

أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين

صحيفة "كل شيء عن الجزائر TSA" نموذجاً - دراسة تحليلية وميدانية -

Interactive forms in the Algerian electronic press and their relationship to user satisfaction "All about Algeria" TSA as a model - analytical and field study-

حميدة بن معزوز¹

طالبة دكتوراه

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

hamidajournalisme7@gmail.com

د/ محمد البشير بن طبة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

bbcha_nac@yahoo.fr

تاريخ الوصول: 2019/02/24 القبول: 2019/08/29 /النشر على الخط: 2019/09/15

Received: 24/02/2019 / Accepted: 29/08/2019 / Published online : 15/09/2019

- الملخص :

- تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مختلف أشكال التفاعلية التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية الجزائرية كل شيء عن الجزائر TSA، ومدى رضا مستخدميها بهذه الأشكال التفاعلية المتوفرة. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، وباستعمال أداة تحليل المضمون، الاستبيان والملاحظة بالمشاركة كأدوات لجمع البيانات، تمّ التوصل إلى النتائج التالية :
- وقرت صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA نوافذ رقمية تفاعلية متنوعة، وقد عكست نتائج التحليل مدى رضا مستخدميها على هذه النوافذ، حيث حازت فئة راض نسبة (48.68%).
 - أما بخصوص الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة، فنجد أنّها متوفرة بشكل ملفت، خاصة أرشيف الفيديوهات الذي أَرْضَى مستخدمى الصحيفة، حيث حازت فئة راض نسبة (66.67%).
 - نجد أنّ معظم المستخدمين يقترحون إمكانية إضافة مقال ونسبة (44.19%).

الكلمات المفتاحية : الأشكال التفاعلية، الصحافة الإلكترونية الجزائرية، كل شيء عن الجزائر TSA .

Abstract :

This study aims at revealing the various forms of interaction offered by the Algerian newspaper "All about Algeria TSA" and the satisfaction of its users with these interactive forms available. This study is based on the descriptive survey methodology. Using the content analysis tool, the questionnaire and the observation to participate as data collection tools, the following results were obtained:

- TSA provided a variety of interactive digital windows, and the results of the analysis reflected the satisfaction of its users on these windows, with a satisfied category (48.68%).
- With regard to the interactive media used, we find that they are available in a remarkable manner, especially the video archive, which satisfied the users of the newspaper, with a satisfied category (66.67%).

¹ - المؤلف المرسل: حميدة بن معزوز الإيميل: hamidajournalisme7@gmail.com

• Most users suggest adding an article (44.19%).

Key words : interactive formats, Algerian electronic press, all about Algeria (TSA) .

– مقدمة :

عرفت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بعدها التفاعلي مع الجماهير تطورا غير مسبوق وخاصة مع ظهور ما يعرف بالويب 2.0، هذا الأخير الذي مكّن التفاعلية من البروز بأشكال وكيفيات مختلفة إن على صفحات ما أضحى يعرف بالإعلام التفاعلي أو على المواقع الإلكترونية أو المنتديات أو قواعد البيانات...

غير "أنّ ميلاد الإعلام الجديد، أو الإعلام الشعبي... على اختلاف تسمياته، كسر القاعدة وأسقط احتكار الفاعلين ونجح في إنشاء فضاءات جديدة لممارسة إعلامية واتصالية أكثر ديمقراطية لم تكن موجودة من قبل، زحزحت سقف التعبير الضيق الذي كرسه مؤسّسات النظم الحاكمة وثقافة المجتمع التقليدية وأنشأت معها نوعا من الليبرالية التضامنية التي يقف أصحابها في تماسك وتلاحم قويّ ضدّ ممارسات التقييد والمؤسّسات التي كانت تستمد قوتها وسلطتها ضمن الفضاء السياسي والاجتماعي والثقافي التقليدي، وجدت نفسها محرّجة وتواجه تحديا كبيرا أفقدها الكثير من أهميتها ومركزيتها"⁽¹⁾.

أتاحت هذه الفضاءات الجديدة لممارسة إعلامية بفضل خاصية التفاعلية، فرصا مهمة أمام الجماهير المختلفة للتعبير عن آرائها ومواقفها واتجاهاتها في شتى المواضيع المحلية والدولية، العامة والخاصة، الرسمية والشعبية... إلخ. مما ساعد من بروز ونجاح الصحافة الإلكترونية إذ منحت عملية رجع الصدى Feed Back إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل عبر وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والصحافة المطبوعة منها على وجه الخصوص، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية⁽²⁾، لتحرر من قيودها بفضل ما يعرف بالتفاعلية.

تعتبر التفاعلية أحد أهم المميزات والخصائص الرئيسية للصحافة الإلكترونية المعاصرة، إذ تمكّن المستخدمين والمتصفحين لموقع الصحيفة "إمكانية التحوّل المباشر مع الصحفي كاتب الخبر أو المقال أو المادة الصحفية، أو مصمم الصفحة وإبداء الرأي المباشر والذي يصل إلى صاحبه بشكل مباشر دون واسطة"⁽³⁾.

لذا نجد أنّ عنصر التفاعلية قد أقلب العملية الاتصالية رأسا على عقب، حيث تحولت "إلى عملية تبادلية بين المرسل والمستقبل بمعنى أنّ الاتصال سيتحقق عبر اتجاهين (Two Way Communication) حيث يتحقق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يطلب المزيد من المعلومات، بل سيصل الأمر إلى تحوّل المرسل العادي إلى منتج للمادة الإعلامية"⁽⁴⁾. من هنا جاءت هذه

(1) بن طبة محمد البشير : " الإعلام الجديد وإدارة الأزمات في الوطن العربي " ، مجلة المعيار ، (العدد 24) ، 2010 ، ص 528 .

(2) محمود عزت اللحام ومرؤى عصام صلاح : الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمّان، 2015، ص 160 ، 161 .

(3) الشفيق عمر حسنين : الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات ، ط 1 ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة، 2011 ، ص 20 ، 21 .

(4) محمود عزت اللحام، مرؤى عصام صلاح : الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية ، المرجع السابق، ص 160 ، 161 .

الإشكالية لتبحث في أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل البيئة الرقمية الجديدة، وعلاقتها برضا المستخدمين.

أولا : الإشكالية :

تتسم اليوم تكنولوجيات الإعلام والاتصال بالعديد من الخصائص والمميزات التي أفرزتها تطبيقاتها المختلفة لتصبح الصحافة الإلكترونية أو صحافة النت، منصة حرة تعدت حدود الزمان والمكان وأذابت الفوارق العرقية والعقدية والإيديولوجية... كما أتاحت انتشار تنوع ثقافي، فكري وإبداعي جعل منها صحافة إلكترونية كونية بامتياز.

تعدّ التفاعلية أحد أبرز الخصائص الاتصالية المعاصرة التي مكنت الصحافة الإلكترونية من أن تكون أكثر ديناميكية من خلال ما أضفته على بنية العملية الاتصالية برمتها، وما كرسته من تبادل آني للأدوار الاتصالية بين المتلقي والمرسل تعدت إلى حد كبير الاتجاه الخطي التقليدي للاتصال نحو اتجاه شبكي معقد متعدد المواقع (بين مرسل/المستقبل).

لقد مكنت هذه البيئة الرقمية الجديدة بخصائصها وتطبيقاتها الرقمية التقنية من ميلاد آفاق جديدة للصحافة الرقمية (الإلكترونية) هذه الأخيرة التي شهدت حضور متناميا يوما بعد يوم من خلال المواطن الصحفي، أو المدونات أو المؤسسات الإعلامية... لنجد أعرق الصحف الجزائرية الورقية قد خاضت تجربة الصحافة الإلكترونية من خلال إصدارها لنسخة إلكترونية على الشبكة الانترنت العالمية هذا فيما يخص الصحف المطبوعة، أما بخصوص الصحف الإلكترونية المحضة فقد كانت الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA أول يومية إلكترونية جزائرية انطلقت في شهر جوان 2007

مازالت تصدر ليومنا هذا^{*}، تهتم هذه الصحيفة الإلكترونية بتغطية مختلف الموضوعات السياسية الاقتصادية، الاجتماعية الثقافية وحتى الرياضية، تنوعا يتيح للمستخدمين فرصا من التفاعلية بأشكالها المختلفة، على غرار التعليق وسبر الآراء اقتراح الموضوعات وحتى المشاركة في تحرير المضمون الإعلامي وغيرها من الطرق الحديثة والمبتكرة للتفاعلية التي ميّزت الصحافة الإلكترونية اليوم وهو ما تسعى الدراسة إلى البحث في تفاصيله من خلال التساؤلين الرئيسيين الآتيين :

- ما هي أشكال التفاعلية التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA ؟

- ما علاقة الأشكال التفاعلية التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA برضا المستخدمين ؟

ثانيا : تساؤلات الدراسة : يندرج تحت هذان التساؤلين مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت في :

1 - تساؤلات الدراسة التحليلية :

- ما هي النوافذ الرقمية التفاعلية التي توفرها الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA للمستخدمين؟

- ما هي العناصر البنائية الرقمية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية محل الدراسة للمستخدمين ؟

- ما هي الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة في صحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA ؟

2 - تساؤلات الدراسة الميدانية :

نن

- ما مدى رضا المستخدمين عن النوافذ الرقمية التي وفرتها صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA ؟

- ما مدى رضا المستخدمين عن العناصر البنائية الرقمية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية كل

شيء عن الجزائر TSA ؟

- ما مدى رضا المستخدمين عن الوسائط المتعددة التفاعلية التي وفرتها صحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA ؟

- ما هي مقترحات الباحثين لتطوير أشكال التفاعلية لدى صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA ؟

ثالثا : أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، والتي من خلالها يمكن للصحيفة أن ترسم العلاقة التي تربطها بالمستخدم، وذلك من خلال بناء جسر من التواصل ذو اتجاهين، يعتمد على عنصر التفاعلية بكل أشكالها وأدواتها المتنوعة، والتي تجذب المستخدمين وترضيهم .

نجد أنّ الأشكال التفاعلية تحدد مستقبل الصحيفة الإلكترونية، حيث ترتبط هذه الأشكال التفاعلية بمجموعة من المؤشرات، كعدد الزوار والمشاركين ، وكذا مدى تفاعل مستخدم الصحيفة الإلكترونية مع المضمون، هذا الأخير والذي يفترض أن يقدم بشكل يمكنه من جذب أكبر عدد ممكن من الزوار، والمكوث بالموقع أطول مدة ممكنة دون ملل أو كلل وبهذا تزداد فرص ظهور اسم الصحيفة الإلكترونية في الأسطر الأولى من محركات البحث، وبالتالي إمكانية حصول الصحيفة على عروض معتبرة من الإعلانات، كل هذا بفضل كم التفاعل التي تحظى به من طرف مستخدميها هذا من جهة، كما تعتبر مؤشر عن حرية التعبير التي تتمتع بها المجتمعات المتطورة من جهة أخرى، لذا فالعناية باختيار الأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية أصبح أكثر من ضرورة.

رابعا : مفاهيم الدراسة :

1 - التفاعلية :

اصطلاحا : نجد أنّ "كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني أي من الكلمة السابقة Inter وتعني بين أو فيما بين ومن كلمة Actives وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين"⁽¹⁾.

ونقصد بالتفاعلية في إطار هذه الدراسة : الاتصال المتعدد الاتجاهات، سواء أكان هذا الاتصال بين طرفي العملية الاتصالية (مرسل/ مستقبل)، أو اتصال المستخدمين مع بعضهم البعض من خلال الأشكال التفاعلية المتنوعة كالنوافذ الرقمية التفاعلية، الوصلات الفائقة، وكذا الوسائط المتعددة التفاعلية وغيرها... والتي تتيحها الصحف الإلكترونية الجزائرية لمستخدميها.

2- أشكال التفاعلية :

(1) مروى عصام صلاح : الإعلام الإلكتروني - الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2015، ص 133 .

ونقصد بها مدى توفير الصحف الإلكترونية لمستخدميها النوافذ الرقمية التفاعلية والتي تتيح التواصل من خلال الأشكال التفاعلية المختلفة، سواء عن طريق إضافة تعليق أو مشاركة المضمون الإعلامي مع الأصدقاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي الاتصال بالصحفي أو المشاركة في تحرير المضمون الإعلامي عن طريق إضافة مقال أو صورة أو فيديو وبطرق التعبير المختلفة والمتاحة.

3- الصحافة :

الصحافة لغة وحسب المعجم الوسيط تعرف "الصحافة بكسر الصاد بأنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة" (1). أما في الاصطلاح فقد عُرِّفت الصحافة "في أدبيات الإعلام والاتصال، بأنها جمع الأخبار ونشرها ونشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات، مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية. أما الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد، وبعض المجلات، وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى" (2).

ونقصد بالصحافة في إطار هذه الدراسة : كل الصحف المطبوعة على اختلاف اختصاصها أو مجالها الجغرافي التي توزع فيه أو دورية صدورها التي تصدر في الجزائر.

4- الصحافة الإلكترونية :

اصطلاحا : تُعرف الصحافة الإلكترونية "الصحف التي يتم إصدارها، ونشرها على شبكة الانترنت سواء أكانت هذه الصحف بمثابة نسخ، أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو إنها تمثل موجزا لأهم محتويات النسخ الورقية، أو جرائد، ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات مطبوعة وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية، والقصص والمقالات والتعليقات، والصور والخدمات المرجعية" (3).

ونقصد بالصحافة الإلكترونية الجزائرية في إطار هذه الدراسة : كل الصحف الجزائرية المتواجدة على شبكة الانترنت والتي ليست لها نسخة ورقية أو إذاعية أو تلفزيونية، والتي توفر مختلف أشكال التفاعلية لمستخدميها، وقد وقع الاختيار على صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA.

5- صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA :

تعتبر صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA أول يومية إلكترونية جزائرية حيث كانت أول انطلاقة لها في جوان 2007 (4). أما بخصوص النسخة العربية لصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر أو TSA عربي فهو عبارة عن موقع

(1) خالد محمد غازي : الصحافة الإلكترونية العربية - الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح ، ط1، وكالة الصحافة العربية، الجزيرة ، 2016، ص 23.

(2) بن طبة محمد البشير: "اتجاهات الصحافة الفرنسية نحو الإسلام والمسلمين بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية لصحيفة لوموند Le monde الفرنسية"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013 - 2014، ص 27.

(3) بيزق حسين موسى : فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط1 ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، 2015 ، ص 147.

(4) موقع صحيفة كل شيء عن الجزائر ، تاريخ الزيارة : 2018/06/22، الساعة : 18:45.

<http://archive.tsa-algerie.com/qui-somme-nous>

إعلامي جزائري وهو النسخة العربية للموقع TSA، يهتم الموقع بتغطية مختلف الأخبار السياسية، الاقتصادية، الرياضية إضافة إلى أخبار المجتمع والثقافة⁽¹⁾.

6 - رضا المستخدمين :

الرضا هو عبارة عن "شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات العميل وبذلك يمكن التمييز بين ثلاث مستويات من الرضا : غير راض، راض راض جدا... وبذلك فإنّ المستويات العالية من الجودة تخلق نوع من الارتباط العاطفي بين العميل والمؤسسة وبالتالي يخلق هذا الارتباط الولاء والوفاء للمؤسسة"⁽²⁾، هذا في فيما يخص التعريف الاصطلاحي.

ونقصد برضا المستخدمين في هذه الدراسة : الشعور الذي يديها المستخدم تجاه الأشكال المختلفة للتفاعلية التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية، مما ينتج عنه مجموعة من السلوكيات والعلاقات تسعى الصحيفة من خلالها تحقيق مستوى عالي من الرضا.

خامسا : الإطار النظري للدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على النموذج الطقوسي للاتصال Ritual model of communication ويقدم هذا النموذج الذي وضعه James Carey عام 1989 "مجموعة من المفاهيم التي تركز على طبيعة الحوارات في شبكة الاتصال الانترنت بين المستخدمين. والتي عن طريقها توصل النموذج إلى أنّ التفاعلية هي مؤشر لمدى قدرة المستخدم على التدخل بالتعديل في مضمون الرسالة الاتصالية وطريقة عرضها وذلك عن طريق أربعة أبعاد هي : السرعة في نقل استجابة المستخدم إلى المرسل، وتعدد الخيارات أمام المستخدم، وإمكانية الوسيلة التنظيمية، وإمكانية المستخدم في السيطرة على عملية الاتصال"⁽³⁾.

ويمثل النموذج الطقوسي للاتصال "الإطار النظري لدراسة التفاعلية في الصحف على الانترنت، فلكي تصنع الانترنت الأخبار، يجب أن يستغل الصحفيون الإمكانيات والميزات الأساسية لهذا الوسيط الانترنت بالكامل . ولعل أهم الميزات التي تميز مواقع الانترنت بصفة عامة عن وسائل الإعلام التقليدية الأخرى هي : الصوت والصورة المتحركة (المالتي ميديا)، وسرعة تحديث المعلومات، والتوزيع الأفقي للمعلومات، واللامركزية، والقدرة على الوصول للمعلومات والاراقابة والتفاعلية"⁽⁴⁾.

(1) موقع صحيفة كل شيء عن الجزائر عربي ، تاريخ الزيارة : 2018/06/22، الساعة : 18:55.

<https://www.tsa-algerie.com/ar/about>

(2) بوعنان نور الدين : "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء - دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة"، ماجستير، تخصص علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006 - 2007 ، ص 114 .

(3) عبد الأمير مويت الفيصل، مؤيد نصيف جاسم : "الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد... بناء نموذج اتصالي"، مجلة الباحث الإعلامي، (العدد 39)، 2018، ص213.

(4) سعيد محمد الغريب النجار : "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد - تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص 562.

تعتبر "قوة الإعلام الجديد ونجاحه المتواصل مستمد من قدرته على منح الأفراد أدوات عصرية لفرض ذواتهم وبناء هوياتهم وتأكيد تمايزهم عن الآخرين دون أدنى إكراه أو مضايقة أو قيد، ولم يعد بذلك الحديث يقتصر عن إعلام الجماهير بل كذلك عن جماهير الإعلام إن صح التعبير" ⁽¹⁾، لأنّ الحديث عن الجمهور الجماعي في ظل الإعلام الجديد أكل الدهر عنه وشرب، خاصة مع وجود رجوع صدى فوري وسريع، مقارنة بما كان عليه في السابق، لذا نجد أنّ الصحفيين "في الإعلام الجديد لا يستطيعون استهداف جمهور جماعي، والذي يعرف بمجموع كبير من الناس المتباينين والمجهولين والموزعين على نطاق واسع وليس تفاعلي. فمع الإعلام الجديد يرتبط القراء بعضهم ببعض مباشرة، كما أنّ الإعلام الجديد يخلق مجموعات جماهيرية أصغر كما وأكثر انسجاماً وتوافقاً في كثير من الأشياء. وبعبارة أخرى يمكن وصف جمهور الإعلام الجديد بالجياليات communities بدلا من جمهور جماعي Mass audience، ومن ثم فإنّ البحث في المستوى الشخصي أو في الإطار الداخلي لتلك المجموعات الصغيرة والمنسجمة قد يكون أكثر ملائمة" ⁽²⁾.

نلاحظ أنّه ما يميز الصحافة الإلكترونية هي تلك الأشكال التفاعلية التي توفرها عن طريق بعض الخدمات، كالبريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة، والبريد الإلكتروني الخاص بالقوائم بالاتصال، وكذا دفتر الزوار، التسجيل الآلي، سبر الآراء وغيرها. "ويشرح جيمس فوست James Foust قائلاً: ولا تكمن أهمية التفاعلية في رفع مستوى اهتمام المجتمع بالموضوعات المهمة فقط، بل في رفع مستوى اهتمام المنظمات بأخبارها المحلية، ودورها في المجتمع، بإحساسها أنّ هناك من يتابع ويطلع من القراء، وبهذا المفهوم تكون الصحافة الإلكترونية أكثر قرباً لتطبيق شعار أعط وخذ من الاتجاه الواحد للتدفق الإعلامي والمرتبطة بالإعلام الجماهيري" ⁽³⁾.

في هذا السياق نجد أنّ "الصحف على الانترنت تمتاز على الصحف المطبوعة بالتفاعلية بما يساعد على التدفق المزدوج للمعلومات (أو المتعدد الاتجاه) بين مجتمعات صغيرة متجانسة بدرجة ما، فإنّ النموذج الطقوسي للاتصال يبدو أكثر ملائمة من نموذج الاتصال التقليدي. والنموذج الطقوسي للاتصال لم يركز على نشر الرسائل الإعلامية في الفضاء، لكنه يركز على المحافظة والإبقاء على هذا المجتمع بمرور الوقت، فهو لا يركز على منح معلومات بقدر ما يركز على عرض الاعتقادات المشتركة بين أفراد ذلك المجتمع. ويؤكد على الرضاء الكامل للمرسل والمستقبل" ⁽⁴⁾.

بخصوص ذكر المرسل والمستقبل هناك من يشير إلى أنّ التفاعلية هي عبارة عن "سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر... إذن تعدّ التفاعلية عاملاً نفسياً وإعلامياً تتغير وفقاً لتقنيات الاتصال أو بناء على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها" ⁽⁵⁾.

(1) بن طبة محمد البشير: "الإعلام الجديد وإدارة الأزمات في الوطن العربي"، المرجع السابق، ص 528.

(2) سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، المرجع السابق، ص 562.

(3) الشفيق عمر حسنين: الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، المرجع السابق، ص 17، 18.

(4) سعيد محمد الغريب النجار: "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، المرجع السابق، ص 564.

(5) مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي Interactive Media، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2016، ص 49.

ويمكن تحقيق هذه السلسلة من الأفعال الاتصالية بأشكال مختلفة كالهاتف البريد الإلكتروني، ساحات الحوار والمناقشة، مواقع التواصل الاجتماعي... وغيرها من الوسائل والأشكال التفاعلية التي تستخدم للتواصل وتبادل المعلومات بين القائم بالاتصال ومستخدمي الصحافة الإلكترونية.

يمكننا القول إذن أنّ الصحافة الإلكترونية التي تعدّ التفاعلية من أبرز خصائصها "لا تسعى فقط إلى جذب انتباه الجمهور والمحافظة عليه. بل تسعى الوسائل التفاعلية أيضا إلى العمل على استثارة والتحفيز على المناقشات العامة واجتذاب الآلاف أو الملايين من الناس سويا في مجتمع افتراضي على الانترنت. ويحاول الصحفيون على الانترنت زيادة رضاء القراء يترتب عليه مزيدا من التعرض لمواقعهم على الانترنت، وذلك من خلال الاستماع إلى القراء وإشراكهم في عملية جمع الأخبار" (1).

وعلى سبيل المثال نجد أنّ على القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية أن "يدخل في تفاعلية مع القارئ عبر البريد الإلكتروني ليعرف هل هذه المعلومات مفيدة وإيجابية، أي هل وجد القارئ ضلته في الموقع أو المقال، لمعرفة رجوع الصدى" (2)، وهذا ما يثري العملية التفاعلية. ليس هذا فقط بل يحاول إشراك المستخدم في تحرير المضمون الإعلامي، لتصل بذلك التفاعلية والتشاركية إلى ذروتها.

في هذا الصدد نجد أنّ الصحافة الإلكترونية أتاحت لمستخدميها إمكانية المشاركة في تحرير المضمون الإعلامي وذلك عن طريق توفير بعض الأشكال التفاعلية، التي تمكن المستخدم من إضافة مقال، أو صورة أو فيديو أو حتى تجربة شخصية. وما هي ساحات المناقشة وغرف الحوار والدرشة والمجموعات الإخبارية والمنتديات، إلا أشكال تفاعلية تبنى جسرا من التواصل بين القائم بالاتصال والجمهور أو الجاليات إن صح التعبير، وهي أيضا الطريقة المثلى لجمع الأخبار من جهة والترويج للاعتقادات المشتركة بين هذه الجاليات من جهة أخرى. ومن ثمّ يمكن تحقيق نوعا من الرضا بين مرسل الرسالة الإعلامية ومستقبلها، دون أن ننسى أنّ التبادل في الأدوار بين المرسل والمستقبل زاد من حرص الصحف الإلكترونية في تنويع الأشكال التفاعلية لتتلاءم والبيئة الإلكترونية الجديدة، التي أفرز جمهورا جديدا أكثر تفاعلية.

سادسا : نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها :

1 - نوع الدراسة:

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وبما أنّ هذه الدراسة تحاول الكشف عن أهم أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين، فقد تمّ الاعتماد على منهج المسح الوصفي والذي هو عبارة عن طريقة "يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الثقافية والسياسية والعلمية، وتسهم في تحليل ظواهره... وبعبارة أخرى فأنا نستطيع تحديد أهداف وأعراض الدراسة

(1) سعيد محمد الغريب النجار : "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، المرجع السابق، ص 564.

2- محمد لعقاب : مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط 1، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 74.

المسحية بأنها تبرير الأوضاع والأنشطة الموجودة في مجتمع المسح المعني، والوصول إلى خطط أفضل لذلك المجتمع، بغية تحسين الأداء والأوضاع فيه" (1).

2- أدوات جمع البيانات :

2-1 - استمارة تحليل المضمون :

ولما كان الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو الكشف عن أهم أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية فقد تمّ الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية، وذلك بتحليل الصحيفة الإلكترونية الجزائرية كل شيء عن الجزائر .TSA

ويعرف بيلرسون Brelson تحليل المحتوى بأنه : "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال... ومن التعريفات الحديثة التي شهدتها تحليل المحتوى تلك التي أوردها كلود كريندرف حيث يرى أنّ تحليل المحتوى هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل" (2).

2-1-1 - فئات التحليل :

وتقسم فئات تحليل المضمون في هذه الدراسة إلى :

2-1-1-1 - فئات الشكل (كيف قيل ؟) :

ركزت هذه الدراسة على فئات الشكل كون طبيعة موضوعها تتطلب هذا، حيث تمحورت هذه الفئات حول أشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

وقد اشتملت على الفئات الرئيسية التالية :

أ - النوافذ الرقمية التفاعلية :

ونقصد بالنوافذ الرقمية التفاعلية، الأيقونات المتواجدة على الصفحة الرئيسية، والتي تنقل المستخدم من خلال الترابطية النصية أو النص الفائق إلى صفحاتها الفرعية، وبالتالي إلى مختلف المضامين الإعلامية والتطبيقات المختلفة التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر TSA لمستخدميها.

وقد اشتملت على 15 فئة فرعية تمثلت في ما يلي :

(أيقونة خريطة الموقع، أيقونة خدمة البحث، أيقونة الاشتراك، أيقونة أقرأ الصحف، أيقونة اختيار اللغة، أيقونة الإعلان، أيقونة راسلنا، أيقونة الاشتراك، أيقونة حسابك، أيقونة التسجيل، أيقونة الفيسبوك، أيقونة التويتتر، أيقونة Google+، أيقونة تطبيق App store ، أيقونة حالة الطقس).

(1) عامر قنديلجي : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 1999، ص99، 100.

(2) يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 09، 10 .

ب - العناصر البنائية الرقمية :

ونقصد بالعناصر البنائية الرقمية مدى قدرة المصمم على اختيار نوع الخط والألوان التي تتناسب وأهداف الصحيفة الإلكترونية، وكذا توزيع الروابط الفائقة على الصفحة الرئيسية والتي تعتبر بوابة الموقع. وقد تناولت الدراسة الفئات الفرعية التالية هي: (نوع الخط، الألوان، الوصلات الفائقة).

ج - الوسائط المتعددة التفاعلية :

وهي الفئة التي تحدد الوسائط المتعددة التفاعلية التي استخدمتها الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة في معالجتها للموضوعات.

وقد تناولت هذه الدراسة الفئات الفرعية التالية هي: (فيديو، نص مع صورة، نص مع فيديو).

2- 1 - 2 - وحدات التحليل والقياس :**2- 1 - 2 - 1 - وحدات التحليل :**

يعتبر الهدف من تحليل المضمون هو وصف عناصر هذا المحتوى وصفا كليا وذلك من خلال تقسيمه إلى فئات وحتى يمكن قياس هذه الفئات يجب تقسيم هذا المضمون إلى وحدات تحليلية " يتم عدّها أو قياسها مباشرة ويعطي وجودها أو غيابها، أو تكرارها دلالات معينة تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية" ⁽¹⁾ حيث يعدّ هذا البعد الكمي من مميزات تحليل المحتوى "كأساس للدراسة، وكمنطلق للحكم على انتشار الظواهر، وكمؤشر للدقة في البحث، ومن ثم الاطمئنان إلى النتائج" ⁽²⁾ المتوصل إليها.

وقد اعتمدت هذه الدراسة الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية Home Page كوحدة للتحليل ويعود سبب ذلك لتفاوت "مواقع الويب جوهريا في الحجم من صفحة واحدة إلى 50.000 صفحة، ولذا فإنّ تحليل صفحات الموقع بإكمالها يستهلك وقتا وجهدا كبيرا يخرج عن طاقة الباحث" ⁽³⁾ من جهة، وكونها أي الصفحة الرئيسية تحتوي على خدمات تبرز بوضوح الأشكال التفاعلية التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها من جهة أخرى، لذا فلا حاجة للولوج إلى صفحات أخرى، ونكتفي فقط بالصفحة الرئيسية.

2- 2 - 1 - 2 - وحدات القياس :

استعملت الدراسة أسهل طريقة تتمثل في ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة. كما استعملت أسلوب التكرار، "وعلى هذا فإنّ الفئات في هذه الأحوال تصبح ذاتها وحدات العدّ والقياس في حالة الاكتفاء بهذا التصنيف لأغراض التحليل والدراسة، حيث اعتبرت الفئات وحدات تحليل قام عليها العد واعتبرت بالتالي وحدات عد لفئات المحتوى" ⁽⁴⁾.

(1) محمد عبد الحميد، السيد بهنسي : تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 92 .

(2) رشدي طعيمة : تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 101.

(3) سعيد محمد الغريب النجار : "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، المرجع السابق، ص 569.

(4) محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص 173 .

2-2 - الاستبيان :

استخدمت هذه الدراسة الاستبيان كأداة مكملة والاستبيان عبارة : "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد الباحثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها" (1).

2-3 - الملاحظة بالمشاركة :

تفرض الملاحظة بالمشاركة "من الباحث معايشة مجتمع الدراسة، فهي التي يكون فيها الباحث جزء من الجماعة التي ينوي دراستها وذلك من خلال المشاركة الكاملة في حياتها وفعاليتها اليومية" (2). وهذا ما حصل فعلا من خلال الاشتراك المجاني بالصحيفة محل الدراسة.

سادسا : عينة الدراسة:

1- عينة الدراسة التحليلية :

تمّ اختيار الصحيفة الإلكترونية الجزائرية كل شيء عن الجزائر TSA بطريقة عمدية، كونها من أكثر الصحف الإلكترونية الجزائرية مقروئية، وقد وقع هذا الاختيار بعد الملاحظة المستمرة والدقيقة لهذه الصحيفة الإلكترونية عن طريق الاشتراك بها بصفة مجانية. وقد تم زيارة هذه الصحيفة الإلكترونية على مدى شهرا كاملا وبشكل يومي (من 25 أكتوبر 2018 إلى غاية 25 نوفمبر 2018) لغرض تحليل المحتوى المجاني للصحيفة محل الدراسة.

2- عينة الدراسة الميدانية :

صُممت استمارة استبيان تضمنت جملة من الأسئلة موجهة للمبحوثين وعددهم 50 مبحوثا تمّ إجابة على 43 استبيان، وذلك بغرض معرفة علاقة الأشكال التفاعلية التي وفرتها الصحيفة محل الدراسة برضا المستخدمين. أمّا بخصوص المشاركة في الاستبيان، فقد كانت مفتوحة للمشاركين بالصحيفة كل شيء عن الجزائر TSA بصفة مجانية، وذلك خلال الفترة الممتدة بين 25 أكتوبر 2018 إلى غاية 25 نوفمبر 2018، وعليه فإنّ عينة الدراسة هي عينة قصدية.

نتائج الدراسة :

1 - نتائج الدراسة التحليلية :

1-1 - النوافذ الرقمية التفاعلية :

أسفرت نتائج التحليل بأنّ الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة قد وفرت خريطة موقع لمستخدميها، وخريطة الموقع عبارة "عن رسم تخطيطي يبين بنية الموقع ويتضمن وصفا لمحتويات الصفحات والمعلومات التي سيتم إدراجها ضمنها، كما

(1) محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 353.

(2) فضيل دليو، علي غربي : أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط2، مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 220.

توضح آلية التنقل بينها⁽¹⁾، وهذا ما أتاحتها صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA من خلال قائمة محتويات، إلى جانب بعض الأيقونات التفاعلية، وهذا بغرض تسهيل ولوج المستخدم للمضامين الإعلامية والتنقل بين صفحاتها بكل يسر. أما خدمة البحث فهي أيضا متوفرة من خلال أيقونة صغيرة أعلى الصفحة الرئيسية على شكل عدسة مكبرة تتيح للمستخدم عند النقر عليها الولوج إلى المزيد من مصادر المعلومات.

كما تتضمن الصحيفة إمكانية تغيير اللغة من خلال أيقونة TSA عربي فالصحيفة في الأصل باللغة فرنسية، إلا أنّها توفر لمستخدميها نسخة باللغة العربية، وهذا ما يزيد من انتشارها وزيادة عدد قرائها.

كما تقدم الصحيفة محل الدراسة خدمة مميزة وهي إمكانية الولوج إلى جرائد أخرى، من خلال أيقونة Lire la presse أو اقرأ الصحف، هذه الأيقونة متواجدة أعلى الصفحة الرئيسية، وتعتبر هذه الخدمة سلاح ذو حدين فهي تعطي للمستخدم خيارات متنوعة من جهة، وتفقد هذا المستخدم من جهة أخرى بسبب إجماره في مواقع للصحف الجزائرية المختلفة وإمكانية عدم العودة إلى صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA.

بينت نتائج التحليل بأنّ الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة قد منحت لمستخدميها إمكانية إضافة إعلان عن طريق أيقونة Publicité المتواجدة أعلى الصفحة الرئيسية وتكررت نفس الأيقونة أسفل الصفحة الرئيسية، والإعلان هو من أبرز مصادر تمويل الصحف الإلكترونية إلى جانب الاشتراكات بالنسبة للصحف الإلكترونية المدفوعة والنصف مجانية.

في هذا السياق فإنّ "نموذج الدعاية والإعلان M - J Publicity model of communication Quail يفيد أيضا في دراسة الصحف على الانترنت، فبقدر نجاح الصحف الانترنت في جذب انتباه عدد أكبر من الجمهور بقدر تحصيلها على أجور اشتراك أكثر، بما يحقق مزيد من الربح لتلك الصحف بشكل مباشر، في نفس الوقت وبشكل غير مباشر فإنّ هذه الصحف تباع أيضا الإقبال الجماهيري الكبير إلى المعلنين، بما يساهم في زيادة سعر الإعلان على الموقع"⁽²⁾.

بعبارة أخرى، يمكننا القول أنّ الزيادة في عدد الجمهور يساهم في جلب المعلنين، لأنّه كلما زاد عدد الزوار كلما زادت فرص حصول الصحيفة الإلكترونية على إعلانات.

كما توفر صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA إمكانية اتصال المستخدمين بها وذلك من خلال أيقونة Nous Contacter، المتواجدة أعلى الصفحة الرئيسية، وقد وفرت الصحيفة محل البحث إمكانية الاتصال عن طريق البريد الإلكتروني والهاتف الثابت وكذا الهاتف النقال، وهذا ما يمنح للمستخدم فرصة التواصل والتفاعل مع مسؤولي الصحيفة الإلكترونية من خلال طرح بعض التساؤلات أو اقتراح بعض المواضيع وغيرها، وبالتالي يمكن اعتبار هذه الأشكال التفاعلية هي بمثابة وسيلة لمعرفة ردود فعل المستخدمين، بمعنى أنّ الصحيفة يمكنها أن تقيس رجع الصدى عن طريق هذه الأشكال التفاعلية.

(1) نورهان صندوق : "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، ماجستير، كلية فنون جميلة، قسم الاتصالات البصرية، جامعة دمشق، 2013 - 2014، ص 77.

(2) سعيد محمد الغريب النجار : "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، المرجع السابق، ص 564.

بخصوص أيقونة الاشتراك فجاءت هي أيضا في أعلى الصفحة الرئيسية s'abonner وتكررت نفس الأيقونة أسفل الصفحة الرئيسية، ربما يعود هذا إلى حرص صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA على توسيع دائرة الاشتراك المدفوعة والتي تعدّ أحد أهم مداخل الصحف الإلكترونية عموما. ويمكن من خلال أيقونة s'abonner الاشتراك بالصحف الإلكترونية بالصيغة المدفوعة، كما تتيح الصحيفة محل الدراسة الصيغة المجانية لتقديم المواد الإعلامية، إذن فتعتبر صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA صحيفة نصف مجانية، هذا يعني توفير محتوى مجاني متاح للجميع، وتستثني الصحيفة الإلكترونية جزء آخر من المحتوى التي تخصصه فقط للمشاركين بصفة مدفوعة، وبخصوص المحتوى المجاني فهو يساهم في زيادة عدد القراء وبالتالي تفاعلية أكثر مع هذا المحتوى.

كما تتيح الصحيفة محل الدراسة أيقونة Connecter vous والمتواجدة أعلى الصفحة الرئيسية حيث تسمح للمستخدم المسجل مسبقا بالولوج إلى حسابه.

والشكل (1) يبين الأيقونات التفاعلية المتواجدة أعلى الصفحة الرئيسية.



الشكل (1) : الترويسة لصحيفة كل شيء عن الجزائر TSA

كما توفر صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA خدمة أحوال الطقس بصفة مفصلة من خلال أيقونة Météo المتواجدة في ذيل الصفحة.

إلى جانب كل ما سبق وفرت الصحيفة محل الدراسة أيقونات تفاعلية أخرى، تمثلت في أيقونة خاصة بالاشتراك في صفحاتها على الفيسبوك والتويتر، والتي توفر لمستخدميها إمكانية مشاركة المحتوى الإعلامي عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وهذا الشكل من الأشكال التفاعلية يمنح الصحيفة فرصة أكثر لزيادة عدد مستخدميها بشكل واسع، إذ يعبر عن حرص الصحيفة الإلكترونية لإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي تعتبر الطريقة المثلى للترويج لها من جهة، كما يعزز تفاعل المستخدم مع مضمونها من جهة أخرى.

أما بخصوص إضافة تعليقات، فقد وفرت الصحيفة محل الدراسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة مباشرة بالصحيفة الإلكترونية عن طريق الترابطة النصية أو ما يعرف أيضا بالنص الفائق، وذلك بغرض معرفة رجع الصدى وإتاحة فرصة للمستخدم حتى يتفاعل مع المضمون الإعلامي بكل حرية، إذ يمكن المستخدم أن ينشر اعتقاداته من خلال هذا التعليق، وهذا ما يركز عليه النموذج الطقوسي للاتصال، حتى يهدف إلى الوصول للرضا التام للمرسل والمستقبل على حد سواء.

أيضا أيقونات خاصة بمختلف التطبيقات المتاحة على (Google+), أيقونة Applications والتي تنقل المستخدم من خلال رابط إلى Google play أيضا أيقونة تطبيق App store، كل هذا الخدمات تسهم بشكل كبير في جذب المستخدمين الذي يجدون ضالته في الموقع أو الصحيفة التي توفر لهم كل احتياجاتهم، والولوج إلى هذه الخدمات ممكنة من خلال الأيقونات المتواجدة في ذيل الصفحة الرئيسية للصحيفة والذي يوضحه الشكل (2).



الشكل (2) : ذيل الصفحة الرئيسية لصحيفة كل شيء عن الجزائر TSA

1- 2- العناصر البنائية الرقمية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية :

1- 2- 1- إمكانية تغيير نوع الخط :

من خلال التحليل يلاحظ أنّ الصحيفة محل الدراسة لا تتيح لمستخدميها إمكانية تغيير نوع الخط. وكما نعلم فنوع الخط يعتبر من أهم العناصر البنائية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية لصحف الإلكترونية، لذا فقد حرص مصممو الويب على اختيار نوع الخط الذي يجذب المستخدم ويربجه أيضا، "لكن المشكلة الأساسية التي يتعرض لها المصممون في هذا الجانب تظهر عند اختيارهم لنوعية الحرف التي ستكتب بها النصوص التي تقدم المعلومات ضمن الموقع وتتجسد هذه المشكلة في عدم القدرة على ضبط العديد من خصائص الحرف كنوعه وحجمه، ففي كثير من الأحيان توفر المتصفحات للمستخدم إمكانية تعديل نوع الحرف وحجمه"⁽¹⁾، وهذا ما يساعد المستخدم لشخصنة الصحيفة الإلكترونية حتى تتلائم مع اختياراته ورغباته وبالتالي يتشكل لديه نوع من الراحة النفسية والاستقرار والذي يقوده أي المستخدم إلى المكوث أطول مدة ممكنة داخل موقع الصحيفة، إلا أنّ بعض المصممين يعتبرون أنّ توحيد شكل وحجم حروف النص في الموقع الإلكتروني أمر ملح، حتى يضيفي على هذا الموقع الإلكتروني لمسة جمالية وأخرى وظيفية، لذا فهم يرون أنّه يجب مراعاة "تناسب الحروف من حيث الشكل والحجم، ولا بد من اختيار أنواع الخطوط الشائعة والأكثر استخداما"⁽²⁾.

2- 2- إمكانية تغيير اللون :

أما بخصوص إمكانية تغيير اللون فقد أسفرت نتائج التحليل أنّ الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة لا تتيح لمستخدميها هذه الإمكانية، وكما نعلم فالألوان تحمل "دلالات مختلفة تساهم في التأثير على المستخدم إمّا بشكل إيجابي أو سلبي كما يمكن أن يساهم اللون في تحويل المواقع المملة إلى مواقع جذابة بصريا إذا ما استخدم بشكل صحيح وملائم للهدف من الموقع، مثلا إنّ استخدام الألوان الهادئة كالأبيض والوردي في موقع للرياضة من شأنه أن يدفع المستخدم للشعور بالملل وبالتالي الخروج من الموقع، ومن جهة أخرى فإنّ استخدام ألوان صاحبة وشديدة التباين في موقع يهتم بالموسيقى وموجه لفئة الشباب يكون اختيارا مناسبا يساهم في زيادة عدد مستخدمي الموقع"⁽³⁾، لذا فعلى مصمم الصحف الإلكترونية أن يوزع ألوان الموقع بعناية بالغة فعند "اختيار اللون الأساسي للموقع يجب مراعاة اختيار اختلاف الألوان عن بعضها البعض بشكل كبير مع التناسق فيما بينها ويجب اختيار الألوان الباردة حتى لا تكون مؤذية للعين"⁽⁴⁾.

(1) نورهان صندوق : "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق ، ص62.

(2) الحاج علي آدم علي : استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، ط1، جامعة غرب كردفان، السودان، 2015، ص33.

(3) نورهان صندوق : "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص 45 .

(4) الحاج علي آدم علي : استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، المرجع السابق، ص33 .

وعموما يجب على مصممي الصحف الإلكترونية أن يأخذوا بعين الاعتبار أهمية اختيار الألوان الخاصة بالموقع على أسس علمية حتى يجذب الموقع أكبر عدد ممكن من المستخدمين، لذا نجد مصمم الويب يسعى عادة "لجعل المواقع متاحة لأكثر قدر ممكن من المستخدمين بما في ذلك المصابون ببعض الإعاقات الجسدية كعمى الألوان، لذلك يهتم بعض المصممين بتوفير تباين واضح بين ألوان خلفية الخلفية وما يتوضع فوقها ليس فقط في النصوص المستخدمة في الصفحة وإنما في الصور أيضا، كاستخدام ألوان مشرقة مع الألوان عاتمة... ليمكن المصابون بعمى الألوان من تمييزها بسهولة"⁽¹⁾. وبهذه الطريقة تحقق الصحيفة الإلكترونية جماهيرية واسعة، لأنها استطاعت أن تستقطب مختلف أفراد المجتمع بمختلف فئاته .

1 - 2 - 2 - الوصلات الفائقة :

من خلال التحليل يمكننا القول أنّ صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA وفرت لمستخدميها وصلات داخلية تنقل المستخدم داخل صفحات الصحيفة نفسها، وأخرى خارجية تنقل المستخدم خارج الموقع، على سبيل المثال من خلال أيقونة Lire la presse أو اقرأ الصحف والموصلة بتقنية النص الفائق، يمكن الانتقال عن طريق النقر على هذه الأيقونة إلى مواقع لصفح جزائرية أخرى بكل سهولة.

ولقد اهتم الباحثون اهتماما بالغا بمدى تأثير الوصلات الفائقة على تصميم الصحف الإلكترونية فحسب "دراسة A.G. Gordon 1997 التي تبين منها أنّ الوصلات الفائقة في الصحافة الإلكترونية تتمتع بقوة هائلة ؛ حيث تتيح هذه الوصلات للصحفيين أداة مهمة لتقديم معلومات خلفية تدور في السياق نفسه لقراءها. ويمكن استخدام هذه الوصلات أيضا لبناء الأخبار بشكل غاية في الاختلاف. ويمكن كتابة القصص الخبرية بحيث تكون قصيرة مع السماح للقارئ بتحديد بناء القصة الخبرية من خلال اختيار الوصلات التي يرغبها"⁽²⁾، فالمستخدم من خلال هذه الوصلات يتشكل لديه عمق معرفي وفهم لتفاصيل القصة الخبرية، مما يمكنه من التفاعل مع الأحداث بشكل واعي.

3 - استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية :

تعتبر الوسائط المتعددة من أهم التغيرات التي حدثت على مستوى تكنولوجيات الإعلام والاتصال منذ تسعينيات القرن الماضي، حيث قاد هذا التغيير إلى "ما يعرف بالتوحد Convergence، التوحد يتم على مستويين : على مستوى التقني والعملي، حيث يكون التوحد أو الالتقاء في وسيلة واحدة... وعلى مستوى الملكية والسيطرة، مثل توحد وإدماج وسيلة إعلامية مع وسائل أخرى لا تعمل بذات المجال... إنّ أهمية الوسائط المتعددة تكمن في قدرتها على أن توفر أمام المستخدم فرصة تجربة الخبر والمعلومة بأكثر من طريقة"⁽³⁾، وهذا ما يوفر تنوع أكثر في أشكال التفاعلية، حيث يمكن تقديم نفس الحدث بطرق عديدة، مما يلبي كل تفضيلات المستخدمين وبالتالي تفاعلية أكثر مع هذه الوسائط.

(1) نورهان صندوق : "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، المرجع السابق، ص50.

(2) شريف درويش اللبان : الصحافة الإلكترونية - دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص138.

(3) جاسم محمد الشيخ جابر : "الصحافة الإلكترونية العربية - دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل، 2009، ص 400.

نجد أنّ صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA لم تقصر في استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية من صورة وصوت وفيديو، خاصة الفيديوهات حيث خصصت لها صفحة معنونة بـ "Vidéos" تحتوي على أرشيف متنوع من الفيديوهات تعالج مختلف المواضيع التي نشرها الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة، كما أتاحت إمكانية التفاعل معها هذه الوسائط الإعلامية الفائقة إن صح التعبير من خلال إمكانية مشاركته مع قائمة الأصدقاء عن طريق الفيسبوك والتوتير وإضافة التعليقات، لتكون بذلك قد أتاحت لمستخدم الصحيفة الإلكترونية إمكانية المشاركة والتفاعل من خلال هذه التعليقات.

غير أنّ الصحيفة محل البحث أهملت بعض صور المشاركة في تحرير المضمون الإعلامي كإمكانية إضافة مقال أو صورة أو فيديو من طرف المستخدم كشكل من أشكال ما يعرف اليوم بصحافة المواطن والتي من خلالها يمكن "رد الاعتبار والكلمة للمواطنين حتى تتحول مشاغلهم وطموحاتهم إلى هم انتخابي، واستضافتهم ليتحدثوا عن مشاكلهم التي همشت فعزلت فتحوّلت إلى ذيل اهتمامات النخب السياسية... كما تعتمد صحافة المواطن على جمع فئة من المواطنين في قطاع ما (زراعة، تجارة...) أو في المقاطعة التي يقطنونها للتجاوز معهم حول مسائل تعينهم من قريب وهو ما مكن المؤسسات الصحفية ومن خلال هذه الزاوية من إظهار المشاكل الحقيقية التي يعيشها المواطن" (1). وهذا ما نجده لدى العديد من المؤسسات الإعلامية والتي تطلب من المواطنين إرسال صور وفيديوهات إما بمقابل مادي أو معنوي، لكن تبقى مشكلة عملية تصنيف هذه المواد المرسلّة، والتي تتبناها المؤسسة الإعلامية حيث تختار منها فقط الجزء الذي يخدم خطها الافتتاحي في هذه الحالة تبقى مواقع التواصل الاجتماعي منصة افتراضية تسمح للمواطن بنشر انشغالاته بكل حرية.

2- نتائج الدراسة الميدانية :

2 - 1 - البيانات الشخصية للمبحوثين :

شملت هذه الدراسة عينة قدرت بـ 43 مستخدما، توزعت حسب النوع بين 34 ذكرا يمثلون نسبة (79.07%) من العدد الإجمالي مقابل 09 أنثى يمثلن نسبة (20.93%) من المجموع الكلي، من خلال الملاحظة نجد أنّه هناك تفاوت كبير بين نسبة الذكور ونسبة الإناث، قد يعود هذا التباين في الاختلاف بين مجال الاهتمام بالنسبة للجنسين، إذ نجد عادة أنّ الذكور أكثر اهتماما بالاطلاع على الصحف الإخبارية.

توضح نتائج الدراسة الميدانية أنّ الفئة العمرية التي تتراوح بين 18 - 39 سنة تحصلت على أكبر نسبة حيث قدرت بـ (51.16%)، بينما نجد أنّ الفئة العمرية التي تتراوح بين 40 - 59 سنة تحصلت على نسبة قدرت بـ (37.21%) وأخيرا تحصلت الفئة العمرية أكثر من 60 سنة قدرت نسبتها (11.63%) فقط، والملاحظ من خلال النتائج الكمية السابقة أنّ الفئة السنوية الأكثر شبابا هي التي تحصلت على أكبر النسب، في هذا الصدد تحدث روبرت مردوخ، رئيس مجموعة نيوز كروب الإعلامية عن الجمهور الجديد للصحافة الإلكترونية حيث حذر "من التغيرات التي يشهدها قطاع الصحف، ومن تحول القراء إلى تفضيل استخدام الانترنت. وأضاف أمام حشد في لندن أنّ جيلا جديدا من

(1) جمال الزرن : "البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن"، الباحث الإعلامي، (العدد 17)، 2012، ص 23، 24.

مستخدمي الإعلام نما ويحصل على المحتوى المعلوماتي ساعة يشاء وكيفما يشاء، وحتى كما يشاء" (1). هذا الجيل الجديد الذي تحدث عنه روبرت مردوخ هو جيل شاب يتحكم في التقنية الجديدة ويجيدها ويفضله أيضا.

2 - 2 - مدى رضا المستخدمين عن النوافذ الرقمية التفاعلية المتاحة :

فيما يتعلق بمدى رضا المستخدمين عن النوافذ الرقمية التفاعلية التي وفرتها الصحيفة، فقد كانت النتائج كالتالي :

- راض : (48.68%) - غير راض تماما : (07.93%)

- راض إلى حد بعيد : (18.20%) - غير راض : (8.24%) - راض إلى حد ما : (16.95%)

من خلال هذه النتائج يتبين لنا أنّ الصحيفة محل البحث قد وُفقت في اختيار النوافذ الرقمية التفاعلية ونتائج

الدراسة تعكس وينسبة معتبرة مدى رضا المستخدمين عن هذه النوافذ الرقمية التفاعلية المتاحة.

2 - 3 - مدى رضا المستخدمين عن العناصر البنائية المستخدمة الرقمية :

أما فيما يخص مدى رضا المستخدمين عن العناصر البنائية الرقمية المستخدمة في تصميم الصفحة الرئيسية

لصحيفة كل شيء عن الجزائر TSA . فقد كانت النتائج كالتالي :

- راض : (51.16%) - راض إلى حد بعيد : (7.75%)

- راض إلى حد ما : (34.11%) - غير راض : (6.98%) - غير راض تماما : (00.00%)

نلاحظ من خلال نتائج الدراسة الميدانية مدى رضا المستخدمين عن العناصر البنائية الرقمية المستخدمة في

تصميم الصفحة الرئيسية الصحفية محل البحث، رغم أنّه لا يوجد إمكانية تغيير اللون أو نوع الخط من طرف المستخدم

وهذا إن دّل على شيء إنما يدّل على مدى رضا المستخدمين عن الوصلات الفائقة والألوان المختارة للواجهة ونوع الخط

أيضا، لذا فهم ليسوا بحاجة لتغييره، وهذا يعكس النتائج المتحصل عليها.

2 - 4 - مدى رضا المستخدمين عن الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة :

أما فيما يخص مدى رضا المستخدمين عن الوسائط المتعددة التفاعلية التي استخدمتها الصحيفة الإلكترونية كل

شيء عن الجزائر TSA . فقد كانت النتائج كالتالي :

- راض : (66.67%) - راض إلى حد بعيد : (8.52%)

- راض إلى حد ما : (24.81%) - غير راض : (00.00%) - غير راض تماما : (00.00%)

نجد أنّ النتائج السابقة تعكس مدى رضا المستخدمين عن الوسائط المتعددة التفاعلية التي استخدمتها الصحيفة

محل البحث، وذلك لما لديها من أهمية خاصة لدى فئة الشباب.

في هذا السياق يجب أن نفرق " بين مصطلح الوسائط الفائقة Hypermedia وبين مصطلح الوسائط المتعددة

Multimédia في أنّ الوسائط المتعددة ليست بالضرورة أن تكون تفاعلية على الرغم من أنّ بعضها من منتجاتها تصمم

لكي تحقق نوعا من المشاركة من جانب المتلقي (الإيجابي)، في حين أنّ البعض الآخر يوجه إلى المتلقي السلبي، وفي مقابل

(1) صلاح عبد الحميد، معنى عاطف : الإعلام بين المعلوماتية والدبلوماسية، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجزائر، 2015، ص 49، 50 .

ذلك نجد أنّ الوسائط الإعلامية الفائقة تتطلب دائما نوعا من المشاركة من جانب المتلقي " (1)، وبذلك تدفع المتلقي السليبي ليتحول إلى متلقي إيجابي يتفاعل مع ما تقدمه الصحيفة من مضامين متنوعة.

2- 5 - اقتراحات المستخدمين لتطوير الأشكال التفاعلية في صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA:

فيما يتعلق باقتراحات المستخدمين لتطوير الأشكال التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية كل شيء عن الجزائر

TSA. فقد كانت نتائج الدراسة كالتالي :

- إمكانية إضافة مقال : (44.19%) - إمكانية إضافة فيديو : (09.30%)

- التقليل من اللوحات الإشهارية : (20.93%) - إمكانية إضافة صورة : (06.98%)

- بريد إلكتروني خاص بالصحفي : (16.28%) - هاتف خاص بالصحفي : (02.32%)

من خلال النتائج السابقة نجد أنّ جُلّ المستخدمين يقترحون إمكانية إضافة مقال، فهم يفضلون المشاركة في تحرير المضمون وهذا مقترح منطقي في ظل الإعلام الرقمي، كون العملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية ذات اتجاهين، ليصبح في هذه الحالة المستقبل هو نفسه منتج للمادة الإعلامية وهو ما يحقق تبادل الأدوار الاتصالية بين المرسل والمستقبل.

كما نجد أنّ الاقتراح الخاص بالتقليل من اللوحات الإشهارية هو أيضا حاز على نسبة لا بأس بها، ربما يعود هذا إلى الإزعاج الذي تسببه اللوحات الإشهارية أثناء التصفح المستخدم للمضمون الإعلامي، حيث لوحظ أنّ الصحيفة محل الدراسة تتيح مساحة معتبرة للإعلانات التجارية والتي تعتبر من أهم مداخل الصحف الإلكترونية.

أما بخصوص إمكانية إضافة صورة أو فيديو أو الاتصال بالصحفي عن طريق الهاتف فقد حازت بنسب ضئيلة رغم كون ثقافة الصورة والوسائط المتعددة تجذب اهتمام الكثير من الشباب.

وعموماً نجد أنّ هناك نوع من وعي لدى المبحوثين، ربما يعود هذا كون مستخدمي الصحف الإلكترونية عادة يتمتعون بالثقافة الواسعة، كما قد يمثلون نخبة المجتمع.

- خاتمة :

من خلال هذه الدراسة والتي تمحورت حول الأشكال التفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وعلاقتها برضا المستخدمين، يمكننا القول أنّ صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA قد وفرت نوافذ رقمية تفاعلية متنوعة كإمكانية تغيير لغة الصحفية من اللغة فرنسية إلى اللغة العربية في نسختها TSA عربي.

أيضا توفر الصحيفة محل البحث إمكانية إضافة إشهار من طرف مستخدميها، وأيضا أتاحت أيقونات تفاعلية أخرى، تمثلت في أيقونة خاصة بالاشتراك في صفحتها على الفيسبوك والتويتّر وغيرها من الأيقونات المتواجدة في الصفحة الرئيسية للصحيفة الإلكترونية.

وقد عكست نتائج التحليل الميداني مدى رضا مستخدميها على هذه النوافذ، حيث حازت فئة راض نسبة

(48.68%).

(1) الحاج علي آدم علي : استخدامات التبيوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية ، المرجع السابق، ص37.

بخصوص إمكانية تغيير نوع الخط واللون من طرف المستخدم نجد أنّ الصحيفة محل الدراسة لا توفر هذه الإمكانية، ورغم هذا فإنّ نسبة النتائج أظهرت مدى رضا المستخدمين عن الوصلات الفائقة والألوان المختارة للواجهة ونوع الخط أيضا.

أما فيما يتعلق بالوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة، فنجد أنّها متوافرة بشكل واضح خاصة أرشيف الفيديوهات "Vidéos"، كما أتاحت الصحيفة محل البحث إمكانية التفاعل مع الوسائط الإعلامية الفائقة، حيث حازت فئة راضٍ نسبة (66.67%).

أيضا يمكن استنتاج أنّ أكثر من نصف جمهور صحيفة كل شيء عن الجزائر TSA من فئة الشباب، حيث حاز الفئة التي تتراوح بين 18 - 39 سنة نسبة (51.16%). وأنّ معظم المستخدمين يقترحون إمكانية إضافة مقال وبنسبة (44.19%).

والختام يمكن اقتراح بعض التوصيات لاستكمال هذه الدراسة تمثلت في ما يلي:

- دراسة تحليلية مقارنة بين الأشكال التفاعلية المتاحة بالنسبة للمحتوى المدفوع والمحتوى المجاني للصحيفة الإلكترونية الجزائرية كل شيء عن الجزائر TSA.

- دراسة تحليلية مقارنة بين الأشكال التفاعلية المتاحة بين صحيفتين إلكترونيتين أو أكثر.

قائمة المصادر والمراجع

• الكتب :

- 1 - بريق حسين موسى : فن الإخراج الصحفي لمواقع الجرائد الإلكترونية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمّان، 2015.
- 2 - الحاج علي آدم علي : استخدامات التيبوغرافيا في تصميم الصحف الإلكترونية، ط1، جامعة غرب كردفان، السودان، 2015.
- 3 - الشفيق عمر حسنين : الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة، 2011.
- 4 - خالد محمد غازي : الصحافة الإلكترونية العربية - الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، ط1، وكالة الصحافة العربية الجزيرة، 2016.
- 5 - رشدي طعيمة : تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 6 - شريف درويش اللبان : الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
- 7 - صلاح عبد الحميد، يمني عاطف : الإعلام بين المعلوماتية والدبلوماسية، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجزيرة، 2015.

- 8 - عامر قنديلجي : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمّان، 1999.
- 9 - عبد العزيز الشريف : الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمّان - الأردن، 2014 .
- 10 - فضيل دليو، علي غربي : أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط2، مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2012.
- 11 - محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 12 - محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2010.
- 13 - محمد عبد الحميد، السيد بهنسي : تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 14 - محمد لعقاب : مهارات الكتابة للإعلام الجديد، ط1، دار هومه للطباعة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013 .
- 15 - محمود عزت اللحام، مروى عصام صلاح : الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمّان، 2015.
- 16 - مروى عصام صلاح : الإعلام الإلكتروني - الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمّان - الأردن، 2015.
- 17 - مصطفى يوسف كافي : الإعلام التفاعلي Interactive Media، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمّان، 2016.
- 18 - يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

• مقالات علمية :

- 19 - بن طبة محمد البشير : "الإعلام الجديد وإدارة الأزمات في الوطن العربي"، مجلة المعيار، (العدد 24)، 2010.
- 20 - عبد الأمير مويت الفيصل، مؤيد نصيف جاسم : "الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد.. بناء نموذج اتصالي"، مجلة الباحث الإعلامي، (العدد 39)، 2018.
- 21 - جمال الزرن : "البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن"، الباحث الإعلامي، (العدد 17)، 2012.

• مؤتمرات وملتقيات علمية :

- 22 - جاسم محمد الشيخ جابر : "الصحافة الإلكترونية العربية - دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية" ، أبحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل ، 2009 .
- 23 - سعيد محمد الغريب النجار : "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت" ، أبحاث المؤتمر الدولي : الإعلام الجديد - تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7 - 9 أبريل 2009 .

• رسائل جامعية :

- 24 - بن طبة محمد البشير: "اتجاهات الصحافة الفرنسية نحو الإسلام والمسلمين بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية - دراسة تحليلية لصحيفة لومند **Le monde** الفرنسية"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013 - 2014.
- 25 - بوعنان نور الدين : "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء - دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة"، ماجستير، جامعة محمد بوضياف، 2006 - 2007.
- 26 - نورهان صندوق : "التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الإلكتروني"، ماجستير، كلية فنون جميلة، قسم الاتصالات البصرية، جامعة دمشق، 2013 - 2014.

• مواقع الانترنت :

- 27 - موقع صحيفة كل شيء عن الجزائر، تاريخ الزيارة : 2018/06/22، الساعة : 18:45.
<http://archive.tsa-algerie.com/qui-sommes-nous>
- 28 - موقع صحيفة كل شيء عن الجزائر عربي، تاريخ الزيارة : 2018/06/22، الساعة : 18:55.
<https://www.tsa-algerie.com/ar/about>