموع فنون التحرير الصحفي التي اهتمت بمعالجة موضوعات قضايا التمر الاجتماعي في صحيفة المدى بلغت ٣٤,٤٪ وبلغت في صحيفة الصباح نسبة ٣٨,٢٪ وفي صحيفة الزمان بلغت نسبة ٢٧,٤٪. وبلغت نسبة التقرير الصحفي في صحيفة المدى ١٥,٣٪ وفي صحيفة الصباح ٧٦,٤٪ وفي صحيفة الزمان نسبة ٨,٣٪. وبلغت نسبة العمود الصحفي في صحيفة المدى ٩,٠٠٪ ونسبة ٢٥,٤٪ في صحيفة الصباح ونسبة ٦٥,٧٪ في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة التحقيق في صحيفة المدى ٥٤,٨٪ وفي صحيفة الصباح نسبة ٣٢,٣٪ أما في صحيفة الزمان فبلغت نسبة ١٢,٩٪. وبلغت نسبة المقال في صحيفة المدى ٢٠,٠٠٪ ونسبة ٢٦,٧٪ في صحيفة الصباح ونسبة ٥٣,٣٪ في صحيفة الزمان. وقد ظهر فن الكاريكاتور في صحيفة المدى بستة تكرارات في حين لم يظهر له أي تكرار في صفح الصباح والزمان. وبلغت نسبة الحوار الصحفي ٦٠,٠٠٪ في صحيفة المدى ونسبة ٤٠,٠٠٪ في صحيفة الصباح في حين لم يظهر أي تكرار لهذا الفن في صحيفة الزمان. موقع نشر موضوعات قضايا التمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (٨) موقع نشر موضوعات قضايا التمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة

%	ك	الموقع
١٨,٧٦	٨٢	الصفحة الرئيسية Home Page
٨١,٢٤	٣٥٥	الصفحات الداخلية
%١٠٠	٤٣٧	المجموع

يتبين من الجدول أن نسبة المعالجات الصحفية الخاصة بقضايا التمر الاجتماعي التي نشرت في الصفحات الداخلية للصحف عينة الدراسة بلغت نسبة ٨١,٢٤٪ وجاءت بالترتيب الأول في حين جاء موقع الصفحة الرئيسية للصحف الثلاث بالترتيب الثاني بنسبة ١٨,٧٦٪. الأمر الذي يشير الى قلة اهتمام الصحف الثلاث عينة الدراسة بقضايا التمر الاجتماعي من ناحية إيلاها الاهتمام الكافي وإبرازها عن طريق نشرها في الصفحة الرئيسية (Home Page) للصحيفة لما تشكله الصفحة الرئيسية من أهمية كونها تضم أكثر الموضوعات أهمية في الصحيفة الأمر الذي يتوافر في قضايا التمر الاجتماعي كونها تمس مصالح فئات واسعة من الجمهور لما تمثله من أهمية بالغة للحياة اليومية لهم. موقع نشر موضوعات قضايا التمر الاجتماعي موزعة على الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (٩) موقع نشر موضوعات التمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة

المجموع		الزمان		الصباح		المدى		الصحيفة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الموقع
١٨,٨	٨٢	١٤,٦	١٢	٥٧,٣	٤٧	٢٨	٢٣	الصفحة الرئيسية (Home Page)
٨١,٢	٣٥٥	٣١,٥	١١٢	٣١,٣	١١١	٣٧,٢	١٣٢	الصفحات الداخلية
%١٠٠	٤٣٧	١٢٤		١٥٨		١٥٥		المجموع

يتبين من بيانات الجدول أن نسبة الموضوعات الخاصة بقضايا التمر الاجتماعي التي نشرت في الصفحات الداخلية لصحيفة المدى بلغت نسبة ٣٧,٢٪ وفي صحيفة الصباح بلغت نسبة ٣١,٣٪ وفي صحيفة الزمان بلغت نسبة ٣١,٥٪. وقد بلغت نسبة الموضوعات التي تم نشرها على الصفحة

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

الرئيسية (Home Page) في صحيفة المدى ٢٨,٠٠٪ وفي صحيفة الصباح نسبة ٥٧,٣٪ وفي صحيفة الزمان نسبة ١٤,٦٪. استخدام الصور في موضوعات التنمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (١٠) مدى استخدام الصور في موضوعات التنمر الاجتماعي

استخدام الصور	ك	%
لم تستخدم	٣٠٥	٦٩,٨
استخدمت	١٣٢	٣٠,٢
المجموع	٤٣٧	٪١٠٠

يتبين من الجدول أن الصحف عينة الدراسة استخدمت الصور الصحفية في معالجاتها الصحفية لموضوعات التنمر الاجتماعي بنسبة ٣٠,٢٪ في حين لم تستخدم الصور في الموضوعات التي نشرتها عن موضوعات التنمر الاجتماعي بنسبة ٦٩,٨٪. الأمر الذي يشير الى قلة اهتمام الصحف عينة الدراسة بالصور الصحفية في معالجاتها لموضوعات التنمر الاجتماعي مما يعد نقطة سلبية تحسب عليها وذلك لأهمية الكبيرة للصور الصحفية لاسيما في الصحف الالكترونية التي تعتمد الصور كأحد العناصر الهامة في تصميمها وما تمثله من أهمية في جذب المستخدم الى الموضوع الصحفي فضلا عما تشكله من أهمية في شرح الموضوع كون الصورة الصحفية تغني عن الكثير من الشرح الذي يعتمد النص الجامد الذي يفتقر الى الحيوية والذي يتوافر في الصور مدى استخدام الصور في موضوعات التنمر الاجتماعي حسب الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١١) مدى استخدام الصور في موضوعات قضايا التنمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

الصحيفة	المدى		الصباح		الزمان		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
استخدمت	٦٥	٤٩,٢	٤١	٣١,١	٢٦	١٩,٧	١٣٢	١٠٠
المجموع	٦٥		٤١		٢٦		١٣٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول أن الصور المستخدمة في المعالجات الصحفية لموضوعات التنمر الاجتماعي بلغت نسبة ٤٩,٢٪ في صحيفة المدى ونسبة ٣١,١٪ في صحيفة الصباح ونسبة ١٩,٧٪ في صحيفة الزمان. نوع الصور المستخدمة في موضوعات التنمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (١٢) نوع الصور المستخدمة في موضوعات التنمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة

نوع الصور	ك	%
موضوعية	١١٤	٨٦,٤
شخصية	١٨	١٣,٦
المجموع	١٣٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول أن الصور الموضوعية المستخدمة في المعالجات الصحفية لموضوعات التنمر الاجتماعي جاءت بالترتيب الأول بنسبة ٨٦,٤٪ ثم الصور الشخصية بنسبة ١٣,٦٪. الأمر الذي يعكس مدى الاهتمام الكبير من قبل الصحف عينة الدراسة بالصور الموضوعية وإيلائها الأهمية الأكبر في المعالجات الصحفية لموضوعات التنمر الاجتماعي وبفارق كبير عن الصور الشخصية. نوع الصور المستخدمة في موضوعات التنمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (١٣) نوع الصور المستخدمة في موضوعات التنمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

الصحيفة	المدى		الصباح		الزمان		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
موضوعية	٥٧	٥٠,٠٠	٣٤	٢٩,٨	٢٣	٢٠,٢	١١٤	٨٦,٤
شخصية	٤	٢٢,٢	١٢	٦٦,٧	٢	١١,١	١٨	١٣,٦
المجموع	٦١		٤٦		٢٥		١٣٢	٪١٠٠

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

يتبين من الجدول أن الصور الموضوعية المستخدمة في المعالجات الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي في صحيفة المدى بلغت نسبة ٥٠,٠٠٪ وبلغت نسبة ٢٩,٨٪ في صحيفة الصباح ونسبة ٢٠,٢٪ في صحيفة الزمان. وقد بلغت نسبة الصور الشخصية في صحيفة المدى ٢٢,٢٪ وبلغت نسبة ٦٦,٧٪ في صحيفة الصباح وبلغت ١١,١٪ في صحيفة الزمان. استخدام النصوص الفائقة في عرض موضوعات التمر الاجتماعي: جدول رقم (١٤) مدى استخدام النصوص الفائقة في عرض موضوعات قضايا التمر الاجتماعي

مدى الاستخدام	ك	%
لم تستخدم	٣٨٣	٨٧,٦
استخدمت	٥٤	١٢,٤
المجموع	٤٣٧	١٠٠٪

يتبين من الجدول أن الصحف عينة الدراسة استخدمت النصوص الفائقة بنسبة ١٢,٤٪ في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي وأنها لم تستخدمها بنسبة ٨٧,٦٪. الأمر الذي يشير الى أن الصحف عينة الدراسة لم تستعد الاستفادة المثلى من عنصر النصوص الفائقة وما تشكله من أهمية بالغة للصحف الالكترونية كونها تمثل إضافات وشروح وتوضيحات للموضوع الذي يتم تناوله وبالشكل الذي يوفر كماً هائلاً من المعلومات لمستخدمي الصحف الالكترونية وبما يجعلهم على دراية كبيرة بخلفيات وتفاصيل الموضوع. الأمر الذي يعني وجود مؤشر سلبي يحسب على الصحف عينة الدراسة مما يستوجب تلافئها والعمل على الاستفادة القصوى من خاصية النصوص الفائقة وتوظيفها بما يخدم المعالجة الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي. استخدام النصوص الفائقة في عرض موضوعات التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (١٥) مدى استخدام النصوص الفائقة في عرض موضوعات التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

الصحيفة	المدى		الصباح		الزمان		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
استخدمت	-	-	٥٤	١٠٠	-	-	٥٤	١٠٠
المجموع	-	-	٥٤	-	-	-	٥٤	١٠٠٪

يتبين من الجدول أن صحيفة المدى لم تستخدم النصوص الفائقة في تغطياتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي وان صحيفة الصباح استخدمتها بعدد تكرارات بلغ ٥٤ تكرار وهو المجموع الكلي الذي ورد لاستخدام خاصية النصوص الفائقة في كل صحف الدراسة. وأن صحيفة الزمان لم تستخدم هذه الخاصية في معالجاتها الصحفية. ويتضح أن صحيفة الصباح هي الصحيفة الوحيدة من بين صحف الدراسة التي استخدمت النصوص الفائقة رغم قلة تكرارات هذا الاستخدام في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي، إلا أنها تفوقت على صحيفتا المدى والزمان في هذا الأمر. مما يشير الى أن هاتين الصحيفتين لم توليا خاصية النصوص الفائقة الأهمية المطلوبة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي.

أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في معالجة موضوعات قضايا التمر الاجتماعي: جدول رقم (١٦) أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي

أنواع النصوص الفائقة	ك	%
الوصلات الداخلية	٥٤	١٠٠٪
المجموع	٥٤	١٠٠٪

يتبين من الجدول أن نسبة الوصلات الداخلية قد بلغت ١٠٠٪ من مجموع أنواع النصوص المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي وهي النوع الوحيد المستخدم في هذه المعالجات في حين لم يظهر أي تكرار النصوص الفائقة الخارجية (Hyper Link) ولروابط الوسائط الفائقة (Hyper Media). الأمر الذي يوضح مدى الإخفاق الكبير للصحف عينة الدراسة في استخدام خاصية النصوص الفائقة الخارجية وخاصية روابط الوسائط الفائقة كونها يحيلان المستخدم الى وسائل إعلامية أخرى تناولت نفس الموضوع أو هي مقاربة لها وبالشكل الذي يضيف على الموضوع تفاصيل وخلفيات تمكن المستخدم من الإلمام الكبير بهذه التفاصيل والتي توفر كماً هائلاً من المعلومات والصور ولقطات الفيديو والتي تعني الموضوع بالشكل الأمثل. أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة:

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

جدول رقم (١٧) أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

المجموع		الزمان		الصباح		المدى		الصحيفة	القضية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٥٤	-	-	-	-	١٠٠	٥٤	وصلات داخلية	
%١٠٠	٥٤	-	-	-	-	٥٤		المجموع	

يتبين من الجدول أن صحيفة المدى لم تستخدم أي نوع من أنواع النصوص الفائقة في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي وأن صحيفة الصباح استخدمت وصلات داخلية، والتي تحيل المستخدم الى تفاصيل الموضوعات التي تم نشرها على الصفحة الرئيسية للصحيفة (Home Page) بمجموع تكرارات بلغ ٥٤ تكرار وهو المجموع الكلي لاستخدامات النصوص الفائقة بمختلف أنواعها في الصحف الثلاث عينة الدراسة في حين لم تستخدم الأنواع الأخرى من النصوص ولم تستخدم صحيفة الزمان أي نوع من أنواع النصوص الفائقة في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي. ويتضح من النتائج مدى الإخفاق الكبير للصحف عينة الدراسة في استثمار الامكانيات الهائلة للصحف الالكترونية في مجال خاصية النصوص الفائقة بمختلف أنواعها وتوظيفها التوظيف المناسب وبالشكل الذي يخدم معالجة مختلف أنواع الموضوعات ومن ضمنها موضوعات التمر الاجتماعي. استخدام الوسائط التفاعلية في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي: جدول رقم (١٨) مدى استخدام الوسائط التفاعلية في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي

مدى الاستخدام	ك	%
استخدمت	٣١٣	٧١.٦
لم تستخدم	١٢٤	٢٨.٤
المجموع	٤٣٧	%١٠٠

يتبين من الجدول أن الصحف عينة الدراسة استخدمت الوسائط التفاعلية بنسبة ٧١,٦% مع معالجة موضوعات التمر الاجتماعي، وأنها لم تستخدمها بنسبة ٢٨,٤%. الأمر الذي يشير الى أن الصحف عينة الدراسة اهتمت بصورة جيدة بالوسائط التفاعلية وعملت على توظيفها في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي وذلك لأهمية هذه الوسائط في التواصل مع مستخدمي هذه الصحف والتعرف على آرائهم ووجهات نظرهم في الموضوعات التي يتم تناولها وما قد تشكله هذه الآراء من اضافات للمعالجات الصحفية، يمكن الاستفادة منها في تطوير العمل الصحفي وتحقيق عنصر التفاعل مع المتلقين. أنواع الوسائط التفاعلية المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي: جدول رقم (١٩) أنواع الوسائط التفاعلية المستخدمة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي

أنواع الوسائط التفاعلية	التكرار	%	
تعليقات القراء	١٥٥	٤٩,٠٠	
ارسال الموضوع الى صديق	٦٥	٢٠,٧	
مشاركة الموضوع مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٥٦	١٧,٦	
البريد الالكتروني	بريد الصحيفة	٢٢	٧,٠٠
	بريد المحرر	١٥	٤,٧
المجموع	٣١٣	%١٠٠	

يتبين من الجدول أن عنصر تعليقات القراء جاء بالترتيب الأول من ضمن الوسائط التفاعلية التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي بنسبة ٤٩,٠٠% ثم ارسال الموضوع الى صديق بنسبة ٢٠,٧% ثم مشاركة الموضوع مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٧,٦% ثم ارسال الى بريد الصحيفة بنسبة ٧,٠٠% ثم ارسال الى بريد المحرر بنسبة ٤,٧%. الأمر الذي يبين أن الصحف

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

عينة الدراسة نجحت في توظيف بعض الوسائط التفاعلية في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي وكان أبرزها ارسال تعليقات القراء عن هذه الموضوعات الى الصحيفة. أنواع الوسائط التفاعلية المستخدمة في موضوعات التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (٢٠) أنواع الوسائط التفاعلية المستخدمة في موضوعات قضايا التمر الاجتماعي موزعة حسب الصحف عينة الدراسة

المجموع		الزمان		الصباح		المدى		الصحيفة	أنواع الوسائط التفاعلية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٤٩,٠٠	١٥٥	-	-	-	-	١٠٠	١٥٥		تعليقات القراء
٢٠,٧	٦٥	-	-	٥٠,٦	٣٣	٤٩,٤	٣٢		ارسال الموضوع الى صديق
١٧,٦	٥٦	-	-	٦٠,٨	٣٤	٣٩,٢	٢٢		مشاركة الموضوع مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٧,٠٠	٢٢	-	-	١٠٠	٢٢	-	-		البريد بريد الصحيفة
٤,٧	١٥	-	-	١٠٠	١٥	-	-		الالكتروني بريد المحرر
%١٠٠	٣١٣	-	-	١٠٤	٢٠٩				المجموع

يتبين من الجدول ان صحيفة المدى لم تستخدم عنصر بريد الصحيفة أو بريد المحرر مع أي موضوع من موضوعات التمر الاجتماعي بينما ظهر ان صحيفة الصباح استخدمت بريد الصحيفة ٢٢ تكرار مع موضوعات التمر الاجتماعي، ولم تستخدم صحيفة الزمان عنصر بريد الصحيفة أو بريد المحرر مع أي موضوع من موضوعات التمر الاجتماعي التي قامت بمعالجاتها. واستخدمت صحيفة المدى عنصر تعليقات القراء ١٥٥ تكرار مع موضوعات التمر الاجتماعي في حين أن صحف الصباح والزمان لم تستخدم هذا العنصر مع أي موضوع من موضوعات التمر الاجتماعي والتي قامت بمعالجاتها. وبلغت نسبة عنصر ارسال الموضوع الى صديق في صحيفة المدى ٤٩,٤% وبلغت نسبة ٥٠,٦% في صحيفة الصباح في حين لم تستخدم صحيفة الزمان هذا العنصر مع أي موضوع من موضوعات التمر الاجتماعي. وبلغت نسبة استخدام عنصر مشاركة الموضوع مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صحيفة المدى نسبة ٣٩,٢% وبلغت نسبة ٦٠,٨% في صحيفة الصباح. في حين أن صحيفة الزمان لم تستخدم هذا العنصر مع أي موضوع من موضوعات التمر الاجتماعي التي قامت بمعالجاتها. مما سبق يتضح أن الصحف عينة الدراسة تفاوتت في استخدام الوسائط التفاعلية المختلفة في حين أن صحيفة الزمان لم تستخدم أي عنصر من الوسائط التفاعلية الأمر الذي يؤثر الى نقطة خلل كبيرة كون الوسائط التفاعلية تعد أحد العناصر الهامة في بنية الصحف الالكترونية وتوظيفها في الصحيفة من الضرورات الهامة التي توفر تواصلًا دائمًا مع المستخدمين وتعمل على إيجاد متلقين يمتازون بالإيجابية في العملية الاتصالية بينهم وبين الصحيفة وبالشكل الذي يغني من هذه العملية ويضفي عليها الشيء الكثير من الحيوية والاستمرارية. مصادر موضوعات التمر الاجتماعي المنشورة في الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (٢١) مصادر موضوعات التمر الاجتماعي المنشورة في الصحف عينة الدراسة

المصدر	التكرار	%
مندوبو الصحيفة	١٤٤	٣٣,٠٠
غير محدد المصدر	٩٩	٢٢,٧
كتاب	٦٧	١٥,٣
وسائل الإعلام	٦٤	١٤,٦
وكالات الأنباء	٤٤	١٠,٠٠
مصادر خاصة بالصحيفة	١٣	٣,٠٠
رساموا الكاريكاتور	٦	١,٤

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية العدد (٣) الجزء (١) لشهر آيار لعام ٢٠٢٤

المجموع	٤٣٧	%١٠٠
---------	-----	------

يتبين من الجدول أن مندوبي الصحيفة جاؤا بالمرتبة الأولى في المصادر التي تعتمد عليها الصحف عينة الدراسة في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي بنسبة ٣٣,٠٠% ثم فئة غير محدد المصدر بنسبة ٢٢,٧% ثم فئة الكتاب بنسبة ١٥,٣% ثم وسائل الإعلام بنسبة ١٤,٦% ثم وكالات الأنباء بنسبة ١٠,٠٠% ثم مصادر خاصة بالصحيفة بنسبة ٣,٠٠% وبالمرتبة الأخيرة رساموا الكاريكاتور بنسبة ١,٤% الأمر الذي يشير الى أن المصادر الخاصة بالصحيفة شكلت النسبة الأقل من نسبة المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في معالجة موضوعات التمر الاجتماعي مما يؤشر الى نقطة سلبية في العمل الإعلامي كون المصادر الخاصة بالصحيفة من مندوبين ومراسلين وكتاب ومصادر خاصة بالصحيفة يشكل ميزة للصحيفة بالإنفراد بنقل الأخبار والمعالجات الصحفية التي تميزها عن باقي الصحف ووسائل الإعلام الأخرى لاسيما الموضوعات التي تهم الجمهور ومن ضمنها موضوعات التمر الاجتماعي. مصادر موضوعات التمر الاجتماعي حسب ورودها في الصحف عينة الدراسة: جدول رقم (٢٢) مصادر موضوعات التمر الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة

المصدر	الصحيفة		المدى		الصباح		الزمان		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مندوبو الصحيفة	٥١	٣٥,٤	٥٩	٤١,٠٠	٣٤	٢٣,٦	١٤٤	٣٣,٠٠		
بدون تحديد المصدر	٣٢	٣٢,٣	٣٩	٣٩,٤	٢٨	٢٨,٣	٩٩	٢٢,٧		
كتاب	٦	٩,٠٠	١٧	٢٥,٤	٤٤	٦٥,٧	٦٧	١٥,٣		
وسائل الإعلام	٣٣	٥١,٦	١٩	٢٩,٧	١٢	١٨,٨	٦٤	١٤,٦		
وكالات الأنباء	٢٥	٥٦,٨	١٣	٢٩,٥	٦	١٣,٦	٤٤	١٠,٠٠		
مصادر خاصة بالصحيفة	٢	١٥,٤	١١	٨٤,٦	-	-	١٣	٣,٠٠		
رساموا الكاريكاتور	٦	١٠٠	-	-	-	-	٦	١,٤		
المجموع	١٥٥		١٥٨		١٢٤		٤٣٧	%١٠٠		

يتبين من الجدول (٢٢) أن نسبة مندوبي الصحيفة من مجموع المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة المدى في معالجة التمر الاجتماعي بلغت ٣٥,٤% وبلغت نسبة ٤١,٠٠% في صحيفة الصباح وبلغت نسبة ٢٣,٦% في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة الكتاب ٩,٠٠% في صحيفة المدى و ٢٥,٤% في صحيفة الصباح و ٦٥,٧% في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة فئة مصادر خاصة بالصحيفة ١٥,٤% في صحيفة المدى ونسبة ٨٤,٦% في صحيفة الصباح ولم يظهر أي تكرار لهذه الفئة في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة وسائل الإعلام في صحيفة المدى ٥١,٦% ونسبة ٢٩,٧% في صحيفة الصباح ونسبة ١٨,٨% في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة وكالات الأنباء في صحيفة المدى ٥٦,٨% ونسبة ٢٩,٥% في صحيفة الصباح ونسبة ١٣,٦% في صحيفة الزمان. وبلغت نسبة فئة من دون تحديد المصدر ٣٢,٣% في صحيفة المدى ونسبة ٣٩,٤% في صحيفة الصباح ونسبة ٢٨,٣% في صحيفة الزمان. وقد ظهر ستة تكرارات لفئة رساموا الكاريكاتور كونها الصحيفة الوحيدة التي ظهر فيها هذا الفن في معالجاتها الصحفية لموضوعات التمر الاجتماعي في حين لم يظهر أي تكرار لهذه الفئة في صحف الصباح والزمان.