المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN: 2710-8139

المجلد 09 / العدد: 04 (2022)، ص 109- ص 135

مؤشرات جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية

دراسة نقدية تحليلية للموقع الإخباري للتلفزيون العمومي الجزائري

Quality indicators of news websites

Analytical critical study of the Algerian public television news website

لويزة عباد*

كلية علوم الإعلام و الاتصال-جامعة الجزائر3(الجزائر)، abbad.louiza@univ-alg3.dz

تاريخ الاستلام: 2022/09/16 تاريخ القبول: 2022/11/11 تاريخ النشر: 2022/12/31

DOI:10.53284/2120-009-004-007

الملخص

تستهدف هذه الدراسة قياس مدى جودة الموقع الإلكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري، في ظل توجه القنوات التلفزيونية إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الأنترنت تعكس هويتها الإخبارية و تصورها لجمهورها ، تأسيسا على ذلك سعينا لرصد أهم مميزات عينة موقع التلفزيون العمومي، خصائصه ومطابقتها بمعايير جودة المواقع الإلكترونية، مدى استجابتها للتقنيات التكنولوجية المتلاحقة في مجال تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية واستجلاء طبيعة المضمون الإخباري الذي يوجه للمستخدم، استنادا على منهجية بحثية قوامها المنهج المسحي التحليلي مرتكزه تحليل كيفي بناء على مؤشرات قياس محددة تم ضبطها في جداول ، حيث أفضى التحليل إلى استخلاص جملة من النتائج أبرزها: تطور نوعي مشهود للموقع منذ إنشائه من خلال مؤشرات المضمون المقدم ، نموذج تصميم الموقع ، و عدد زواره ، بنسبية معينة مقارنة ببعض النقائص في مستوى الخدمات المقدمة و التفاعلية التي يتيحها الموقع.

كلمات مفتاحية: المواقع الإلكترونية الإخبارية.، مؤشرات.، الجودة.، موقع التلفزيون العمومي الجزائري.

Abstract:

This study aims to measure the quality of the Algerian public television website, with the tendency of television channels to establish their websites on Internet that reflect their news identity and imagintion of their audience.

Based on that, we tend to detect the most important features of the public TV website sample : its characterestics comparing to the website quality standards, its conformity with the successive technological techniques in the field of website design , and to clarify the nature of the news content addressed to the user, according to a research methodology and qualitative analytical survey to measure specefic indicators that have been set in tables,concluding some results, among them :a remarkable qualitative development of thewebsite through the content indicators, it's design model, and the number of visitors with some shortcomings in services and interactivity most of all.

Keywords: News websites; indicators; quality; Algerian public television.

* **المؤلف المرسل**

1. مقدمة:

برزت في السنوات الأخيرة مسميات للتمييز بين شكلين من الإعلام ، " الإعلام القديم أو التقليدي " و " الإعلام الجديد أو البديل" ، و تشكلت وفق ذلك آراء مختلفة ، يستند الرأي الأول على اعتبار الإعلام القديم ممثلا في مختلف وسائل الاتصال التقليدية من التلفزيون ،و الإذاعة ، و قنوات الكابل ، و السينما ، و استديو هات الموسيقى، و الصحف و المجلات الورقية، و الكتب و النشرات المطبوعة (صاحبي، 2017،ص28) ،قد تجاوزه الزمن و أنه يتجه نحو الموت المحتوم ، فالتلفزيون الذي شكل بدء من الخمسينيات على المستوى الأوروبي ، و من السبعينيات في العالم العربي و بلدان شمال إفريقيا ،الحلقة المركزية في التثقيف و في الإمتاع و المؤانسة العائلية، ها هو يحتضر اليوم ، يموت التلفزيون ليرثه الهاتف الذكي ، ليرثه الإنترنت . لترثه قنوات اليوتيوب.(الزاوي، 2022).

فيما يتحفظ أصحاب الرأي الثاني ويرفضون تسمية " الإعلام الجديد أو البديل ''الذي يعكس ذلك الإعلام المتعدد الوسائط، حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من الصوت والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. (شيخاني، 2010،ص443)، قائلين بقدرة الإعلام التقليدي على المنافسة ، بما يمتلكه من خبرة و موثوقية لا تتوفر في الإعلام الجديد، الذي يعتمد كثيرا على الرأي الشخصي و الشائعات.

أما البعض الاخر فينظر إلى العلاقة بين هذين الصنفين من الإعلام بكونها تكاملية، حيث أن وسائل الإعلام التقليدي أعادت بناء ذاتها، من خلال إنشاء مواقع إلكترونية وحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح يعتمد على الإعلام الجديد كمصدر لبعض الأخبار، وبالمثل يتناول الإعلام البديل القضايا المطروحة في الإعلام التقليدي.

منطق البيئة الرقمية فرض أساليب جديدة على أهم الوسائل الاتصالية جماهيرية و تأثيرا **" التلفزيون"** سواء على مستوى الإنتاج، الاستقبال أو الوسيلة بحد ذاتها، من خلال تطويع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لخدمة هذه الوسيلة من ناحية الشكل و المضمون، مفرزة أجيال جديدة في مجال البث الرقمي، من التلفزيون العالي الدقة، إلى التلفزيون الرقمي و التفاعلي الذي يمنح للمشاهد فرص اختيار البرامج و التدخل في محتوياتها.

من جهة أخرى وجد التلفزيون نفسه أمام حتمية تكييف برامجه وفق المعطيات الرقمية، بتوظيفها لمزيد من التسويق والانتشار، والتأثير، فكانت المواقع الإلكترونية واحدة من بين خيارات أخرى كثيرة ومتعددة اعتمدتها قنوات التلفزيون لاجتذاب جمهور أخذ يغير وجهته بشكل متزايد نحو إغراءات الإنترنت: الفورية، السرعة، المشاركة، الدردشة، التفاعلية.....إلخ.

من هذا المنظور تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى نجاح التلفزيون العمومي الجزائري في تصميم وتخطيط دعامته الإلكترونية قياسا بمؤشرات جودة المواقع الإلكترونية المتعارف عليها، معتمدين وفق ذلك على مقاربة منهجية تؤسس لإشكالية البحث، أهميته و أخرى نظرية تستند على تعريف المواقع الإلكترونية، شروط و معايير تصميمها و مؤشرات جودتها شكلا و

مضمونا، انتهاء عند المحور التطبيقي للدراسة الذي استقرأنا من خلاله أهم مواصفات موقع التلفزيون العمومي الجزائري بمدخل يؤرخ لنشأة موقع التلفزيون العمومي الجزائري، و من ثم توصيف و تحليل أهم مؤشرات محتواه الرقمي.

إشكالية الدراسة:

رغم أن تاريخ نشأة موقع التلفزيون العمومي الجزائري يعود إلى سنة 1999، و هو ما ينم على وعي التلفزيون بضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية ، إلا أنه لم يؤت ما كان منتظرا منه من استقطاب للجمهور و ضمان وفائه للتلفزيون ، من خلال نمطية شكله و محتواه ، وهو ما يفسر قلة الإقبال عليه ، و مع توجه التلفزيون العمومي إلى توسيع قنواته التي بلغت تسعة ، كان لابد من إعادة النظر كلية في بناء و تصور الموقع الذي بدأ ينتعش ابتداء من سنة 2020 ، و حقق أرقاما قياسية في عدد الزيارات لم يبلغها من قبل ،حيث حقق سنة 2020 أكبر نسبة تصفح لمنصاته الإعلامية التي تجاوزت 21 مليون تفاعل، (الموقع الإخباري للتلفزيون الجزائري 2020) ، و هو ما يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية: ماهي بواعث هذا التغيير و هل تتقاطع مقاييس تصميم و مضمون الموقع مع معايير جودة المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

وتتفرع عن هذا السؤال الإشكالي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1-ماهي متغيرات الاستراتيجية الاتصالية للموقع الإلكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري؟

2-كيف يمكن تقييم مستوى الإبحار في أركان الموقع الإلكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري؟

3-ماهو عدد الأركان، نوعها وكيفية ترتيبها في الموقع الإلكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري؟

4-ماهي مضامين المقالات والمحتويات السمعية البصرية في الموقع الإلكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري؟

المقاربة المنهجية للدراسة:

تقتضي الإجابة على التساؤلات المطروحة أعلاه تبني منهجية دقيقة قوامها المنهج المسحي القائم على توصيف الموقع الإلكتروني الإخباري للتلفزيون العمومي، عينة الدراسة ، التي تجد تبريرها في موجة الانتقادات التي طالت التلفزيون بشكل عام و حكمت عليه بالموت في حضرة التكنولوجيا ، و التلفزيون العمومي الجزائري تحديدا ، الذي كثيرا ما يعاب عليه أحادية الخطاب الرسمي و عدم قدرته على التجدد و الاستجابة لتطلعات جمهور تواق لمشاهدة مادة إعلامية تعكس الواقع ، لمعرفة ما إذا شكل الموقع إضافة نوعية للتلفزيون الذي يبحث من خلال هذا السند الإلكتروني على مجده الضائع.

مقاربة التوصيف و التحليل النقدي لمادة الدراسة ، ترتكز على محددات بعينها تخص أنماط الشكل و المضمون. من قبيل:

-دلالة التصاميم الفنية للموقع-أساليب التفاعلية المعتمدة في الموقع-طبيعة المضمون الإخباري في الموقع-نوعية الخدمات المتوفرة.

أهمية الدراسة:

تستلهم هذه الدراسة أهميتها من أهمية التلفزيون ذاته الذي يبقى رغم السطوة الرقمية يحتفظ بسحره ، على الأقل في المجتمعات العربية التي تشهد تناميا ملحوظا في عدد القنوات و مثلها الجزائر ، و بشكل خاص التلفزيون العمومي الذي يسعى إلى تأسيس **" مجمع التلفزيون"** ، من خلال استحداث عدة قنوات متخصصة بلغ عددها في المجمل تسعة لمحاولة استدراك النقائص التي تجعل المتلقي ينفر إلى وجهات أخرى من جهة و توظيف مميزات الوسائط التكنولوجية لزيادة حظوته لدى الجمهور من جهة أخرى لتسويق رسالته الإعلامية كما هو مدون في شعاره " خدمة عمومية ، رسالة إعلامية" ، حيث تسعى هذه الدراسة إلى تقييم مدى فعالية توظيف آليات الإنترنت لضمان استمرارها و تحقيق التكامل بين القديم و الجديد.

2. المواقع الإلكترونية الإخبارية:مدخل نظري

1.2 مفهوم المواقع الإلكترونية:

تحديد مفهوم المواقع الإلكترونية يمر حتما عبر تعريف الإنترنت و الشبكة الدولية للمعلومات.

الإنترنت هي شبكة عملاقة مكونة من مجموعات من شبكات الحاسوب المرتبطة ببعضها بعضا على نطاق عالمي. ورغم أن العدد الحقيقي للأجهزة المتصلة غير معروف بدقة، إلا أن هذا العدد يقدر بالملايين، وهو في ازدياد مستمر. ولا يتحكم أحد بشكل مباشر في هذا النسيج العملاق، غير أن هناك منظمات وهيئات مختصة بوضع المواصفات التقنية، كما أن حركة مرور المعلومات تتم بوساطة شركات كبرى خاصة، يعمل معظمها في مجال الاتصالات. وتتبادل أجهزة الحاسوب المعلومات فيما بينها عن طريق بروتوكولات (أنظمة تخاطب) خاصة أشهرها IP/TCP ،وهو برتوكول الإنترنت والخاص بالتحكم بانتقال المعلومات والشيفرات المعلوماتية عبر الإنترنت. وتقوم فكرة التواصل المعلوماتي على توافر عدد من أجهزة التموين المعلوماتي Serversو الأجهزة المستهلكة clients ، والتي تفوقها في العدد ، كما هي الحال في المجتمع .(أبو أنس،2010) ، من جهته يرى Arnaud dufourأن هناك تسميات عديدة يمكن استخدامها للإشارة إلى الإنترنت: شبكة الشبكات الفضاء العلمي، الشبكة العنكبوتية الإلكترونية، الفضاء الافتراضي، فكلها ألفاظ تحاول تعيين ظاهرة الإنترنت. (Dufour1996 ,p3).

وقد شهد العقد الأخير من هذا العصر ديناميكية غير مسبوقة بفعل التطور الكبير و المتسارع لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و في صدارتها الشبكة العنكبوتية العالمية **World wide web** التي تتيح للمستخدمين أو المتصلين من خلالها إمكانية تبادل المعلومات ، حيث تعد الشبكة الدولية للمعلومات الأكثر شمولية للمعلومات و أوسعها انتشارا، حيث تصدرت الإنترنت حلال السنوات القليلة الماضية، وسائل الإعلام المختلفة كوسيلة فعالة للاتصال، و كمصدر للمعلومات ، و بالرغم من حداثة انتشار استخدام هذه الشبكة على نطاق عالمي، فإن عمرها في الواقع قد تجاوز الربع قرن من الزمن، و قد نمت

هذه الشبكة خلال السنوات العشر الماضية بمعدلات مذهلة ولا توجد أية مؤشرات على أن هذه المعدلات ستنخفض في المستقبل القريب.(مغايري، 2004،ص7).

تعرف شبكة الويب أو الشبكة العنكبوتية الدولية "بأنها واحدة من النظم التي تستخدم الإنترنت، وهي مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كمبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم، وتخزن غالبية المعلومات على الويب في ملفات مشكلة باستخدام لغة النص الفائق، وهذه اللغة تمثل مجموعة من الرموز التي يتم تضمينها في النص. ويقوم الويب بتسليم المعلومات عبر الإنترنت على شكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب، و هذا الأمر يتجاوز مسألة تعدد اللغات في العالم، نظرًا لاعتماده على لغة خاصة مما سهل الانتشار الواسع لهذه الخدمة بسرعة كبيرة نسبيا إلى معظم الدول. ومع تطور الشبكة العنكبوتية وانتشارها في عدة ميادين، فقد أصاب هذا التطور وسائل الإعلام، مما أسفر عن ميلاد عشرات المواقع الالكترونية، وتحولها إلى أدوات للتأثير ونقل المعرفة.(عثمان2008، ص47).

أما المواقع الإلكترونية فتعاريفها من التعدد و التنوع بما يجعلنا نكتفي بذكر البعض منها ، حيث تتيح تكنولوجيا شبكة المعلومات و بروتوكالاتها العديد من أدوات الاتصال و التفاعل بين العناصر المتعددة في عملية الاتصال و الإعلام، فتعتبر المواقع الإلكترونية من بين الأدوات أو الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت ، فلقد ساعدت هذه الأخيرة على ظهور نوع جديد من المعلومات الجاهزة و المفيدة ، فأصبح ذلك مهما للفائدة ، و كذلك ساعدت على الإسراع بالحصول على المعلومات و الاستفادة الدائمة منها بصورة شرعية ، و تنفق الشركات في هذه الخدمة أموال طائلة للتعريف بمنتجاتها أو خدماتها، ففي اليوم الواحد يمكن أن يصل مليون زائر لهذه المعلومات من خلال محركات البحث.

و يتكون الموقع الإلكتروني من مجموعة من الملفات متعددة الأنواع، فبعضها وثائق نصوص فائقة (**html**) ، و البعض

الاخر ملفات و صور ، و البعض ملفات الوسائط المتعددة مثل أفلام الفلاش و ذلك من أجل تحرير تلك الملفات و تنظيمها في شكل متماسك و مستمر يكون فيما بعد موقعا إلكترونيا.(فتحي محمد2011،ص69).

كما يعرف الموقع الإلكتروني بأنه مجموعة من الصفحات و النصوص و الصور المقاطع الفيديوية المترابطة وفق هيكل متماسك و متفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات و البيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان و لا مكان ، و له عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الإنترنت. (الزعبي و الشرايعة 2004، ص351-352)

هناك عدة أنواع و تصنيفات للمواقع الإلكترونية ، حسب عدة معايير ، فمنها ما يقسم حسب المضمون (لطرش2014،ص60) مثل:

أ. **المواقع التجارية**: و هي مواقع تقدم عروضا عن منتجات معينة تكون تابعة لشركات ،تقوم بالتسويق للسلع و المنتجات .

ب.المواقع الشاملة: و تضم نطاقات اعتمام واسعة متنوعة من حيث:

–**التخصص**: حيث تهتم بالمجالات السياسية ، الاجتماعية ، الاقتصادية و غيرها.

–**القوالب الفنية**: فتنشر الأخبار و التحقيقات و المقابلات و استطلاعات الرأي.

–**المناطق الجغرافية**: فيهتم بمساحات جغرافية متنوعة.

ت.مواقع إعلامية: و تساند هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف و الإذاعات و القنوات الفضائية و ذلك في محاولة لاستكمال جميع أدوات العرض الإعلامي و إحداث نوع من التكامل بين الوسائل.

ث.مواقع إخبارية: محور هذه الدراسة و تركز اهتمامها على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية ، و ربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية و التقارير ، فهي مواقع إلكترونية يتم إطلاق مُحتواها من قبل فريق التحرير الخاص بالموقع، ويمكن للمستخدمين متابعة آخر الأخبار، والأخبار العاجلة بمجرد نشرها من قبل فريق التحرير، وتوجد مواقع إخبارية مُتخصصة في نوع واحد من الأخبار مثل الأخبار الاقتصادية، وهناك مواقع إخبارية تقوم بنشر أخبار متنوعة، مثل الأخبار الرياضية والسياسية والمالية والاقتصادية وغيرها.

بالإضافة إلى ذلك هناك تصنيفات أخرى من ناحية المضمون مثل المواقع العلمية ، المواقع التعليمية، المواقع الترفيهية....،كما توجد معايير أخرى للتصنيف على أساس الاحتراف: مواقع هواة ، مواقع محترفة ، أو على أساس الجمهور المستهدف ،أو الهدف.

2.2 مواصفات جودة المواقع الإلكتروني:

تعددت الاجتهادات و الدراسات التي نؤسس لمعايير جودة المواقع الإلكترونية بناء على مقاييس محددة ، تختلف حسب نوعية ،طبيعة الموقع الإلكتروني و الهدف منه ، و تعكس أيضا اختلاف رؤى الباحثين و الأكاديميين ، غير أن هناك إجماع حول بعض المعايير الرئيسية و التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أولا: **المحتوى**: إن التضخم الهائل في حجم المعلومات المتوافرة على شبكة الإنترنت بما فيها من معلومات نافعة و غير نافعة، تجعل من جودة المحتوى من أهم معايير تقويم جودة المواقع الإلكترونية يمكن قياسه بعدة مؤشرات:(الهادي و صالح 2006، ص15)

أ.**السلطة الفكرية Authority** و المقصود بها المسؤول مسؤولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخصا أو مؤسسة أو جهة معينة.

ب. **الدقة Accuracy** و يقصد بها خلو المحتوى من الأخطاء، غير أن معايير تحديد الخطأ تختلف وفقا لنوعه، فخطأ واحد في نسبة المسؤولية الفكرية للعمل، قد تبعد العمل كله، بينما خطأ لغوي في صدر الموضوع قد يدل على ضعف مستوى المراجعة

ت. **الموضوعية: objectivity** و تعني أن يعبر المحتوى عن عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة، إضافة إلى عدم التحيز بوضوح الهدف العام من المحتوى ، و سهولة التمييز بين المعلومة و المحتوى الدعائي.

ث. **الحداثة أو المعاصرة: currency** و يقصد به مقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، و يتوقف معيار الحداثة على الهدف من المحتوى، فالمحتوى الإخباري على أحد المواقع على الويب يجب أن يتم تحديثه يوميا بمجرد حدوث الخبر، بينما محتوى صفحة و ويب عن بيانات شخصية ، أو عن معلومات تاريخية، فإن معيار الحداثة فيها يتخذ بعدا اخر، حيث يتم تحديث البيانات التي تتجدد أ تتغير و قد يتم ذلك على فترات زمنية متباعدة.

ج. **التغطية: coverge** و تعني مقدار ما يشمله المحتوى من معلومات ترتبط بالمجال الموضوعي، و يجب مراعاة ما إذا كان المحتوى منتهيا أم يزال تحت الإعداد و لم تكتمل معلوماته بعد، فقد توجد المواقع على الشبكة تشير إلى أن محتواها لم يكتمل بعد ، و يتم تقويم معيار تغطية المحتوى من قبل الخبراء في المجال الموضوعي في ظل الهدف من محتوى صفحة الويب و الجمهور المستهدف، الذي يحدد مستوى التغطية الموضوعية للمحتوى.

ح. **الملائمة: Approriateness** و يقصد بها مقدار مناسبة المحتوى للفئة المستهدفة التي تستخدمه، فقد تتفاوت مستويات معالجة المحتوى لموضوع واحد وفقا للمستوى التعليمي و التثقافي لجمهور المستفيدين .

ثانيا: التصميم:و يقصد به إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب المستفيدين إليه، و مكوثه أطول مدة و تكرار زيارته مرات أخرى. (العزة، ص5)، و يمكن الحكم على ذلك من خلال عدة مؤشرات:

-جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم و الجمال في الصور و الحركات-ملائمة الموقع و الصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها-خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات يجب أن تكون فاتحة ، و عدم استخدام أكثر من أربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع.-استخدام أقل عدد ممكن من ملفات الفيديو و الصوت و الصورة داخل المواقع، و أن يكون حجمها صغير كي لا تؤثر على سرعة تحميل الموقع، مع دعمها بنصوص تساعد على استيعاب الموضوع في حال صعوبة التحميل-استخدم خط واحد و بحجم واحد في النص في نفس الصفحة الواحدة بشكل يتيح قراءتها ، باستثناء العناوين الرئيسية و الفرعية لتسهيل تمييزها عن النصوص العادية ، مع استخدام فراغات بين الفقرات لتسهيل القراءة.

ثالثا: التنظيم أو الترتيب: و يتم الاستدلال عليه بالمعطيات التالية:

-احتواء الموقع على فهرس أو وصلات تسهل على المستخدم عملية التنقل إلى جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية.- وجود خريطة للموقع ووصلات في كل صفحة لتيسير التصفح-توافق جميع الصفحات في طريقة عرضها.

-وجود روابط ووصلات تتيح الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح، مع تعزيزها بروابط مساعدة في كل صفحة تسهل على المستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسية من خلال أي صفحة أخرى في الموقع-وجود روابط لمواقع مفيدة ذات علاقة بالموقع الأصلي-وجود روابط تسهل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة في حالة تصفح صفحة طويلة

-إمكانية عودة المستخدم إلى الموقع الأصلي ، في حال استخدامه لرابط موقع خارج، مع تغير ألوان الروابط التي تم استخدامها..

رابعا: جودة سهولة التعامل:و يمكن قياس ذلك ب:

-**سهولة استخدام الموقع** ، من مختلف محركات البحث، و إيجاد المعلومات المطلوبة.

-**الاعتمادية**: و يقصد بها تطابق عنوان الموقع مع طبيعته، سرعة تحميله و أن تكون نسبة الإعلانات معقولة كي لا تؤثر على وتيرة التحميل.

-**الميزات التفاعلية**: حيث يتعين توفر آليات اتصال ة تغذية راجعة بين المستخدم و الموقع من خلال:

-**وجود تعليمات واضحة** لاستخدام أي جزء من الموقع ، و أخرى توجيهية في حالة الخطأ، وجود أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع، ووسائل التغذية الراجعة مثل البريد الالكتروني، الدردشة ، نماذج التقويم و غيرها، ...

-**الأمان و الخصوصية**: من خلال محافظة الموقع على أمان الخدمات التي يقدمها ، و خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم.

3.الموقع الإخباري للتلفزيون العمومي الجزائري.

1.3 التلفزيون العمومي الجزائري: مسار الرقمنة

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أحد أهم الأجهزة في الجزائر، بمسار مهني و تاريخي ، حيث تم استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28أكتوبر 1962 ، حيث يعتبر التلفزيون العمومي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري ، تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها و تحديد ميزانيتها، تضطلع بمهام رئيسية

يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع عبر وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه ،الإعلام ،الترفيه والتثقيف. (وزارة الاتصال).

و استجابة للحتمية التكنولوجية ، يعمل التلفزيون الجزائري منذ سنوات على مواكبة التقنيات الجديدة و تكنولوجيات الإعلام والاتصال من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة، حيث باشر مسا ر عصرنة كلية جعلته ينتقل إلى مراحل متقدمة مستفيدا من الخبرات الوطنية المؤهلة ومن التجارب التلفزيونية العالمية ، إذ تم بالتعاون مع مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي إلغاء عدم التوافق بين الصوت والصورة الذي كان يطغى على جزء كبير من البث ، ربط مركز الإنتاج مع مبنى التلفزيون عن طريق الألياف البصرية ، بناء م الاستوديوهات الرقمية ،استحداث أنظمة البث الرقمية بالإضافة إلى الإنتاج الرقمي لكل البرامج والنشرات الإخبارية في الإستدويوهات المجهزة بأحدث التقنيات الرقمية، وذلك من خلال مراكز الأخبار الرقمية، البث الرقمي،تجهيز غرف التحرير الإخبارية بأنظمة التحرير الإلكتروني **News base** ، أنظمة المونتاج الرقمي على مستوى التحرير وغرف المونتاج و أنظمة الأرشيف الرقمي والتخزين الإلكتروني، ضمن استراتيجية تنويع برامجه ، لمحاولة تلبية مختلف الأذواق ، متجها إلى استحداث قنوات متخصصة تعزز القنوات التي كانت موجودة من قبل :

–**القناة الأولى** (القناة الأم) و هي قناة أرضية منوعة ، تغطي كامل التراب الجزائري، أنشأت عام 1956 أثناء الفترة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر، و تم استرجاع السيادة عليها في 28 أكتوبر 1962.

– **قناة الجزائر Canal Algerie**و هي قناة فضائية منوعة ناطقة باللغة الفرنسية ،موجهة للجالية الجزائرية بأوروبا، انطلق البث الرسمي لها سنة 1994.

–**القناة الثالثةA3** التي أطلقت في 2001، و تتوجه إلى العالم العربي.

–**القناة الرابعة الناطقة بالأمازيغية** التي انطلق بثها الرسمي في 18 مارس 2009، و هي قناة منوعة تبث مختلف البرامج الإخبارية و البرامج التلفزيونيوة الأمازيغية ، بالإضافة إلى دبلجة الأفلام و المسلسلات و العروض المسرحية التي سبق بثها.

–**القناة الخامسة(قناة القران الكريم)** التي أنشأت سنة 2009، و هي متخصصة في البرامج الدينية، ،

حيث تم ابتداء من سنة 2020، تحويل القناة الثالثة إلى قناة إخبارية (الإخبارية الثالثة) ، و تحويل القناة الأرضية (القناة الأولى) إلى قناة عامة متنوعة ، و إطلاق قنوات أخرى متخصصة تباعا:

–**قناة المعرفة (القناة السابعة)** التي تأسست في 19 ماي 2020، حيث يتوجه محتواها إلى التلاميذ من جميع المستويات التعليمية، شعارها " بالعلم نرتقي".

-**القناة الشبابية** (**الجزائرية السادسة**) بدأت البث سنة 2020.

-**قناة الذاكرة**(**القناة الثامنة**) التي تأسست في 1 نوفمبر2020.

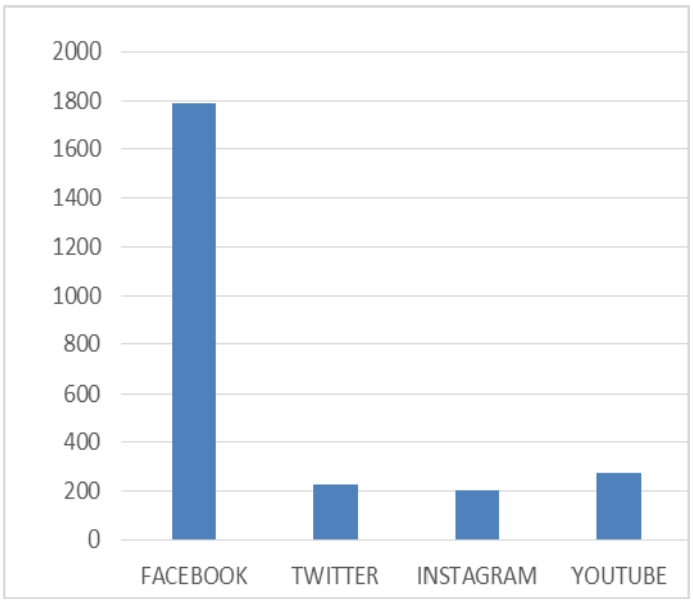
-**قناة البرلمانية** (**القناة التاسعة**) التي تأسست في 26 ماي 2022 بغية تسليط الضوء على مختلف النشاطات البرلمانية لغرفتي البرلمان، تعزيز العمل الرقابي على الهيئة التنفيذية، و التعريف بالدبلوماسية البرلمانية ، إضافة إلى نشاط المجالس المحلية البلدية و الولائية لشرح طريقة عملها في إطار تكريس مفهوم الديمقراطية التشاركية على مستوى القاعدة.

2.3 مشروع البوابة الإلكترونية للتلفزيون الجزائري :

أملت التطورات التكنولوجية المتسارعة و المتلاحقة على التلفزيون العمومي الجزائري التعجيل ببعث مشروع البوابة الإلكترونية الجزائرية باعتبارها مكملا لرسالته الإعلامية، يمكن الجمهور من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار و **www.entv.dz** البرامج و تحليلاتها على شبكة الانترنت ، و زيادة عدد متابعيه ، حيث تم إنشاء موقع التلفزيون الجزائري يوم 17 أفريل1999،و قد كان تابعا في بدايته لقسم الويب بالمديرية الفرعية للإعلام الالي ، بمديرية الدراسات و التجهيز ، ثم تم إلحاقه بمديرية الأخبار ، يديره نائب مدير ، رئيس تحرير و يضم اثني عشر صحفيا ، و اثني عشر تقنيا (مختصين في مجال الانفوغرافيا ....و غيرها) .

أريد للموقع أن يكون متمما للتلفزيون العمومي من خلال عرض محتويات قنواته التسعة على الشبكة عرضا معلوماتيا متكاملا، كما يقوم في المقام الثاني مقام المفعل للعلاقة بين الجمهور والتلفزيون الجزائري من خلال أنظمة التفاعل التي توفرها بدءا ببث بعض البرامج والحصص التلفزيونية على الانترنت وانتهاء بوضع نظام البريد الإلكتروني و بعض أنماط التفاعل على الشبكة، و تقوم في المقام الثالث مقام الشارح والإضافي على الشبكة لكل الأخبار والقصص التي تبث على القنوات التلفزيونية ، و في المقام الأخير تقوم بتحقيق مبدأ البرمجة حسب الطلب وفق نظام التسجيل والبث الشبكي.

جدول خاص بعدد المشتركين على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، الوحدة بالألف.



المصدر: الموقع الإخباري للتلفزيون الجزائري

4. دراسة تحليلية لموقع التلفزيون العمومي الجزائري

1.4 الإستراتيجية الاتصالية للصفحة:

الجدول 01: متغيرات الاستراتيجية الاتصالية

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
بروز قطاع نشاط المؤسسة	*		*
استمارة التواصل والاتصال	*		*
وجود روابط لمواقع الكترونية أخرى	*		
وجود أقفال للمشاركة مع مواقع التواصل الاجتماعي	*		
وجود وظيفة "التسجيل"/ "الاشتراك"	*		*
وجودNews Letter		*	*
استحواذ الموقع على منتدى		*	*
استحواذ الموقع على "خدمات	*		*

متخصصة"			

تحليل بيانات الجدول رقم (01) يبرز بشكل واضح نشاط المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري بمختلف قنواتها ، و أبرز ملامح هذا النشاط ، استعراض جوانب من الشبكة البرامجية ، ركن بمسمى " أخبار التلفزيون" لربط متصفح الموقع بأهم مستجدات مبنى التلفزيون ، بالإضافة إلى تعزيز الموقع بتلفزة الويب التي توجه الزائر إلى أهم الفيديوهات المتاحة على اليوتيوب و تلك المنتجة من طرف فريق الموقع، و تعتبر هذه الخاصية واحدة من أبرز معايير جودة المواقع الإلكترونية ، فكلما زادت حاجة متصفحي الموقع للمعلومات الخاصة بالتلفزيون العمومي كمؤسسة عريقة يحتكم إليها خاصة حينما يتعلق الأمر بالتأكد من بعض الأخبار الرسمية ، رغم الانتقادات الكثيرة التي توجه له ، إلا أنه يبقى محل فضول الكثيرين ، لمعرفة بعض الأخبار، كلما توطدت الصلة بالموقع ، و لو أن متغير هذه الاستراتيجية الاتصالية بحاجة إلى تحسين ، حيث لا تتجاوز أخبار المؤسسة في كثير من الأحيان رسائل التهنئة ، أو الأخبار الرسمية.

أما فيما يخص استمارة التواصل والاتصال، فهي متضمنة في الموقع من خلال بيانات تملأ من طرف المتصفح، بوصفه من أهم مؤشرات التفاعلية ، فيما تختصر الإحالة إلى مواقع إلكترونية أخرى و هي قليلة في تعزيز بعض الإعلانات الخاصة بالهيئات الرسمية أو الوزارات بمزيد من المعطيات من خلال توجيه المستخدم إلى الموقع الرسمي لها لاستقاء مزيد من المعلومات ، مثل الإعلان الخاص بوزارة المجاهدين و ذوي الحقوق حول المنصة الرقمية للذكرى الستين لعيد الاستقلال التي تمت فيها الإشارة إلى موقع (**www.gloriousalgeria.dz**)

ماعدا ذلك لا تتم الإحالة فيما يخص مضمون الأخبار إلى مواقع إلكترونية أخرى، وقد يعزى أيضا إلى الرغبة في ضمان وفاء المستخدم للموقع، ولو أن هذا المعطى يحتسب ضمن معايير جودة المواقع الإلكترونية، حيث تفيد إشارة الموقع إلى روابط مواقع إلكترونية أخرى بخصوص مواضيع بعينها في إثراء وتنويع معلومات المتصفح، كما أن الروابط مهمة للغاية في التسويق على نطاق واسع، فإذا كان الموقع مرتبطا بالعديد من المواقع فإن ذلك يسهل عملية انتشار المؤسسة ، كما أن جودة محتوى الموقع عامل فاصل في اجتذاب مواقع أخرى تهتم بإنشاء روابط مع الموقع.

على العكس من ذلك تم تعزيز الموقع بأقفال تحيل إلى مختلف مواقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك-تويتر-انستغرام-يوتيوب) التي تعزز موقع التلفزيون على المنصة الرقمية خاصة فايس بوك الذي يتضمن في الغالب الأعم النشرات الإخبارية وبعض البرامج والمواضيع الإخبارية المنتقاة، فرغم ما يوصم به التلفزيون العمومي من نمطية في عرض الأخبار و البرامج إلا أن موقع فايس بوك يمنح فرصة إعادة مشاهدة موضوع ، برنامج أو نشرة ، لمت تتح للمتلقي متابعتها ، و تتيح له خاصية التسجيل و التعليق ، رغم إنشاء موقع التلفزيون الجزائري سنة 1999، إلا أنه لم يحظ بمتابعة قياسية كتلك التي عرفها منذ سنة 2020 ، حيث سجل

أكبر نسبة تفاعل و منصاته الإعلامية تجاوزت أكثر من 21 مليون تفاعل(الموقع الإخباري للتلفزيون الجزائري، 2020) بعد إعادة تحيينه و مراجعة هويته الغرافيكية و الدلالية ، لهذا يعتبر تفعيل خاصية التسجيل و الاشتراك معيارا لقياس مدى متابعته .

تعتبر النشرة البريدية " News letter "إحدى أهم الاستراتيجيات التواصلية، لأنها تمتلك كما يقول **"ديفيد نيومان"** قدرة هامة لا توجد لدى العديد من القنوات الأخرى، ألا وهي إتاحة الفرصة لإنشاء المحتوى بلمسة شخصية ذات قيمة للمستخدم، يمكن تقديمها على نطاق أوسع (**blog.mostaql.com/....**) و هو القصور الذي سجلناه في موقع التلفزيون العمومي ، وقد يعود ذلك إلى الطبيعة المؤسساتية الإخبارية للموقع التي جعلت القائمين عليه يعتبرونها ثانوية و هي الأكثر التصاقا بالمواقع التجارية من جهة و لتركيز الجهود في تحدي إنعاش الموقع الذي أنشئ قبل سنوات لكنه لم يحظ بالمتابعة المأمولة.

يعد الانترنت بمختلف وسائطه و منها المواقع الإلكترونية الإخبارية بمثابة وسيط للاتصال التفاعلي الذي يوسع فرص مشاركة المستخدم في مظاهر عدة أبرزها ، البريد الإلكتروني و الروابط و المنتديات الإلكترونية و غيرها ، بما تتيحه من مزايا ربط المستخدمين بالموقع أطول فترة ممكنة و استطلاع آرائهم تجاه أهم القضايا و الأحداث الجارية ، و تثمين الدور التشاركي للمتلقي سواء من خلال التفاعل بين المستخدم و المحرر ، بين المستخدمين أنفسهم و بين المستخدمين و المادة من خلال تحكمه في أشكال و محاور المعلومات التي يتعرض لها ، و و هو وجه القصور في موقع التلفزيون الجزائري الذي لا تتعدى حدود التواصل فيه إمكانية التعليق على المحتوى المشروط بالبريد الإلكتروني مما يجعل البعض يتحفظ عن إبداء رأيه، و عدم توفره على منتدى يوسع أفق المشاركة و التواصل ، و هو ما يؤكد وجود حارس البوابة الإعلامية في الموقع كما في التلفزيون العمومي اللذين يشتركان في نفس الخط الافتتاحي.

بالنسبة للخدمات المتخصصة في الموقع فهي قليلة وتنحصر في خدمة النشرة الجوية ،زيادة على أرقام التواصل مع المديرية التجارية ،وهو غير كاف حيث يستوجب الأمر تعزيز الموقع بما يشد انتباه المستخدم و يدخل ضمن دائرة اهتماماته مثل أخبار البورصة و العملات و غيرها مما تستثمر فيه بعض المواقع الإلكترونية الناجحة ، التي توفر أيضا خدمة RSS و هو تقنية بسيطة تمكن المستخدم من الحصول على اخر الأخبار و المقاطع الصوتية وشرائط الفيديوفور وروادها على المواقع المفضلة على شبكة الأنترنت، توفيرا لوقت المستخدم،و إعفائه من مشقة البحث عن المواضيع الجديدة و فتح صفحات المواقع ،و تمثل في نفس الوقت شكلا من التنويه بأهمية جديدها،و يوفر موقع قناة البي بي سي العربية هذه الخدمة لجمهورها،(العياضي،2010،ص390).

2.4 مستوى الإبحار في الموقع:

الجدول 02: مستوى الإبحار في الموقع

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
الانتقال من موضوع إلى أخر سهل	*		
سهولة البحث عن المعلومة	*		
وجود خطة الصفحة	*		*
وجود فهرس الصفحة	*		
وقت التحميل مقبول	*		
وجود صفحات قيد التصميم		*	
عدد الأركان و الفئات محدد وفق المعايير (07 على الأكثر)	*		
وجود قفل "استقبال" Accueil " يجنب المستعمل استعمال في كل مرة قفل "ما قبل précédent "	*		
محتوى تحاري (إشهار ، رعاية...) ظاهر	*		
لا تؤثر النوافذ التجارية على عملية الإبحار	*		

استقراء معطيات الجدول رقم (2) الخاص بتقييم مستوى الإبحار في الموقع ، من خلال سهولة و انسيابية الانتقال من موضوع إلى آخر تبدو معقولة ، بالنظر إلى التخطيط و التقسيم المناسب للأقسام و علامات تبويب علوية موضوعة ضمن قائمة مرتبة مكتوبة بشكل واضح و مفهوم و ترتيب يعكس المضمون و الأهداف المتوخاة : آخر الأخبار – أخبار الوطن– اقتصاد– ثقافة...، و هو ما ينعكس إيجابا على فئة التحليل الثانية الخاصة بسهولة البحث عن المعلومة من خلال وضوح أيقونة البحث عن المواضيع و كذلك صفحة التواصل و الأقسام الأساسية بالموقع، حيث يظهر التناسق في عرض المحتوى و طريقة تبويبه و تقسيمه من الصفحة الرئيسية ، و هو ما يعرف بخطة الصفحة ، بالإضافة إلى احتواء الموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال إلى جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسية.

بالمثل فإن وقت التحميل مقبول ولا يستعسر على المتصفح أيا كانت الدعامة التقنية، وهو ما يترجم التحكم في الجانب التقني لارتباطه الوثيق بعامل الوفاء والاشتراك ، أما عدد الأركان فيبدو معقولا ويستجيب لمعايير الموقع الإخباري التي تجمع بين أخبار الثقافة، الاقتصاد، الوطن، العالم، التكنولوجيا، الرياضة، المجتمع، الصحة والجمال.

زيادة على ذلك يتيح وجود أقفال "الاستقبال" للمستخدم تصفح الصفحات دونما حاجة لإرهاق نفسه في كل مرة بتفعيل خاصية "السابق" **précèdent** باعتبار هذه المعايير أحد أهم الأبجديات التقنية للمواقع الإلكترونية،باستثناء رعاية شركة

الهاتف النقال "موبيليس" للموقع حيث تتخلل صفحات الموقع في تموضع بارز التصميم، الكتابة و الألوان ، يخلو الموقع من إشهارات أو إعلانات إضافية ، وقد يعزى ذلك إلى عدم الرغبة في تشتيت ذهن المتلقي عن متابعة المحتوى الرقمي، و بالتالي قلة النوافذ التجارية بالموقع تجعل من عملية الإبحار فيه سهلة و مستساغة .

3.4. قراءة سيميولوجية في الهوية الجرافيكية للموقع : Charte graphique :

أ. **مكونات صفحة الويب**: التحليل السيميولوجي (للألوان، طبيعة الكتابة، الحجم....) المستخدمة في الموقع قيد الدراسة والتي تمثل العناصر البنائية لجسم الصفحة الرئيسية، تجعلنا نستشف أهمية التصميم الشكلي للموقع بالنظر لتداعياته السيكولوجية على المستخدم وأبعاد تأثيراته على الرسالة الإعلامية وعلى درجة استيعابه وإدراكه للمضمون بما تتركه من انطباع يختلف من شخص لآخر.

ب.**الألوان**: تحليل أبعاد الألوان المستخدمة في الصفحة الرئيسية تؤشر لغلبة اللون الأزرق الفاتح الذي يحتل جل المساحة العلوية للموقع على خلفية صورة خليج العاصمة، تعلوه شارة (لوغو) المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، وتوثيق اسم المؤسسة باللغتين العربية والفرنسية بحجم بارز وباللون الأسود، متبوعا بشعار الموقع بخط أصغر ولون أصفر (**خدمة عمومية ورسالة إعلامية**).،في حين يمثل اللون الأزرق الفاتح الطاغي في الخلفية الحيادية ، و هو ما يتقاطع مع شعار المؤسسة الذي تصبو إلى تحقيقه ولو نسبيا مهما اختلفت الرؤى حول واقعيته ، و بالتالي تشير سيكولوجية اللون الأزرق إلى الثقة و تحمل المسؤولية، كما أنه لون جاد وجيد في نفس الوقت متى أحسن استخدامه بدون إفراط ، مع استخدام لون أسود مغاير في كتابة اسم المؤسسة ، حيث يرمز إلى القوة و البروز و الفخامة لشد انتباه المستخدم إلى الصفحة الرئيسية التي تمثل واجهة الموقع ، و قد تم استخدام اللون الأسود بذكاء و تناغم لافت خاصة مع إطار الصفحة الذي تم تحديده بالأسود و جزء من الإطار السفلي للصفحة الذي يتضمن شارات مختلف القنوات ، لخلق راحة نفسية و بصرية تحفز على مواصلة التصفح .

زيادة على ذلك تم توظيف لونين في الصفحة العلوية للواجهة، اللون الأبيض على خلفية سوداء غامقة تضفي عليه هالة و قيمة و تستقطب الانتباه لكتابة الأيقونات الموجهة للطقس، الصفحة الرئيسية، روابط مواقع التواصل و غيرها في الأعلى و لكتابة مختلف الأركان و أسماء القنوات أسفل، حيث أن التأثير اللوني للأبيض معروف ، خاصة إذا ما أحسن اختيار الخلفية المصاحبة له مثل اللون الأسود كما هو مبين في الموقع، فهو يرمز إلى النقاء ، و الوضوح كإحالات سيميولوجية مقصودة في عملية الانتقاء و التصميم.

أما اللون الأصفر فتم استخدامه بدرجات متفاوتة في كتابة شعار المؤسسة أعلى الصفحة و يبدو الأمر معقولا و لا يشكل عدوانا على عين القارئ من خلال استخدام حجم كتابة متوسط ، حيث يعرف على اللون الأصفر شدة جاذبيته و الإثارة المفرطة متى أسئ استخدامه ، كما استخدم بشكل متدرج يميل نحو البرتقالي الفاتح في كتابة شعار الذكرى الستين لعيد الاستقلال (**تاريخ مجيد و عهد جديد**)، وبأصفر فاقع لون و حجم كتابة كبير و سميك وسط الصفحة تمت كتابة (المصدر و الخبر) للإيحاء أن كل ما يكتب في الصفحة يحتكم إلى المصداقية و الموثوقية ،إضافة إلى استخدام ذات اللون أسفل الصفحة على اليسار في كتابة عنوان (مجلات رقمية) ولو أنه بدا لنا أن كتابة أربعة فقرات في ذات الصفحة باللون الأصفر مبالغ فيه و كسر التناسق الذي أشرنا إليه سابقا في الألوان.

من جهة أخرى يترجم اختيار اللون الأحمر الذي تم استخدامه في عناوين شريط الأخبار، النشرة الرئيسية، المواجيز و التقارير الأكثر مشاهدة ، مدروسا و غير اعتباطي ، و هو اللون الذي يرتبط سيميولوجيا بلفت الانتباه إلى الأحداث و المستجدات بعينها و حلق حالة الترقب، أما خلفية الصفحة فسوداء بكاملها ، تناسب مختلف ألوان إطارات الأركان خاصة إذا كان اللون الرمادي الذي يخلق تأثير مهدئ و موزون كما هو الحال في الموقع .

ت.صور الواجهة: أما صورة الواجهة المتمثلة في خليج العاصمة من عل ، و العلم الجزائري على اليسار فللدلالة على أن الموقع هو امتداد لمؤسسة عمومية ، هي لسان حال كل الجزائريين الذين توحدهم رمزية علم الشهداء ، الذي أحسن اختيار موقعه أعلى يسار الصفحة بشكل جمالي لافت ، خاصة و أنه تقاطع مع شعار الاحتفالات بالذكرى الستين لعيد الاستقلال الذي اختيرت له صورة ذات بعد سيميولوجي في مضمون الأطفال الذين يحملون العلم غداة الاحتفالات بعيد الاستقلال و اللون الأخضر المهيمن الذي يشير إلى القوة و الأمل والشباب في عيد ي الاستقلال و الشباب و هو الغالب أيضا في الراية الوطنية.

ث. الخط و حجم الكتابة: يلاحظ أن العناوين الرئيسية تتوفر فيها معايير الوضوح، الاختصار ،و السلامة اللغوية ، حيث تمت كتابتها ببنط عريض يميزها عن العناوين الفرعية الأخرى ، و يسهل على المستخدم فهم الرسالة، فالتعقيد و طول العناوين و الفقرات تقلل من فرص نجاح الموقع و ترهق المستخدم .

و سواء تعلق الأمر باللون الأبيض الذي يعكس البساطة و الوضوح خاصة على خلفية سوداء و رمادية أو حجم الكتابة المتدرج بين الخط العريض للعناوين الرئيسية و المتوسط للعناوين الفرعية مع مراعاة مساحة الفراغات بين الأركان ، فإن تقنية تصميم و إخراج الموقع بهذا الشكل حققت نسبيا أهدافها الشكلية خاصة فيما يسمى التسلسل الهرمي المرئي **visual hiérarchie** أي طريقة ترتيب العناصر المرئية و حجمها و ألوانها و تباينها، حيث يحدد هذا التسلسل مكانتها النسبية و ترتيب رؤيتها بالعين البشرية، لتوجيه انتباه زوار الصفحة نحو عناصر أكثر أهمية في الصفحة

عن غيرها، و يشمل العناصر التي فصلنا فيها سابقا: موقع العنصر ، هل هو أعلى الصفحة أو أدناها، حجم الكتابة، العناصر المرئية (صور ، أيقونات....) ، التباين و يخص المساحات و الألوان....

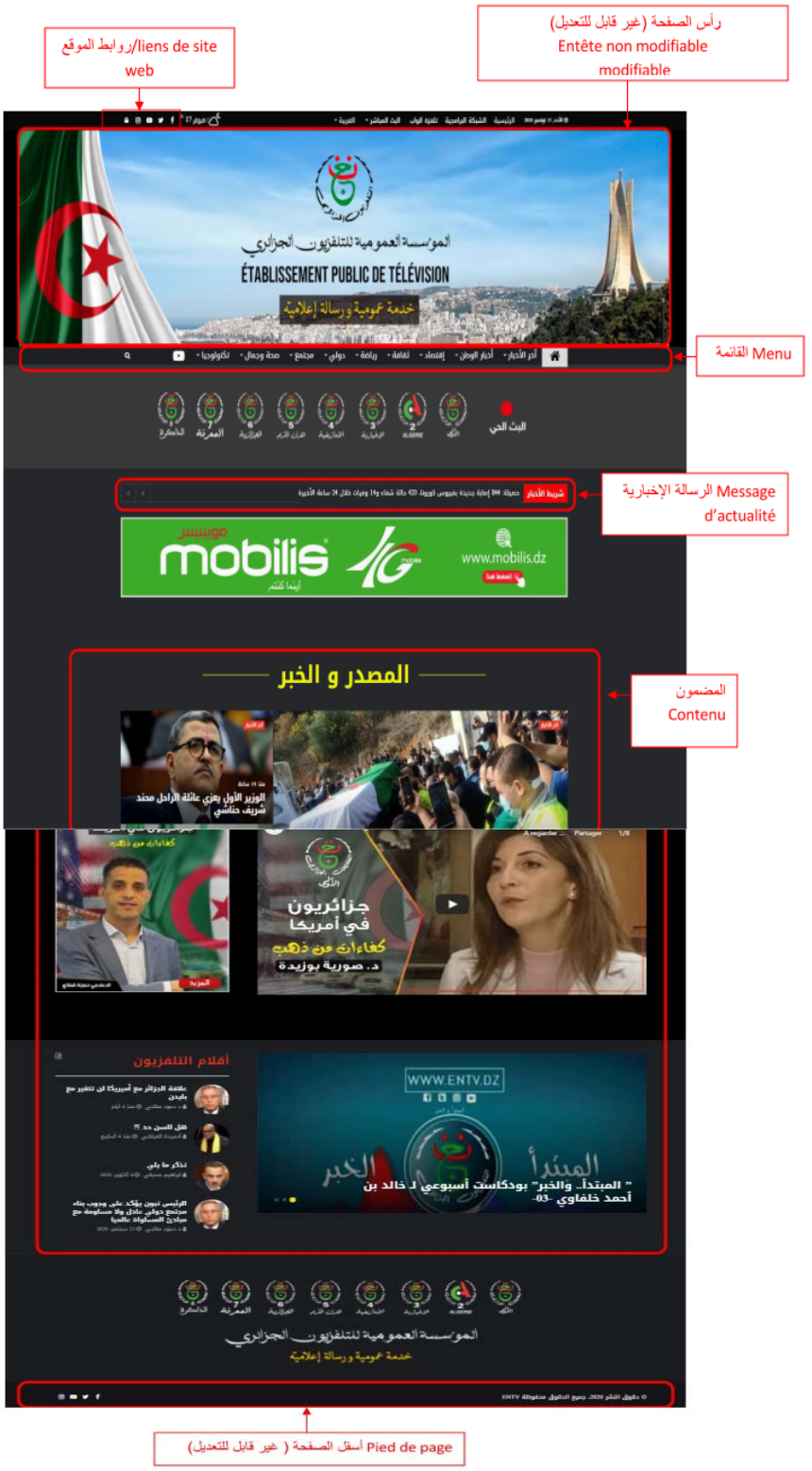
الاستخدام الذكي للتسلسل الهرمي يتيح توجيه الزوار بشكل مدروس نحو الرسائل المستهدفة ، أو مايسمى ب **call to action** ، و قد حقق موقع التلفزيون بدرجة معينة هذا النجاح ، من خلال تركيز بؤرة اهتمام الزائر من خلال الألوان ، الحجم ، الصور.....نحو مضمون معين.

ج. **لوغو و شعار المؤسسة**: بمقاربة "لوغو" أو شعار المؤسسة بالمعايير المحترفة لتصميمهما ، يمكن القول أن "لوغو " التلفزيون العمومي الجزائري لم يجانب هذه المعايير بل استجاب لها من ناحية تصدره واجهة الموقع و تمركزه بشكل جذاب وسط الشاشة بما يعكس بجلاء هوية و شخصية الموقع الرسمي للتلفزيون العمومي الجزائري ، و في نفس منحى الترويج للموقع و العمل على سرعة انتشاره، كان اختيار الشعار دقيقا ، يختزل الهدف من إنشاء الموقع يتكون من أربعة كلمات (**خدمة عمومية و رسالة إعلامية**) مكتوب ببساطة تخلو من أية مؤثرات ، و التجسيم و الزخارف ، و تساعد على سهولة تذكره.

ح. **شريط البحث barre de navigation** توفر الموقع على مربع البحث الذي يقدم اقتراحات فورية ، و يسهل عملية البحث عن المواضيع خاصة إذا كانت كثيرة، يعد من أساسيات تصميم المواقع الإلكترونية و هو الشرط الذي يستجيب له موقع التلفزيون الجزائري .

خ. **أسفل الصفحة**: تفاديا لتكديس أعلى الصفحة بالمعلومات و البيانات ، عادة ما يتم إفراد أسفل الصفحة للتفاصيل الخاصة بالتواصل من قبيل : أرقام الهاتف، العنوان....إلخ ، حقوق النشر، سياسة الدخول و غيرها مما وجدناه بشكل متناسق على الصفحة محل الدراسة، حيث تتواجد بيانات الاتصال و التواصل على اليمين ، يقابلها يسارا إيقونات مواقع التواصل الاجتماعي ، و هو اختيار صائب لأن وضعها أعلى الصفحة قد يحول انتباه المتصفح عن العودة إلى الموقع و التدقيق في مضامينه بسبب إغراقه في الاطلاع على مضامين صفحات التواصل الاجتماعي.

الشكل 1: تصميم صفحة الويب الخاصة بالتلفزيون العمومي الجزائري



المصدر: من إعداد الباحثة

4.4 توظيف الصور و الرسومات في الموقع:

يعتمد الموقع بصورة مطلقة على الصور في عرض الأخبار و المواضيع ، حيث تعكس مضمون المواضيع ، لجعلها في بؤرة اهتمام المتصفح ، نظرا لأهية الصورة في صحافة الأنترنت كما في الصحافة المطبوعة ، حيث أنها أول ما تجتذب زائر الموقع ، لهذا يتم مصاحبتها كما هو الحال في موقع التلفزيون العمومي بتعليق مختصر أو عناوين رئيسية تختزل أهم ما في الخبر، حيث يمكن للقارئ أو المتصفح الاكتفاء بهذا الملخص إذا ما كان على عجلة من أمره ، غير أن الملاحظ هو استخدام الموقع لنمط واحد من الصور خاصة بالنسبة لبعض المواضيع السياسية، كتلك التي تتعلق بنشاطات أو قرارات رئيس الجمهورية ، حيث تستخدم عادة نفس الصورة و بنفس الحجم ، بالاحتكام للطابع الرسمي للتلفزيون ، غير أنه كان يمكن الوفاء لهذا الخط باعتماد منطق التنوع باستعمال صور متنوعة للرئيس سواء منفردا ، أو في اجتماعات ، أو مرافقة الخبر بمقاطع فيديو ، و هو ما يتم الاستعانة به أحيانا ، و بشكل خاص في اللقاءات الإعلامية للرئيس .

5.4 أركان صفحة الويب:

الجدول 03: موقع الأركان في الموقع

المتغيرات	بداية الصفحة	وسط الصفحة	نهاية الصفحة	على شكل أقفال
أخبار	*			
سياسية	*			
اقتصادية	*			
ثقافة		*		
مواضيع اجتماعية			*	
أفلام/سينما		*		
رياضية		*		
ترفيهية				
تكنولوجيا		*		
أخرى				*

الغالب هو احتلال الأخبار بشقيها السياسي و الاقتصادي صدارة صفحة الموقع الإلكتروني، استجابة لطبيعته الإخبارية و هو انعكاس لذات التوجه في ترتيب الأخبار في نشرات التلفزيون العمومي الذي يضع الأخبار الرسمية ، السياسية و الاقتصادية على رأس قائمة محتويات ورقة الطريق ، أما المواضيع الأخرى مثل : الرياضة، الثقافة ، التكنولوجيا ، المجتمع فتذأتي وسط الصفحة أو نهايتها و هو ما لا يستجيب بالضرورة لتطلعات جمهور عام ، متنوع و غير متجانس في مستواه الدراسي، أذواقه ، و غيرها.

5. تقييم المضمون الإعلامي في موقع التلفزيون العمومي الجزائري:

1.5 تقييم مضامين المقالات في الموقع :

الجدول 04: نوع مضامين المقالات في الموقع

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
مقالات صحفية	*		
إعلانات/و برقيات	*		*
مقالات مصحوبة بصور، رسومات، أنفوغرافيا....	*		*
تقارير علمية بحثية	*		
مجلات رقمية متخصصة	*		

تشير متغيرات الجدول رقم (04) إلى أن المقالات الصحفية الواردة في الموقع لا تعدو أن تكون سوى امتدادا للأخبار الآنية، و ترجمة لاجتماعات ، قرارات أو تصريحات دون تجاوزها إلى تحليلات نقدية ، أو خلفية تعين زائر الموقع على فهم الأحداث و ربطها ببعضها بعض ، كما أن معظم هذه المقالات تستند على دعامة الصورة بالدرجة الأولى ، الفيديو أحيانا و الرسومات و الأنفوغرافيا نادرا جدا رغم أهميتها في تبسيط المعطيات لمتصفح الموقع، أما التقارير البحثية العلمية فترد في سياق ركن الموقع القار الخاص بالتكنولوجيا، فيما تم تخصيص جانب من الموقع للمجلات الرقمية المتخصصة و الخاصة بمناسبات بعينها كمجازر الثامن ماي 1945، عيد الطفولة ، يوم الطالب....إلخ

الجدول 05: تقييم ضمون المقالات في الموقع

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
مضمون مؤرخ	*		

مستوى لغوي جيد	*		
وجود كلمات مفتاحية		*	*
هيكل منظم للمحتوى (عنوان، فقرات....إلخ)	*		
المقالات ممضية من طرف صاحبها	*	*	
طول الصفحة مقبول (طول الصفحة أطول ثلاث مرات من الشاشة. حسب ما هو متعارف	*		
محتوى يتطابق مع الجمهور المستهدف		*	*
استعمال الوسم (الهاشتاغ)		*	*
محتوى مرتبط بروابط أخرى	*		*
إمكانية مشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الإمايلات	*		
التفاعلية	*		*

استنادا إلى مؤشرات موضوعية لتقييم جودة محتوى المقالات و أهمها معيار التحديث الدوري ، يستجيب موقع التلفزيون العمومي وفق ما ورد في الجدول رقم (05) لهذا المعيار خاصة بالنسبة للأخبار السياسية و الاقتصادية و بشكل عام الأخبار الهامة التي تستقطب اهتمام زائر الموقع من خلال تحديث دوري يراعي تزويد المتصفح باخر مستجدات و تطورات الحدث، و مضمون مؤرخ و مصاغ بلغة سليمة ، مجزأ إلى مقدمة ، جسم تجنبا للحشو و الإطناب في فقرات طويلة ترهق القارئ، ولو أن مضمون هذه الفقرات لا يستجيب بالمطلق لاهتمامات جمهور عام غير متجانس ، حيث لا يتجاوز مضمون المقالات حدود نقل الخبر ، مع الالتزام بأحد أهم شروط جودة المعلومات في تصميم المواقع الإلكترونية وهو الإحالة إلى روابط ذات صلة بموضوع معين ، مع إمكانية مشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تشكل الخدمات التفاعلية مرتكزا أساسيا في المواقع الإلكترونية الإخبارية بالنظر لما تمنحه للمستخدم من إمكانية المشاركة في صناعة الخبر والتعقيب علي المضامين وأحداث الساعة بحيث أن موقع التلفزيون يمنح إمكانية التعليق علي نشرات الأخبار بشكل مباشر وكذا التعليق علي المواد المنشورة من صور وفيديوهات ، كما يتيح إمكانية التعليق عبر الإمايل ،في حين لا يوفر الموقع استطلاعات الرأي ولا يمكن التواصل مع هيئة التحرير ، و معلوم أن من أهم مؤشرات التفاعلية ، وجود أدوات اتصال و تغذية راجعة بين المستخدمين و الموقع من خلال البريد الإلكتروني أو الدردشة أو نماذج التقويم و نحوه.

2.5 تقييم المضامين السمعية البصرية في الموقع:

الجدول06 : نوع المضامين السمعية البصرية في الموقع

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
بث مباشر	*		*
بث مباشر لكل الشبكة البرامجية التلفزيونية		*	*
مصلحة إعادة البث		*	*
إعادة بث لكل الشبكة البرامجية التلفزيونية		*	
مواد سمعية بصرية مسجلة من طرف القائمين على الموقع	*		*
مواد سمعية بصرية من إعداد صحفيي الموقع	*		*
شريط الأخبار	*		

استنادا لمعطيات الجدول رقم (06) يسمح موقع التلفزيون العمومي لمتصفحه بمتابعة بث مباشر للنشرات الإخبارية و بعض البرامج في مختلف قنواته على موقع فايس بوك ، في حين توضع بعض الفيديوهات التي يتم تقطيعها تقنيا و اختزالها لتتناسب مع جمهور الميديا الجديدة ووضعها على الموقع، إضافة إلى إيراد الأخبار العاجلة ضمن شريط " الأخبار" ، ولو أن رابط "البث المباشر" تكتنف فتحه أحيانا بعض الصعوبات، كما أن هناك انتقائية لبرامج البث المباشر لصالح النشرات الإخبارية، المواجيز، بعض الروبورتاجات المقتطعة من النشرة ، و بعض البرامج السياسية و الاقتصادية .

أما مصلحة إعادة البث فهي غير متوفرة على الموقع ، الذي يتكفل فقط بوضع البرامج ، أو المقتطفات المنتقاة على اليوتيوب.

و في نفس منحى إثراء المحتوى السمعي بصري للموقع ، تتكفل تلفزة "الويب" بإعداد و إنجاز بعض البرامج خاصة تلك المتصلة بمؤسسة التلفزيون العمومي مثل : سلسلة " مهن التلفزيون" التي تسلط الضوء في كل مرة على إحدى المهن السمعية بصرية: الأرشيف، التركيب، التصوير ....

الجدول 07: تقييم المضامين السمعية البصرية في الموقع

المتغيرات	نعم	لا	للتحسين
نص وصفي للمادة السمعية بصرية	*		*
إعلانات عن البرامج التلفزيونية	*		*
وجود كلمات مفتاحية		*	
محتوى يتطابق مع الجمهور المستهدف		*	*
استعمال الوسم(الهاشتاغ)		*	*
محتوى مرتبط بروابط أخرى	*		*
إمكانية مشاركة المحتويات عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الإيمايلات	*		
التفاعلية	*		*

نستنتج من مؤشرات قياس جودة محتوى المادة السمعية بصرية كما هي مصنفة في الجدول رقم (07) أنها أبعد ما تكون عن التحليل النقدي ، حيث تعرض المادة السمعية بصرية بصيغة تعليقية وصفية ، تتضمن أهم ما ورد فيها لإعانة المتصفح على تكوين نظرة أولية على الموضوع و من ثم اتخاذ قرار المشاهدة من عدمه، كما أن بعض البرامج خاصة تلك التي تتقاطع مع توجه المؤسسة العمومية للتلفزيون و تكون حاملة لرسائل معينة و هي غالبة مبرمجة وقت الذروة ، يتم الترويج لها عبر ومضات و إعلانات ، أما الهاشتاغ فهو غير مستخدم ، رغم أهميته في زيادة فاعلية تسويق المحتوى الإلكتروني .

و بخلاف إمكانية مشاركة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، تبقى خاصية التفاعلية في عينة الدراسة محدودة في مستويين: البريد الإلكتروني ، و التعليق على المحتوى ، و تحتاج إلى تحيينها بمستويات أوسع لاسيما تلك المتعلقة بالدردشة ، و الإجابات على التساؤلات ، واليات توجيه المستخدم عند حدوث مشكلة.

6. خاتمة:

أضحت المواقع الإلكترونية حتمية لا مناص منها بالنسبة للقنوات التلفزيونية ، للتجاوب مع حاجيات المستخدمين ، باستخدام مختلف صيغ العرض و الوسائط المتعددة، في ظل ما يعرف ب "الاندماج الإعلامي الرقمي " و هو ما استخلصناه من الموقع الإخباري للتلفزيون العمومي ، حيث المؤشرات التي احتكمنا إليها في تقويم الموقع إلى مجموعة من الاستنتاجات :

1-يعتبر موقع التلفزيون العمومي و سيطا و مكملا لدور المؤسسة من حيث الولاء لخطها الافتتاحي و لمبادئها ، و من خلال استنساخ نفس الأخبار التي يتم بثها ، بهدف استقطاب جمهور أوسع.

2-تتنوع الأركان و الأخبار المتضمنة في الموقع بين سياسية ، اقتصادية ، اجتماعية، ثقافية....إلخ ، مع تصدر الأخبار الرسمية المرتبطة بسياسة الدولة واجهة الأخبار و هو ما يتقاطع مع السياسة الإعلامية للتلفزيون العمومي و ليس بالضرورة مع جمهور متنوع غير متجانس و غير محدد يستهدفه الموقع.

3- الهوية الجرافيكية الجديدة للموقع منذ سنة 2020مقبولة ، جذابة نسبيا و تستجيب لمعايير تصميم المواقع الإخبارية من ناحية العنوان ، سيميائية الألوان ، الشعار، حجم الخط .

4-ميزة التفاعلية بالموقع تختزل في البريد الإلكتروني، و التعليقات على فايس بوك ، دون تعديها إلى آليات أخرى للتفاعل كالتعليق المباشر على الأخبار الواردة في الموقع ، منتديات النقاش، الإجابة على التساؤلات .....،التي تخلق دينامية و تفاعلا بين المستخدمين و ترفع من درجة مصداقيته.

5-اتجاه الموقع عبر تلفزة "الويب" إلى إنتاج و إعداد روبورتاجات و تحقيقات خاصة بالموقع على قلتها ، يعزز من فعاليته .

6-البث المباشر للنشرات الإخبارية و بعض البرامج السياسية، الاقتصادية....

7-عدم استخدام الوسم (الهاشتاغ)، رغم أهميته في زيادة التفاعلية و النقاش بين المستخدمين.

8-تحكم الصحفيين في فنيات التحرير الإلكتروني، مع قصور واضح في استخدام الأنفوغرافيا و الرسوم التوضيحية بالنسبة لبعض المواضيع و التركيز على الصور الثابتة أو الفيديو.

إجمالا يسعى الموقع الإخباري للتلفزيون العمومي الجزائري ، إلى تكييف مضمونه و شكله و إتاحة المواد الإخبارية المتعددة الوسائط تجاوبا مع الاستخدامات الجديدة ، و مختلف الهواتف الذكية ، حيث نجح بعد سنوات من الركود و منذ إطلاقه سنة 1999، في استطاب عدد كبير من المتصفحين ، و أضحى مصدرا للمعلومة، و هو ما يستدعي إيلاء أهمية أكبر لهذه الدعامة الإلكترونية ، و تطويرها على شاكلة بعض المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية التي تعدى دورها حدود عرض المواد الإخبارية إلى

إنتاج و تنويع المحتوى الإخباري بما لا يتنافى و السياسة الإعلامية للتلفزيون العمومي الجزائري ، و يستقطب جمهورا أوسع من السياق المحلي، و عليه نوصي ب:

-توسيع عمل فريق الموقع على مدار أربع و عشرين ساعة، و تعزيزه بالكفاءات التقنية و التحريرية،من الصحفيين و المراسلين داخل الجزائر و خارجها.

-تعميق التفاعل أكثر بين الموقع و زواره من خلال التفاعلات و التعليقات الحية مهما كانت طبيعتها ، و أيضا استطلاعات الرأي و حلقات النقاش و الدردشة ،بوصفها مؤشرا إيجابيا على مستوى الاحترافية و تقبل الرأي الاخر .

-مسايرة التطورات الجديدة في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و مختلف التطبيقات الإلكترونية ، مع الرسكلة و التأهيل الدوري لفريق الموقع ، لإثراء المحتوى الإخباري.

7. قائمة المراجع:

قائمة المراجع:

الكتب اللغة العربية :

1-بكر عبد الجواد: "**قراءات** في التعليم عن بعد"، ، ط1، 2001دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر

2-حسني أبو خطوة عبد العاطي: التعليم الالكتروني الرقمي، النظرية، التصميم الإنتاج، 2009، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر.

3-منصور بن علي الشهري، "التعليم عن بعد أسلوب لتطور المهني الاختصاصي المكتبات والمعلومات في المكتبات الأكاديمية"، الرياض، جامعة الملك سعود، مركز بحوث كلية الآداب، 2005

4-عبد الحميد يسوني، التعليم الالكتروني والتعليم الجوال، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007

5-عبد الفتاح كلاب سهيل كامل: التعليم الالكتروني "مستقبل التعليم غير التقليدي"، ط1، 2016، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن

6-عطا مدني محمد: "التعليم عن بعد: أهدافه وأسسه وتطبيقاته العلمية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2007، الأردن.

الكتب باللغة الأجنبية :

1- Branzburg, Jeffrey : How to use the Moodle course mangement system, technology & learing , V26, n1, 2005

المقالات:

1- أحمد بن محمد الجرعي: أثر استخدام نظام إدارة التعلم الالكتروني موودل (Moodle)على تحصيل الدارسين بتعليم الكبار في مقرر الفقه للصف الثاني ثانوي بمدينة الرياض، رسالة ماجستير في الأدب تخصص وسائل وتكنولوجيا التعليم، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013

2- حسينة أحميد، درجة رضا الأساتذة الجدد على مخطط التكوين: تصميم وبناء واستعمال درس على منصة موودل، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف، مجلد15، العدد26

3- ريما سعد الجرف: متطلبات تفعيل مقررات موودل الالكترونية بمراحل التعليم العام بالمملكة العربية السعودية، مداخلة في الملتقى الأول للتعليم الالكتروني في التعليم العام، وزارة التربية والتعليم، الرياض، السعودية، 26 ماي 2008

4- نصر الدين غراف: التعليم الالكتروني ومستقبل الاصلاحات بالجامعة الجزائرية، جامعة فرحات عباس سطيف، مقال منشور على موقع WWW.webrevien.dz

5- علاء الدين العمري ،التعليم عن بعد باستخدام الانترنت ،أطروحة دكتوراه ،مجلة المعرفة ،الرياض ،العدد 91

المواقع الالكترونية:

1-موقع جامعة التكوين المتواصل WWW.UFC.dz

2-موقع وزارة التعليم العالي http://services.mers.dz/

3موقع الوكالة الجامعية الفراكفونية http://www.auf.org

- **References** ***(in Arabic)*:**

1. bkr ʻAbd al-Jawwād : "qirāʼāt fī al-Taʻlīm, ***(in Arabic)*** *ʻan baʻda",, Ṭ1, 2001dār al-Wafāʼ li-Dunyā al-Ṭibāʻah wa-al-Nashr, Miṣr*
2. ḥsny Abū Khaṭwah ʻAbd al-ʻĀṭī : al-Taʻlīm al-iliktrūnī al-raqmī, al-naẓarīyah, al-taṣmīm al-intāj, ***(in Arabic)*** *2009, Dār al-Jāmiʻah al-Jadīdah lil-Nashr, al-Iskandarīyah, Miṣr.*
*3. mnṣwr ibn ʻAlī al-Shahrī, "al-Taʻlīm ʻan baʻda uslūb li-taṭawwur al-mihnī al-ikhtiṣāṣī al-Maktabāt wa-al-Maʻlūmāt fī al-Maktabāt al-Akādīmīyah",****(in Arabic)*** *, al-Riyāḍ, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd, Markaz Buḥūth Kullīyat al-Ādāb, 2005*
*4. ʻAbd al-Ḥamīd yswny, al-Taʻlīm al-iliktrūnī wa-al-taʻlīm al-jawwāl****(in Arabic)****, Dār al-Kutub al-ʻIlmīyah lil-Nashr wa-al-Tawzīʻ, al-Qāhirah, 2007.*
*5. ʻAbd al-Fattāḥ Kilāb Suhayl Kāmil : al-Taʻlīm al-iliktrūnī "Mustaqbal al-Taʻlīm ghayr al-taqlīdī"****(in Arabic)****, Ṭ1, 2016, Dār Usāmah lil-Nashr, ʻAmmān, al-Urdun*
*6. ʻṭā Madanī Muḥammad : "al-Taʻlīm ʻan baʻda : ahdāfuh wa-ususuh wa-taṭbīqātuhu al-ʻIlmīyah",****(in Arabic)****, Dār al-Masīrah lil-Nashr wa-al-Tawzīʻ wa-al-Ṭibāʻah, Ṭ1, 2007, al-Urdun.*

1-Branzburg, Jeffrey : How to use the Moodle course mangement system, technology & learing, V26, n1, 2005

Al-Maqālāt :
1-Aḥmad ibn Muḥammad aljrʻy : Athar istikhdām Niẓām Idārat al-taʻallum al-iliktrūnī mwwdl (Moodle) ʻalá taḥṣīl al-dārisīn bi-taʻlīm al-kibār fī muqarrir al-fiqh lil-ṣaff al-Thānī thānawī bi-madīnat al-Riyāḍ, ***(in Arabic),*** *Risālat mājistīr fī al-adab takhaṣṣuṣ wasāʼil wa-Tiknūlūjiyā al-Taʻlīm, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd, al-Saʻūdīyah, 2013.*
2-Ḥusaynah Aḥmīd, darajat Riḍā al-asātidhah al-judud ʻalá mukhaṭṭaṭ al-Takwīn : taṣmīm wa-bināʼ wa-istiʻmāl dars ʻalá minaṣṣat mwwdl, ***(in Arabic),*** *Majallat al-ʻUlūm al-ijtimāʻīyah, Jāmiʻat Siṭīf, mjld15, alʻdd26*
4-Naṣr al-Dīn Graff : al-Taʻlīm al-iliktrūnī wa-mustaqbal al-Iṣlāḥāt bi-al-Jāmiʻah al-Jazāʼirīyah, ***(in Arabic),*** *Jāmiʻat Faraḥāt ʻAbbās Siṭīf, maqāl manshūr ʻalá Mawqiʻ WWW. webrevien. dz*
5-ʻAlāʼ al-Dīn al-ʻUmarī, al-Taʻlīm ʻan baʻda bi-istikhdām al-Intarnit, uṭrūḥat duktūrāh, ***(in Arabic),*** *Majallat al-Maʻrifah, al-Riyāḍ, al-ʻadad 9*

al-Mawāqiʻ al-iliktrūnīyah :

- 1mwqʻ Jāmiʻat al-Takwīn al-matawāṣil WWW. UFC. dz

- 2mwqʻ Wizārat al-Taʻlīm al-ʻĀlī http : / / services. mers. dz /

3mwqʻ al-Wakālah al-Jāmiʻīyah alfrākfwnyh http : / / www. auf. org1