

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

عنوان المذكرة

إتجاهات

جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للانترنت في جامعة بسكرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : وسائل الإعلام و المجتمع

إشراف الدكتور

* بن زروق جمال الدين

إعداد الطالبة :

* قوراري صونية

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الوظيفة
			رئيسا
جمال بن زروق	أستاذ محاضر أ	جامعة سكيكدة	مشرفا ومقررا
			عضوا مناقشا
			عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2010-2011

فكر وتغيير

الشكر لله عز وجل الذي وفقني وأعانني على إنجاز هذا البحث ويسر السبيل إليه وهداني إلى طريق العلم وبعد: الشكر للأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور بن زروق جمال الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و مساعدته لنا في إتمام هذا البحث رغم بعد المسافة .
أشكر كل من ساعدني على إنجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد وأخص بالذكر
أساتذتي الكرام:

** الأستاذة المحترمة : سامية جفال .

** الأستاذ المحترم: مليك محمد .

** الأستاذ المحترم : زمام نور الدين .

** الأستاذ الأبج الروحي : بابوري عبد الكريم .

** الأستاذ الفاضل : أوخاينة عمر .

** الأستاذ المحترم: بخوش نجيب ...

إهداء

كنت أول شخص قبلني بدفنيء وحنان كنت أول إنسان زرع في قلبي الأمل والإيمان
..... وعلمني كيف أخطوا الخطوة الأولى وكيف أحلم كنت الشخص الوحيد الذي آمن بي
منذ البداية

فرحتي ترسخين فيا الثقة في النفس قبل الإرادة ،إليك أنت يا مصدر الحب والأمان يا موقع
الرحمان " أمي "

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى روح والدي الطاهرة .

إلى أصحاب الضمان الحية الذين عاهدوا أنفسهم على الإخلاص فكانوا خير مثال للصدق والوفاء
إلى أختاي حفظم الله ورعاهم وجعلهم ذخرا ومشعلا للأمة الإسلامية جمعاء إنشاء الله *** سعاد
.....و... حنان ***

إلى كل الأهل والأصدقاء والأحبة وزملاء الدراسة وطلبة علوم الإعلام والاتصال ... بالمولاي بدر
الدين ، سعيدي زينب ،تبانى عبير ، العربي هبة الله ،عون نرمان، بسام محمد الشريفة ، محديلي
محمد إسلام ، منصر حكيم ، عطافي نبيل ، سامية ، مريم ، روميسا ، تركيا ، أسماء ، صفية ، سمية ،
ياسمين ، أمين ،لزهارى.....

لا يفوتني أن أشكر كل من دعمني وساعدني في إنجاز البحث الأخوة والأخوات وموظفي
إدارة الإعلام والاتصال وبالخصوص المكتبة .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

((مَنْ لَمْ يَجْعَلِ اللَّهُ لَهُ نُورًا فَهِيَ لَهُ مِنْ نُورِ))

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

فهرس المحتويات:

- خطة الدراسة.

- ملخص الدراسة.

- قائمة الجداول.

- قائمة الأشكال.

- مقدمة.

القسم الأول : الإطار النظري و المنهجي للدراسة

الفصل الأول : مشكلة الدراسة ومنهجيتها .

أولاً: إشكالية الدراسة..... 23

ثانياً: فرضيات الدراسة 27

ثالثاً: مفاهيم الدراسة..... 28

رابعاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة.. 30

خامساً: الجدوى النظرية و العملية للدراسة..... 31

سادساً: أهداف الدراسة 32

سابعاً: منهج الدراسة 33

ثامناً: أدوات جمع البيانات.. 36

تاسعاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة..... 39

عاشراً: صعوبات الدراسة 42

الفصل الثاني : نظريات الدراسة والدراسات السابقة .

أولاً: المدخل الوظيفي..... 44

ثانياً : مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة 47

ثالثاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات..... 51

الفصل الثالث : الدراسات السابقة

أولاً: من حيث الوسيلة..... 65

ثانياً : من حيث القائم بالاتصال 70

ثالثاً : من حيث الشكل والمضمون..... 72

75..... رابعا : من حيث الجمهور .

الفصل الثالث: اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

84..... تمهيد

المبحث الأول : ماهية الاتجاهات

86..... أولا : تعريف الاتجاهات.....

95..... ثانيا : خصائص الاتجاهات وأنواعها.....

99..... ثالثا: مكونات الاتجاه

100..... رابعا: مراحل تكوين الاتجاه

102..... خامسا : عوامل تكوين الاتجاه

104..... سادسا : وظائف الاتجاهات وعوامل تغييرها

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية .

110..... أولا :تعريف الجمهور

120..... ثانيا :جمهور الصحافة الإلكترونية بين التنظير العلمي والدراسة الميدانية.....

125..... ثالثا: مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية

128..... رابعا :أنواع جمهور الصحافة الإلكترونية

134..... خامسا :أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام ومحتواها

140-123..... سادسا :خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه.....

152..... خلاصة.....

الفصل الرابع: الانترنت

154..... تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى الشبكة العنكبوتية الانترنت

156..... أولا: تعريف الانترنت.....

158..... ثانيا: نشأة الانترنت و تطورها.....

162..... ثالثا: خصائص الانترنت.....

164..... رابعا:عوامل انتشار الانترنت و أهدافها.....

167 خامسا: أهمية الانترنت و وظائفها الإعلامية

172..... سادسا:مزايا الانترنت و عيوبها.....

المبحث الثاني: التطبيقات الشبكية للانترنت.

185..... أولا: الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت.....

197.....	ثانيا: أنواع المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت
199.....	ثالثا: مستويات استفادة الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت
201.....	رابعا: اثر الانترنت على عناصر العملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية
207.....	خامسا: واقع الانترنت في الوطن العربي
211.....	سادسا: واقع الانترنت في الجزائر
217.....	خلاصة

الفصل الخامس: الصحافة الإلكترونية

219.....	تمهيد:
----------	--------

المبحث الأول: تطور الصحافة الإلكترونية

221.....	أولا : تعريف الصحافة الإلكترونية و عوامل ظهورها
238.....	ثانيا: نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي
230.....	ثالثا : نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر
234.....	رابعا : خصائص الصحافة الإلكترونية و أهم أنواعها
240.....	خامسا : استفادة الصحافة الإلكترونية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة
241.....	سادسا : الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية و ابرز عيوبها
	المبحث الثاني : مظاهر استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية و الإشباعات المحققة.

247.....	أولا : خدمات الصحافة الإلكترونية
251.....	ثانيا: تحرير الصحافة الإلكترونية
262.....	ثالثا : الشكل الإخراجي في الصحافة الإلكترونية
272.....	رابعا : التفاعلية في الصحافة الإلكترونية و آلياتها
282.....	خامسا : مصداقية الصحافة الإلكترونية و حرية التعبير
284.....	سادسا : مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية و الصحافة المطبوعة
292.....	خلاصة

القسم الثاني : الإطار التطبيقي للدراسة .

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت و الصحافة الإلكترونية

295.....	أولا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
298.....	ثانيا: خصائص مجتمع البحث
304.....	ثالث: واقع استخدام الطلبة للانترنت و الصحافة الإلكترونية

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو شكل ومضمون الصحافة الإلكترونية و التفاعلية

أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية.....338

ثانياً: اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية.....353

ثالثاً : اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصداقية وحرية التعبير.....366

الفصل الثالث: : اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج

الدراسة .

أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة.....380

ثانياً : نتائج الدراسة.....388

ثالثاً: النتيجة العامة.. 403.....

- الخاتمة 409.....

- قائمة المراجع 410.....

-الملاحق.

ملخص الدراسة

شهدت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال خلال العشرية الأخيرة تطورا مذهلا و انفجارا لا مثيل له في التاريخ و مازالت في تطور يصعب معرفة مآله و عقباه ، و لا حتى مجرد الاستشراف بمستقبله ، و لعل أبرز مظاهر هذا الانفجار و أعمقه أثرا في وسائل الاتصال هو تطور الانترنت ، هذا الوسيط الاتصالي الذي له طبيعة مختلفة عن غيره من الوسائط الأخرى و التي يتعامل معها الإنسان بشكل فردي و شديد الخصوصية ، و لم يعد الاشتراك فيها يتطلب سوى شراء جهاز كمبيوتر و جهاز مودم (داخلي و خارجي) لاستخدام هذا الوسط .

و قد استفاد المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات العربية و الأجنبية الأخرى من خدمات شبكة الإنترنت خاصة في السنوات الأخيرة ، بعد الجهود المبذولة من طرف الدولة و الإرادة السياسية لترسيخ معالم اقتصاد المعرفة و مجتمع المعلومات و المعرفة ، فلم تعد شبكة الانترنت حكرا على مجموعات محددة من النخبة الجزائرية فحسب بل تعممت هذه التقنية لتشمل حتى شرائح الطلبة على اختلاف مستوياتهم المادية و تخصصاتهم العلمية .

فالنتيجة العامة للدراسة بينت أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون الانترنت بدافع إنجاز البحوث العلمية و التعارف و الدردشة و كذلك المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، و مشاهدة الأفلام و الأغاني و تحميلها مع الكتب بالإضافة إلى الألعاب و التسلية. و أظهرت الدراسة بأن جمهور الطلبة الجامعيين يقبلون بحجم كبير على مواقع الصحف الإلكترونية ، و حسب هذه النتائج يرجع سبب الإقبال كون هذه الصحف تعد بديلا عن الصحف الورقية كما أنها لا تكلف الكثير من المال و الجهد و تفيد في إنجاز البحوث العلمية و أظهرت الدراسة أن الطلبة يؤيدون المحتوى الإلكتروني للصحف الإلكترونية و يرجع ذلك للسرعة في التحديد المستمر للمعلومات ، و لأن هذه

المضامين تساعد على تعلم التحرير الصحفي و تثري الثقافة الإعلامية .

كما بينت هذه الدراسة أن أهم المواضيع التي يفضل الطلبة مطالعتها هي المواضيع السياسية، و أكثر الصحف التي يتصفحونها هي الصحف الجزائرية " الشروق أون لاين، الخبر ، الهدف "، و ذلك لأنها تعالج القضايا المحلية الوطنية ، كما يطالع الطلبة الصحف العربية ، خاصة صحيفة "الشرق الأوسط " لأنها تعالج القضايا القومية ، أما الصحف الأجنبية التي يفضلها الطلبة نجد صحيفة "le monde " بحكم إتقانهم اللغات الأجنبية .

و أثبتت الدراسة أن الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية من أهم عوامل شد و جذب الطلبة لمطالعة هذه الصحف ، و حسب نتائج الدراسة يرجع ذلك إلى أسلوب عرض الموضوعات و استخدام الألوان و الوسائط المتعددة خاصة في معالجة الصوت و الصورة و الفيديو و الإيقاع .

كشفت الدراسة عن أن الخدمات التفاعلية عامل مهم في مطالعة الصحف الإلكترونية، كما بينت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية تتمتع بالمصداقية نظرا للسرعة في تقديم المعلومات تحت إطار السبق الصحفي.

و أخيرا أكدت الدراسة على أن ظهور الصحف الإلكترونية لن يؤثر كثيرا على مطالعة الصحف الورقية كما أنها لن تلغي هذه الأخيرة ، و هذا يرجع لتمتع الصحف الورقية بخصائص منها التعود على قراءتها و إمكانية حملها و قراءتها في وسائل النقل و أن قراءتها أسهل للعين.

Résumé de l'étude:

Expérimenté technologies de l'information et de communication au cours de la dernière décennie l'objet d'un étourdissement et une explosion sans précédent dans l'histoire et est encore en développement est difficile de connaître le sort et les conséquences, et même pas juste prospective son avenir, et pour les manifestations les plus importantes de cette explosion, et la différence Oamgah des moyens de communication est le développement de l'Internet, Ce médiateur de la communication qui a un caractère différent des autres médias, qui traite des droits individuels et de très spécial, et ne nécessite plus la participation de seulement acheter un ordinateur et un modem (Ooforeig interne) à utiliser ce centre.

Et a bénéficié la société algérienne, comme les sociétés arabes et d'autres services étrangers de l'Internet, surtout ces dernières années, après les efforts déployés par l'État et la volonté politique d'établir les paramètres d'une économie du savoir et société de l'information et des connaissances, n'est plus un web exclusivement sur des groupes spécifiques de l'élite algérienne, mais généralisée de cette technique à même inclure des segments d'étudiants à différents niveaux de spécialités physique et scientifique.

Le résultat de l'étude a montré que la plupart des étudiants des collèges utilisent Internet sur l'achèvement de la recherche scientifique et de rencontres et de chat, ainsi que la participation à des sites de réseautage social Face book, et regarder des films et des chansons, chargée de livres Balizafp pour les jeux et le divertissement. Et l'étude a montré que la majorité des étudiants de l'université d'accepter la taille d'un des sites grand journal, et en fonction de ces résultats en raison de la demande la raison que ces journaux servir de substitut pour les journaux imprimés que cela ne coûte pas beaucoup d'argent et d'efforts et utile dans la réalisation de recherches et d'études scientifiques ont montré que les élèves de soutien contenu pour les journaux et grâce à une vitesse constante dans la sélection de l'information, et parce que le contenu de cette aide à apprendre l'éditorial et d'enrichir les milieux de culture.

L'étude a montré que les sujets les plus importants qui sont de meilleurs étudiants, ses lectures sont des questions politiques, en plus de journaux, qu'ils visitent est le journal algérien "Sunrise en ligne, des nouvelles, meilleur buteur, et parce qu'ils traitent de problèmes locaux d'organismes nationaux, comme il a lu les étudiants dans la presse arabe, en particulier le journal "Moyen-Orient "parce qu'il traite de questions d'intérêt national, et les journaux étrangers favorisés par les étudiants à trouver le journal Le Monde" en raison de leur maîtrise des langues étrangères.

Et l'étude a prouvé que la forme de l'appareil excréteur de journaux électroniques des facteurs les plus importants de la souche et d'attirer les étudiants à consulter ces documents, et en fonction des résultats de l'étude en raison de la présentation de sujets et de l'utilisation de la couleur et les médias en particulier circonscrit dans le traitement audio et image et vidéo, et le rythme.

L'étude a révélé que les services interactifs est un facteur important dans les journaux de vue, l'étude a également démontré que e journalisme électronique crédible à

cause de la vitesse de fournir des informations dans le cadre d'un scoop.

Enfin, l'étude que l'émergence de journaux électroniques ne seront pas une grande incidence sur la lecture imprimés les journaux car ils ne seront pas abolir ce dernier, et cela est dû à la jouissance des propriétés d'un journal, y compris l'habitude de la lecture et la capacité à transporter et à lire dans les transports publics et que la lecture plus facile à l'œil.

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
298	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
299	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
300	يوضح توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	03
301	يوضح مكان الإقامة	04
301	يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية (المدنية)	05
302	يوضح توزيع العينة حسب الوضعية المادية	06
303	يوضح توزيع العينة حسب إتقان اللغات	07
304	يبين مكان استخدام الطلبة لشبكة الانترنت	08
305	يبين وقت استخدام الانترنت	09
306	يبين أسباب تفضيل فترة الاستخدام	10
307	يبين الوقت المستغرق في الانترنت	11
308	يبين أسباب استخدام شبكة الانترنت	12
309	يبين أسباب عدم استخدام الطلبة للإنترنت	13
310	يبين دوافع استخدام الطلبة لشبكة الإنترنت	14
311	أوقات مطالعة الصحافة الإلكترونية	15

313	يوضح أسباب تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية	16
314	يبين أهم ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحف	17
316	يبين عوامل إحجام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية	18
317	يوضح مكان استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس والسن	19
319	يوضح مكان استخدام الطلبة للانترنت حسب الإقامة والوضعية المادية	20
320	يوضح الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها حسب متغير الجنس	21
321	يوضح أكثر الصحف تصفحا حسب الجنس	22
322	يوضح أوقات استخدام الطلبة للانترنت حسب السن والجنس	23
323	يوضح أوقات استخدام الطلبة للانترنت حسب الوضعية العائلية	24
324	يوضح أسباب تفضيل هذه الفترة حسب الجنس	25
325	يوضح الوقت المستغرق في الانترنت حسب السن	26
326	يوضح أسباب استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس	27
327	يوضح أسباب عدم استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس	28
328	يوضح دوافع استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس	29
329	يوضح أوقات مطالعة الصحافة الإلكترونية حسب الجنس	30
331	يوضح ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحافة الإلكترونية	31
333	يوضح أسباب تصفح الطلبة للصحافة الإلكترونية حسب الجنس	32
335	يوضح عوامل إحجام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية حسب الجنس	33

338	يوضح صفات لغة الصحف الإلكترونية حسب الجنس	34
339	يوضح أسباب تفضيل مضامين الصحف الإلكترونية حسب الجنس	35
341	يوضح فوائد مضامين الصحف الإلكترونية حسب الجنس	36
342	يوضح ترتيب المواضيع حسب أولوية الإطلاع وفقا للجنس والسن	37
343	وضح ترتيب المواضيع حسب الأولوية الإطلاع عليها وفق متغير الجنس	38
344	أبرز الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها في الصحف الإلكترونية حسب الجنس و المستوى الجامعي	39
345	يوضح أكثر الصحف تصفحا حسب الجنس واللغة المتقنة	40
346	يوضح أهم الصحف الجزائرية التي يفضل الطلبة مطالعتها حسب الجنس	41
347	يوضح أسباب تفضيل الصحف الجزائرية حسب الجنس	42
349	يوضح أهم الصحف العربية حسب الجنس	43
350	يوضح أسباب تفضيل الصحف العربية حسب الجنس	44
351	يوضح أهم الصحف الأجنبية حسب الجنس	45
352	يوضح أسباب تفضيل الصحف الأجنبية حسب الجنس	46
353	يوضح أهم ما يشد الطلبة نحو الشكل الإخراجي حسب الجنس	47
354	يوضح أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها في الشكل الإخراجي حسب الجنس	48
355	يوضح المرفقات المرفقات حسب الجنس	49
357	يوضح الشكل الإخراجي بالنسبة للقارئ حسب الجنس	50

358	يوضح الشكل الإخراجي في الصحف الجزائرية بالنسبة للطلبة حسب الجنس	51
359	يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب الجنس	52
361	يوضح الشكل الإخراجي في الصحف العربية بالنسبة للطلبة حسب الجنس	53
362	يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية العربية حسب الجنس	54
363	يوضح الشكل الإخراجي في الصحف الأجنبية بالنسبة للطلبة حسب الجنس	55
364	يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الأجنبية	56
366	يوضح تفاعل الطلبة مع الصحافة الإلكترونية حسب الجنس	57
367	يوضح أوقات تفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية حسب الجنس	58
368	يوضح الخدمات التفاعلية التي يمارسها الطلبة في الصحف الإلكترونية حسب الجنس	59
369	يوضح تسجيل الطلبة في المنتديات الصحف الإلكترونية حسب الجنس	60
370	يوضح مشاركة الطلبة في المنتديات حسب الجنس	61
371	وجود أو عدم وجود الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية عامل حسب الجنس	62
372	يوضح أسباب تفاعل الطلبة في الصحف الإلكترونية حسب الجنس	63
373	يوضح العناصر الواجب توفرها في الخدمات التفاعلية حسب الجنس	64

374	يوضح مميزات الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية	65
375	يوضح دور السرعة في تقديم المعلومات حسب الجنس	66
376	يوضح عوامل تحقق المصادقية حسب الجنس	67
377	يوضح خصائص الصحافة الإلكترونية حسب الجنس	68
380	يوضح معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية حسب الجنس.	69
381	يوضح معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية حسب الجنس	70
382	يوضح دوافع قراءة الطلبة للصحف الورقية حسب الجنس	71
384	يوضح أسباب عدم مطالعة الصحف الورقية حسب الجنس	72
385	يوضح مدى تأثير الصحافة الإلكترونية الورقية في المستقبل حسب الجنس	73
386	يوضح الصحافة الإلكترونية بالنسبة للصحف الورقية حسب الجنس	74

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
205	أثار الانترنت على بعض عناصر العملية الاتصالية بدخولها عالم الصحافة	01
330	بعض الصحف العربية الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت	02
332	تتابع إنشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر	03

مقدمة

شهد العالم في نهاية القرن الماضي وبالتحديد في التسعينيات مرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بجمع المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل في وسيلة واحدة ، بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال هو توصيل الرسالة إلى الجمهور ، وإحداث التأثير المطلوب وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات أبرزها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط ، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية ، ومرحلة الوسائط المهجنة وتعدد شبكة الانترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجسد خصائص عدة وسائل فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات في آن واحد ، وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام التقليدية وهو مالا يتوفر لأي وسيلة أخرى وكسبت هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات الجماهير وأصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية .

وأسهمت شبكة الانترنت في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومسموعة ومرئية ، بالإضافة إلى تحول معظم وسائل الإعلام التقليدية من إذاعات ومحطات تلفزيونية وصحف ومجلات إلى صحافة أو إذاعة أو فضائيات تلفزيونية أو مواقع إلكترونية ، ولعل ما يؤكد هذه الأهمية على سبيل المثال ما ذكرته الإحصائيات الحديثة في هذا المجال أن 77% من الشعب الأمريكي استخدموا الصحف والمواقع الإلكترونية على الانترنت للتعرف على المستجدات حول الحرب الأمريكية على العراق خاصة أن هذه المواقع مثل CNN ; NEW YORK TIMES تحدث صفحاتها خلال فترات قصيرة جدا تتراوح بين خمسة وعشرة دقائق ، يمكن الإطلاع عليها وقراءتها والاستماع إليها أو مشاهدتها من خلال هذه الوسيلة فصارت من بين أهم الوسائل الاتصالية الحديثة .

ومن بين البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الانترنت نجد الصحافة الإلكترونية وأسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة وتبعا لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والمستفيدة من معطيات شبكة الانترنت ، فإن الصحف تتوافر على عدد من السمات الاتصالية المتميزة من أبرزها سهولة تصفحها ، حيث تتم عملية التصفح بسهولة كبيرة وذلك ضمن مداخل متفرعة ، يمكن استعراضها في لمحة واحدة من خلال قائمة تعرض على جانبي الصفحة الإلكترونية بحيث تختزل هذه القائمة المحاور الأساسية للصحيفة بالإضافة إلى تضمن الصفحة الرئيسية لمقدمات متنوعة لأهم الأخبار ، ولعل هذه السمات التي كانت محل اهتمام من طرف الباحثين والنخبة والطلبة خاصة مجال البحث العلمي والحصول على المعلومات والأخبار ومن

خلال دراستنا هذه والموسوعة بـ " اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية " والتي أردنا تسليط الضوء من خلالها على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين وكيفية تقييمهم لمحتوى وشكل الصحف الإلكترونية، وذلك من خلال قياس اتجاهات الطلبة نحو الصحف الإلكترونية، وكذا الوقوف على أهم العوامل التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على هذه الأخيرة وبالتالي عزوفهم على الصحف الورقية، والإشباعات المحققة منها خاصة في مجال متابعة الأخبار.

ولقد عالجنا في هذه الدراسة ثلاثة أقسام، أما القسم الأول فخصص للإطار النظري والمنهجي للدراسة وتضمن هذا القسم ثلاثة فصول.

أما الفصل الأول فهو بعنوان مشكلة الدراسة و منهجيتها ، و يضم كل من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية ، والتي تمحورت حول مدى إقبال الطلبة على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو الشكل والمضمون والتفاعلية والمصادقية ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية ، وعرجنا على فرضيات الدراسة، كما قمنا بضبط أهم مفاهيم الدراسة التي تضمنها العنوان اصطلاحيا وإجراءيا ، وتحديد أسباب اختيار الموضوع - الذاتية والموضوعية - بالإضافة إلى الجدوى العلمية والنظرية للدراسة وأهدافها ، بالإضافة إلى منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينة الدراسة، وأخيرا صعوبات الدراسة .

أما الفصل الثاني فحمل عنوان نظريات الدراسة ، فتطرقنا فيه إلى المقاربات النظرية أو مدخل الدراسة النظري، استهل الفصل بتمهيد تطرقنا فيه إلى المدخل الوظيفي للدراسة، حيث ركزنا على مدخل الاستخدامات والإشباعات وتعرفنا على لمحة عن نشأة النموذج الوظيفي وعلاقته بهذه النظرية ونشأة هذا المدخل وعوامل ظهوره وفروجه، وأهم محاور الدراسة هذا المدخل والانتقادات الموجهة لهذا المدخل والرد على الانتقادات والاتجاهات الحديثة في هذا المدخل واستخدام هذا المدخل في مجال الصحافة الإلكترونية.

وتمثل المدخل الثاني للدراسة في مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة وتضمن تعريف هذا المدخل وأهم مراحل تكوينه والعوامل المؤثرة فيه .

أما الفصل الثالث فخصص للدراسات السابقة ، والتي قسمت إلى أربعة محاور: محور للدراسات التي تناولت الوسيلة ، ومحور للدراسات التي تناولت القائم بالاتصال ، ومحور للدراسات التي تناولت الشكل والمضمون ، وأخيرا محور للدراسات التي تناولت الجمهور .

أما القسم الثاني فجاء بعنوان : مفاهيم وأدبيات الموضوع ،يتكون هذا الأخير من ثلاثة فصول،
فحمل الفصل الأول منه عنوان : اتجاهات جمهور وسائل الإعلام هذا الأخير قسم إلى مبحثين:
وقبل تناول المبحثين كانت البداية بمدخل عام ، حمل المبحث الأول اسم ماهية الاتجاهات حيث قسم
هذا المبحث إلى ستة مطالب أو عناصر ، وذلك من خلال التطرق لتعريف الاتجاهات ، ثم خصائص هذه
الاتجاهات وأنواعها،مكونات الاتجاه ثم مراحل تكوين الاتجاه وأخيرا وظائف الاتجاهات ، وعوامل تغييرها
أما المبحث الثاني فجاء بعنوان جمهور الصحافة الإلكترونية حيث تم التفصيل في هذا المصطلح أي
الجمهور مع التركيز على جمهور الوسيلة التي سنتناولها ألا وهي: الصحافة الإلكترونية ، كما قسم هذا
المبحث بدوره إلى ستة عناصر كانت البداية بتعريف الجمهور ثم جمهور الصحافة الإلكترونية بين التنظير
العلمي والدراسة الميدانية والذي سنتناول فيه أهم المقاربات النظرية التي أسست لهذا المصطلح ، ثم
مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية ، مروراً بأنواع هذا الجمهور وأهمية دراسة الجمهور
وخصائص جمهور الصحافة الإلكترونية وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه ثم ذيل هذا الفصل
بخلاصة عامة .

هذا،وبالنسبة للفصل الثاني: فجاء بعنوان : الانترنت ، حيث تم التطرق لهذه الوسيلة الجماهيرية على
اعتبار أنها الوسيط الذي يقدم للطلبة الصحافة الإلكترونية ،هذا الفصل بدوره يتكون من مبحثين ،طبعا
مدخل سبق المبحثين ، المبحث الأول بعنوان : مدخل إلى الشبكة العنكبوتية الانترنت والذي قسم إلى ستة
عناصر تم التطرق فيها إلى تعريف الانترنت ونشأتها وتطورها ثم خصائص هذه الأخيرة وعوامل
انتشارها وأهدافها ، ثم أهمية الانترنت ووظائفها الإعلامية وأخيرا مزايا وعيوب الانترنت .

أما المبحث الثاني فجاء بعنوان التطبيقات الشبكية للانترنت ويحتوي هذا المبحث على ستة مطالب كانت
البداية من الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت ، ثم أنواع المواقع الإلكترونية على الشبكة ، ثم مستويات
استفادة الصحافة الإلكترونية من الانترنت ثم أثر الانترنت على عناصر العملية الاتصالية في الصحافة
الإلكترونية، وأخيرا واقع الانترنت في كل من الوطن العربي والجزائر مع الاستخلاص العام أو الخلاصة

وفيما يتعلق بالفصل الثالث فجاء بعنوان : الصحافة الإلكترونية كانت بدايته بمدخل ويتكون هذا
الفصل من مبحثين .

المبحث الأول جاء بعنوان تطور الصحافة الإلكترونية حيث خصص هذا المبحث للبدايات الأولى لهذا
الوسيط الإعلامي ، ويتكون هذا الفصل من ستة مطالب ، أولها كان تعريف الصحافة الإلكترونية وعوامل

ظهورها وثانيا تم التطرق لنشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي ثم نشأتها في الجزائر ، ثم خصائص الصحافة الإلكترونية وأهم أنواعها.

خامسا استفادة الصحافة الإلكترونية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأخيرا الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية وأبرز عيوبها .

أما المبحث الثاني فحمل عنوان : مظاهر استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية والإشباع المحققة. ويحتوي هذا المبحث على ستة عناصر أولها خدمات الصحافة الإلكترونية، ثانيا تحرير الصحافة الإلكترونية أي الكتابة الفنية لهذه الأخيرة ، وثالثا الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية ، رابعا التفاعلية في الصحافة الإلكترونية آلياتها ، خامسا مصداقية الصحافة الإلكترونية وحرية التعبير وأخيرا مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة ثم خلاصة عامة للفصل .

أما القسم الثالث، الإطار أو الجانب التطبيقي فجاء بعنوان : واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية واتجاهاتهم نحو الشكل والمضمون ، قسم هذا الفصل إلى أربعة عناصر أو مطالب كانت البداية بالأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات التي تمت الاستعانة فيها بنظام الإحصاء الاجتماعي الرقمي SPSS أي التفريغ الآلي للبيانات ، ثم خصائص مجتمع البحث ، وثالثا واقع استخدام الطلبة للانترنت والصحافة الإلكترونية ، وأخيرا اتجاهات الطلبة نحو مضمون وشكل الصحف الإلكترونية

أما الفصل الثاني من الجانب التطبيقي أو الدراسة الميدانية فحمل عنوان : اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة . كانت بداية هذا الفصل بالتطرق إلى اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصداقية وحرية التعبير ثم اتجاهات الطلبة نحو العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة . وثالثا نتائج الدراسة ثم النتيجة العامة ، وأخيرا ينتهي هذا الفصل بالخاتمة وقائمة المراجع ثم الملاحق.

القسم الأول : الإطار النظري و المنهجي للدراسة
الفصل الأول : مشكلة الدراسة ومنهجيتها .

أولاً: إشكالية الدراسة .

ثانياً: فرضيات الدراسة .

ثالثاً: مفاهيم الدراسة.

رابعاً: أسباب اختيار موضوع الدراسة .

خامساً: الجدوى النظرية و العملية للدراسة.

سادساً: أهداف الدراسة .

سابعاً: منهج الدراسة .

ثامناً: أدوات جمع البيانات .

تاسعاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

عاشراً: صعوبات الدراسة.

الفصل الثاني : نظريات الدراسة.

أولاً: المدخل الوظيفي.

ثانياً : مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة .

ثالثاً :نظرية الاستخدامات و الإشباعات.

الفصل الثالث : الدراسات السابقة .

أولاً: من حيث الوسيلة.

ثانياً : من حيث القائم بالاتصال .

ثالثاً : من حيث الشكل والمضمون.

رابعاً : من حيث الجمهور.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الفصل الأول : مشكلة الدراسة ومنهجيتها

أولاً- إشكالية الدراسة :

لطالما شكلت الثورات الاتصالية الحديثة التي شهدتها و لا تزال تشهدها الإنسانية، تحديات جسيمة تواجه الصحافة المطبوعة ، والتي جعلتها تعيش وسط مخاوف اختفائها من الساحة الإعلامية ، على الرغم من مكانتها المحورية باعتبارها كاشف سوسيولوجي يعني بتسجيل الوقائع اليومية .

حيث أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال و المعلومات التي تفجرت في العقدين الأخيرين من القرن الميلادي الماضي تحولات ضخمة في شتى مناحي الحياة بما وفرت من سهولة في استخدام الحاسب الآلي ، و التي فجرت ثورة في مجال وسائل الاتصال جعلت العالم يشبه ضاحية صغيرة في مدينة كبيرة ، إذ و لأول مرة في التاريخ صارت البشرية وحدة واحدة في تخيلها للوجود، فمع تطور الحاسبات و شبكات الهاتف و شبكات المعلومات و استخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تقنية الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ، و في إطارها ظهرت وسائل إعلامية جديدة متميزة بما تمتلكه هذه الوسائل من تقنيات تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية ، و على أهم الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديد هي امتلاكها لأدوات التفاعل بين المرسل و المستقبل و قدرتها على النقل الحي والسريع للمعلومات و استخدامها للوسائط المتعددة ، و الجمع بين وسائل الاتصال الشخصي و وسائل الاتصال الجماهيري و الكونية و التزامنية و اللاتزامنية في آن واحد.

و كل هذا بفضل ظهور الشبكة العنكبوتية "الانترنت" ، التي تقف رمزا واضحا لثورة المعلومات التي يشهدها العالم في الوقت الراهن ، و التي جاءت كثمرة للمزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات من جهة و ثورة تكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى ، و لذلك تبقى الانترنت حتى يومنا هذا بمثابة النموذج العلمي الوحيد لما سمي في نهاية تسعينيات القرن الماضي << الطرق السيارة للمعلومات >> ، فقد أصبح من الصعب جدا إحصاء عدد الحواسيب المرتبطة حاليا بالشبكة و تحديد عدد المبحرين فيها ، و مع ذلك يمكن القول أن مبحرا جديدا يضاف كل دقيقة إلى المرتبطين بالشبكة .

فمن جانب وضعت الانترنت كوسيلة اتصال جماهيري أمام مستخدميها عددا ضخما يتنامى يوميا من مصادر المعلومات و الأخبار المتحررة من قيود الزمان

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و المكان و من جانب آخر تحول الجمهور المتلقي فيها من مجرد مستخدم و مستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة ، و بهذا فرضت الانترنت نفسها بقوة كوسيط إعلامي نظرا لما توفره من مزايا غير مسبوقه تميزها عما سواها من وسائل الإعلام ، فكانت محل نقاشات و آراء العديد من الدارسين و الباحثين في علوم الإعلام و الاتصال ، فبجانب كونها " شبكة الشبكات " فهي بالقدر ذاته وسيط الوسائط " الاتصالية بلا منازع و تتجلى عظمة الوسيط الإلكتروني في قدرته على احتواء الوسائط الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له ، و في هذا الصدد و بينما كانت عظمة التلفزيون في احتوائه الراديو ، تقوم عظمة الانترنت على احتوائها الصحافة و الإذاعة و التلفزيون و البحث عن المعلومات ، حتى قيل أن الإعلام الإلكتروني سينزل الصحافة التقليدية من برجها العاجي ، و بذلك حاولت الصحافة المطبوعة أن تجد لنفسها منفذا إلكترونيًا فكانت البداية بنشر هذه الصحف على مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت أو ما سمي بـصحافة الشبكات ، و يعتبر ما هو منشور على هذه المواقع نسخة إلكترونية من الصحف الأصلية، و لعل ذلك كان سببا ليستقر في المعرفة العلمية مفهوم هذه الأخيرة، و بفضل تقنية النشر الإلكتروني والتي وفرت الكثير من الأموال التي تنفقها المؤسسات لشراء الورق ، مقابل البساطة و السهولة التي يتميز بها المسار الخطي التي تتبعه الصحافة المطبوعة ، تتبع الصحافة الإلكترونية مسارا لا خطيا يتسم بالتنوع و التعقيد و يقوم على تعدد البدائل و الخيارات في كل مرحلة من مراحل ممارسة العمل ، كونها فتحت مجالا واسعا للتواصل و التفاعل بين المستخدمين و المحررين و أعطت بدورها فرصة كبيرة للمشاركة و إبداء الرأي حول ما تطرحه من موضوعات مختلفة و متنوعة ، من خلال منتديات الحوار و التعليق الإلكتروني على المقالات و التصويت الإلكتروني و المراسلات الحرة و فضاءات الدردشة و استضافة المدونات الشخصية فعلى سبيل المثال عدد التعليقات الإلكترونية التي تستقبلها " النهار أون لاين " و " الشروق أون لاين " على المقالات المنشورة في الطبعة الإلكترونية لكل واحدة منها ما بين ألف إلى ثلاثة آلاف تعليق يوميا .

و عدد المشاركين في الاستبيانات التي يطرحها موقع جريدة " الخبر اليومية " يصل إلى عشرين ألف صوت ، ناهيك عن الاختلاف بين المضمون الإخباري الإلكتروني

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

للصحافة الإلكترونية و الأخبار المطبوعة ، بالإضافة إلى الشكل الدائم الحركة الذي يقدم به المحتوى الإلكتروني .

هذا ما جعلنا نتساءل في ظل وجود مثل هذه السمات المتميزة التي تتفرد بها الصحافة الإلكترونية ، ما إذا كان هذا سببا لخلق جمهور إلكتروني فعال بعدما كان في القديم متلقيا سلبيا يستقبل و يتأثر بالرسائل الإعلامية بطريقة قوية و يرسل تعليقاته على البريد التقليدي للجريدة ، أو أن هذه التفاعلية خلقت جمهورا إيجابيا ، و إذا كانت هذه المفارقة سليمة يمكننا القول بأن مصطلح جمهور وسائل الإعلام بصفة عامة ، و الصحافة الإلكترونية بصفة خاصة في وقتنا الحالي ، أصبح يشير في أحد جوانبه إلى ذلك المتلقي المتفاعل مع الرسائل الإعلامية الإلكترونية كظاهرة سوسيولوجية مرتبطة بالمجتمعات الحديثة و ما بعد الحديثة ، و التي يمكن التغلغل فيها من خلال اللجوء لدراسة اتجاهات الجماهير كأداة تعكس واقع استخدام هذا الوسيط الإلكتروني و كذلك مستويات التفضيل .

و مع تحالف تقنيات الاتصال الحديثة بما فيها الانترنت و الوسائط المتعددة مع الجيل الجديد للشباب، و الذي أسس لمستقبل جديد يقوم على التقنية الرقمية و يعيش في عالم إلكتروني افتراضي ، خاصة طلبة الجامعات هذه الفئة التي أصبحت الأكثر احتكاكا بالانترنت في الجزائر كما في كل أنحاء العالم باعتبارها الفئة التي بدأت التخلص من شبح الأمية الرقمية إلى حد ما ، و خاصة إذا تعلق الأمر بمتابعة الأخبار وكتابة التعليقات في الصحف الإلكترونية ، رغم ما يعرف عن هذه الفئة من عزوف عن الخوض في متابعة الأخبار ، غير أن هامش الحرية و الخيارات اللامتناهية التي تتيحها الانترنت أحدثت قفزة في تعامل جمهور طلبة الجامعات مع المواضيع و الأخبار التي تطرحها و تنشرها الصحافة الإلكترونية، لأنها تتيح لهم مساحات كبيرة للتعبير عن آرائهم بحرية من دون قيود.

و من هذا المنطلق تستهدف الدراسة التعرف على أسباب عزوف الطلبة عن الصحافة المطبوعة و تفضيلهم للصحف الإلكترونية حسب ما توصلت إليه بحوث مقروئية الصحف المطبوعة ، و بالإضافة إلى مستقبل الصحافة المطبوعة في ظل انتشار التقنية الإلكترونية ، و ذلك من خلال قياس اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية ، بالتطبيق على الحالة الجزائرية في المرحلة الراهنة ، أي توصيف العلاقة

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

بين جمهور الطلبة الجامعين و الصحافة الإلكترونية، و بناءا على ما سبق فإن الدراسة ستحاول البحث في التساؤل الرئيس التالي :

- ما هي اتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية ؟
للإجابة على التساؤل الرئيس للدراسة قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية
تمثلت في مايلي:

1- ماهو واقع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت وعلاقته باستخدام الصحافة الإلكترونية ؟

2- ماهي الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة للصحف الإلكترونية العربية والأجنبية والجزائرية ؟

3- ماهي اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية ؟

4- ماهي اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية ؟

5- ما الخدمات التفاعلية التي يتزود بها الطلبة من خلال الصحف الإلكترونية ماهي

تصورات الطلبة لمستقبل العلاقة بين كل من الصحف الإلكترونية والورقية؟

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ثانيا - فرضيات الدراسة :

الفرضية العامة :

يعتبر التأييد الاتجاه السائد لدى أغلب الطلبة الجامعيين إن لم نقل معظمهم بمعنى رضا الطلبة على ما تقدمه الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية حديثة ، و ذلك لما توفره الصحافة الإلكترونية إذا ما قارناها بالصحافة المطبوعة ، من حيز للحرية و الإشباع المعرفية، قاعدة واسعة من التنوع في المادة الإخبارية ناهيك عن السرعة الفائقة في إيصال الخبر وهذه الاتجاهات تنعكس على استخدام الصحافة المطبوعة .
و يمكن تأكيد الفرضية العامة من خلال الفرضيات الجزئية وهي :

الفرضية الأولى :

الصحافة الإلكترونية أكثر مقروئية من الصحف الورقية، حيث توجد علاقة بين مدى استخدام الطلبة للانترنت ومطالعتهم للصحف الإلكترونية، خاصة إذا ارتبطت استخدامات الطلبة للانترنت بالاستفادة منها في المجال العلمي والبحثي ، كما يرجع استخدام الطلبة للصحف الإلكترونية إلى الخصائص التي تتفرد بها ، مقارنة بالصحف الورقية .

الفرضية الثانية :

المحتوى الإلكتروني من أهم دوافع إقبال الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية حيث يحقق إشباعا كثيرة لجمهور الطلبة على اختلاف ظروف تلقيهم ، وخصائص وسمات شخصياتهم وتنشئتهم وبيئتهم نظرا لإنفراد التحرير الإلكتروني بسمات ومميزات يعجز عن تحقيقها التحرير التقليدي ، كما يفضل الطلبة الصحف الإلكترونية الجزائرية أكثر من نظيرتها العربية أو الأجنبية ، وتعد الموضوعات السياسية من أكثر الموضوعات تفضيلا عن بقية المواضيع الأخرى .

الفرضية الثالثة :

إن الشكل الذي تقدم به الصحف الإلكترونية يعتبر عامل جذب لجمهور الطلبة ، و حافز إيجابي لإقبال الطلبة على الصحف الإلكترونية ، منها أسلوب عرض الموضوعات المرفق بمختلف المؤثرات السيكلوجية خاصة حركة العين ، الإيقاع الوسائط المتعددة من: (صور ، رسومات ، فيديوهات ، ألوان صاخبة و عناوين و معلومات و إعلانات متحركة

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الفرضية الرابعة :

يتفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية نظرا للخدمات التفاعلية التي تقدمها هذه الأخيرة كما يفضل جمهور الطلبة الصحافة الإلكترونية نظرا للسرعة الفائقة التي لها علاقة بمدى مصداقية الصحف الإلكترونية وهذه السرعة التي قد تكون عاملا في تفاعل الطلبة مع المواضيع المنشورة نظرا لقدرتها على تحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي.

الفرضية الخامسة :

لن تؤثر الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية لا في المستقبل القريب ولا في المستقبل البعيد ، ولن تلغي الصحافة الإلكترونية غيرها من الصحف الورقية فكل منهما يملك الخصائص التي تساعد على الاستمرار في المستقبل .

ثالثا- مفاهيم الدراسة:

عرفت المفاهيم عدة محاولات لتعريفها ، فيعرفها **معين خليل عمر**

بأنها : « الصورة الذهنية الإدراكية المتشكلة بواسطة الملاحظة المباشرة لأكثر من مؤشر واحد من واقع ميدان البحث "(1)" ، و بما أن دراستنا متعلقة باتجاهات جمهور الطلبة مستخدمي الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية ، فنحن بصدد تحديد المفاهيم التالية :

3/أ- **الاتجاه : اصطلاحا :** في نظر علم النفس الاجتماعي « هو استعداد عقلي كامن ، يتكون نتيجة تأثر الفرد بمثيرات مختلفة في محاطه » (2)، تجعله يتخذ موقفا معينا نحو شيء مادي أو معنوي أو شخص أو فكرة أو نزعة ، يستجيب لها استجابة خاصة يفضلها صاحب الاتجاه و يتم اكتساب الاتجاهات عن طريق التفاعل ، و بالتشئة الاجتماعية تبني الاستعدادات النفسية و الانفعالات العميقة التي تترسب في الوجدان مع العواطف ، و للتعليم أهمية كبيرة في تكوين الاتجاهات فهو مرادف المواقف.

إجرائيا : نقصد بالاتجاهات في دراستنا الميول و النزعات التي ترتبط بأفكار الطلبة ومشاعرهم و سلوكياتهم و ذلك على اعتبار أن الاتجاهات ماهي إلا استعدادات للاستجابة و ليست الاستجابة نفسها ، أي مدى قبول أو رفض الطلبة للمضامين

¹- فضيل دليو و آخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية . قسنطينة ، الجزائر ، 1999 ، ص. 223.

²- خضير شعبان ، مصطلحات في الإعلام و الاتصال. دار اللسان العربي ، ط1، الجزائر، 1422، ص. 1.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و الأشكال المقدمة في الصحافة الإلكترونية و ذلك من خلال التأثر بمعارفهم و خبراتهم المكتسبة التي تحدد طبيعة الاستجابة سلبا أو إيجابا .

3/ب- **الجمهور** : اصطلاحا : يشير مصطلح الجمهور في بحوث الإعلام و الاتصال إلى « أفراد و جماعات غير معروفين بالنسبة لوسائل الإعلام التي تتوجه إليهم برسائلها » ، و يشير المعنى الأصلي للمصطلح إلى اقتصاره على مجموعة من المستمعين الذين يشملهم الأداء المسرحي و لكنهم جمهور عام (1) **إجرائيا** : نقصد بالجمهور في هذه الدراسة مجموع الطلبة الجامعيين ، و الذين ستؤخذ منهم عينة تمثل طلاب و طالبات الجامعة الجزائرية و بالتحديد طلبة الإعلام و الاتصال على اختلاف مستوياتهم و تخصصاتهم - لأسباب محددة سنأتي على ذكرها في العينة - و الذين يستخدمون الانترنت و يستفيدون من مختلف الخدمات التي توفرها لهم خاصة في مجال الإعلام و متابعة الأخبار ، أي يطلعون على ما ينشر في الصحف الإلكترونية و يشاركون و يتفاعلون مع ما يكتب فيها . و هو جمهور خاص يتعلق بشريحة محددة.

3/ج- **الانترنت** : نجد الدكتور **حمد الكسيبي** يعرف شبكة الانترنت على أنها : « مجموعة من الشبكات المعلوماتية التي تعتبر من أهم و أكبر شبكات المعلومات في العالم، فهي مجموعة شبكات متصلة بعضها البعض ، و تسمح بتبادل المعلومات في العالم بكل حرية بين شبكات المؤسسات الكبرى و حتى أصغر الشبكات الخاصة و الشخصية » (2) ، توفر هذه الشبكة خدمات متعددة تضم أصنافا عديدة من المستخدمين و الأغراض المتنوعة في مجال الأبحاث و أحداث الساعة ، و الاقتصاد و التربية و التعليم و الصحة ، و النقل و غيرها من هذه الخدمات مفتوحة للجميع و يكفي أن يكون هناك جهاز حاسوب صغير و محول (مودم) و هاتف و اشتراك عند المزود (provider) حتى يصبح الارتباط بشبكة الانترنت ممكنا .

إجرائيا : وسيلة إعلامية معلوماتية حديثة واسعة الانتشار فرضت نفسها في جميع الميادين لاسيما في الميدان الإعلامي ، حققت عامل السرعة و التفاعلية اختصرت على

¹ - طارق سيد أحمد الخلفي ، معجم مصطلحات الإعلام . دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية ، 2008، ص. 44.

² - سعادة جودت أحمد ، عادل فايز السرطاوي ، استخدام الحاسوب و الانترنت في ميادين التربية و التعليم، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص. 67.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الصحي الجهد و الوقت ، قدمت العديد من الخدمات منها التزويد بالأخبار الجديدة من خلال الإعلام الإلكتروني و بالطبع عن طريق الصحف الإلكترونية .

3/د- الصحافة الإلكترونية : إجرائيا : هي تلك التي تجمع بين مفهومي الصحافة و نظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة في المنشور الإلكتروني دوري كان أو غير دوري. الصحف الإلكترونية هي التي تنشر الأخبار حسب وقت وقوعها و التي لا تنقيد بزمن معين لصدورها بالرغم من وجودها المستمر على الانترنت و تغييرها و تحديثها بصفة غير منتظمة ، و يتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر المربوط بشبكة الانترنت و تكون هذه الصحف الإلكترونية في الغالب مرتبطة بالصحف المطبوعة أي تكون نسخة لما يصدر في المطبوعة أو تكون منشور إلكتروني بحث ، و في دراستنا هذه نقصد الصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية والأجنبية المنشورة عبر الانترنت ذات النسخ الورقية.

رابعا- أسباب اختيار موضوع الدراسة :

إن تحديد الباحث لأسباب و دوافع اختيار موضوع الدراسة يساهم إلى حد كبير - ضمنيا- في ضبط إشكالية الدراسة ، و تحديد المسار السليم للبحث للوصول إلى النتائج المرجوة ، و من أبرز الأسباب الذاتية و الموضوعية التي جعلتنا نختار اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية كموضوع بحث نلخصها في مايلي :

4/أ - الأسباب الذاتية :

1-رغبتني الشخصية في تعميم دراستي المستقبلية في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و اقتصاد المعرفة، و اهتمامي الكبير بوسائل الإعلام الجديد في علاقتها بالوسط الجامعي حيث يرتبط هذا الأخير بالجانب المهني و الدراسي .

2-طموح ذاتي في دراسة مزايا الانترنت ، و الإلمام بالمعلومات العلمية الخاصة بالصحافة الإلكترونية و جمهورها المتفاعل و كذا في كل ما تمر به من تحديات في الوقت الراهن، خاصة بعد تفشي ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي(الفايسبوك).

4/ب- الأسباب الموضوعية :

1-الموقع الذي أصبحت تحتله تكنولوجيا الاتصال و المعلومات في الجزائر خاصة خلال بداية الألفية الثالثة ، كالانتشار الواسع للفضاءات العمومية للانترنت ، حيث عدت الانترنت الوسيلة المفضلة للحصول على الأخبار و المعلومات .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

2-توفر فضاء إلكتروني لبيئة العمل الجديدة للنص المطبوع ، خلق وعاء إلكتروني يتميز بعدد من الصفحات التي تعجز المطبعة التقليدية عن توفيرها بقوالب مستحدثة أي دمج المعلومة الخبرية بالصور و الملفات الصوتية و المرئية، و التي لم يعد القارئ من خلالها قارئاً عابراً ،بل أصبح يتردد على الصحيفة أكثر من مرة لمتابعة الأخبار التي يتم تحديثها، مما يبشر بأنماط مستجدة في كيفية التعامل مع هذه الوسيلة تفتح آفاقاً واسعة تتطلب الدراسة و البحث .

3-ارتباط الموضوع بالتخصص الأكاديمي - وسائل الإعلام و المجتمع- في دراسة علاقة جمهور الطلبة بوسيلة الانترنت من خلال الصحافة الإلكترونية و ذلك بالاعتماد على قياس اتجاهات الرأي و تحليل إجابات عينة تمثل شريحة هامة في المجتمع (الطلبة الجامعيين) في إحدى الجامعات الجزائرية .

4-حادثة الموضوع نظراً لقلّة الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية خلال اتجاهات جمهور الطلبة على الرغم من الاهتمام الكبير الذي يحض به هذا الموضوع من مكانة خاصة في الدراسات الأجنبية ، إلا أنه لا يوجد هذا الاهتمام في الدراسات العربية و الجزائرية ، بالإضافة إلى التعرف بشكل منهجي و علمي على اتجاهات الطلبة نحو الوسائط التكنولوجية الحديثة يعتبر مجالاً بحثياً خصباً نظراً لتميزه بالجدة و الأهمية.

خامساً- الجدوى النظرية والعملية للدراسة :

من أهم الحوافز التي جعلت الدراسة تكتسي أهمية بالغة :

1-التعرف على كيفية إجراء البحوث الميدانية و تطبيق المناهج العلمية و الأدوات المناسبة كهدف علمي و تطبيقي ، بالإضافة إلى إثراء المكتبة العلمية ببحث له وزن كبير .

2-تكمّن أهمية البحث في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة تأثيرات التكنولوجيات الحديثة للاتصال بما فيها وعلى وجه الخصوص الانترنت و الصحافة الإلكترونية ؛هذه الأخيرة أصبحت تكتسي أهمية بالغة من خلال ما أحدثته من نقلة نوعية في تقليص للحيز الزمني و تجاوز لعامل المكان في حصول الطلبة على الأخبار و التفاعلية الفائقة من خلال المشاركة بالآراء و الإقتراحات .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

3- يمكن اعتبار الوسط الجامعي في علاقته بالانترنت مجتمعا بحثيا ملائما لدراسة مزايا الصحافة الإلكترونية سواء من خلال الشكل و ما يتحكم فيه من وسائل الإثارة أو المضمون و إشكالية المصادقية نظرا للمساحة الفائقة و المواد التحريرية المتجددة وصولا إلى واقع استخدامات الصحافة الإلكترونية و الإشباعات المحققة منها ، كما أن لهذه الدراسة أهمية اجتماعية ففي ظل امتزاج تكنولوجيا الإعلام و المعلومات مع تكنولوجيا الاتصال و اتساع رقعة استخدام الانترنت و لد مجتمع معلوماتي ، و لذلك فإن وسائل الإعلام تعتبر مرآة عاكسة للمجتمع ، و الصحافة الإلكترونية بدورها أوجدت ما يسمى بالقارئ الإلكتروني، وعليه فإن من الأهمية دراسة جمهور الطلبة في تعامله مع هذا الوسيط الإلكتروني وواقع احتكاكه بالأخبار الرقمية .

سادسا - أهداف الدراسة :

سنحاول من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف :

1- التعرف على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين و كيفية تقييمهم لمحتوى الصحف الإلكترونية ، وكذا الشكل الذي تقدم به ، وذلك من خلال قياس اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية .

2- التعرّيج على إشكالية المصادقية و حرية التعبير، و التي خلقتها إمكانية المشاركة بالأراء و التعليقات حول ما يكتب و ينشر من جهة و السرعة الفائقة في تجديد المحتوى ، و كل هذا من خلال تحديد كيفية استخدام القراء للآليات التفاعلية ، و عادات ممارسة التفاعل .

3 - الوقوف على أهم الأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على الصحيفة الإلكترونية و بالتالي عزوفهم على الصحف المطبوعة ، و كيفية تعامل الطلبة مع محتويات هذه الصحف و الإشباعات المحققة منها في مجال متابعة الأخبار .

4-الإفادة من نتائج هذه الدراسة في استحداث البدائل من خلال معرفة المستوى الذي بلغه انتشار تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجامعة الجزائرية كزيادة وعي الطلبة و حتى المسؤولين بأهمية الصحافة الإلكترونية في خلق نوع من

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

التفاعلية في الوسط الجامعي ،وتوظيف نتائج الدراسة لتحسين مستويات الصحف الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة.

سابعا- منهج الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة للمسوح الوصفية في محاولة لتقديم صورة للواقع أو نوع من التسجيل للظروف الواقعية ، حيث تهدف الدراسات الوصفية إلى وصف الأحداث والأشخاص والاتجاهات والمعتقدات والأبحاث والأهداف والتفضيل، وكذلك أنماط السلوك المختلفة (1) ، وتستهدف كذلك وصف المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو المواقف تحديدا دقيقا و رسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية و الدقة (2) .

و سأقوم من خلال هذا البحث بدراسة العلاقات السببية بين متغير الاتجاهات و متغير الصحافة الإلكترونية ، بناء على ما تم التوصل إليه في الدراسات الاستكشافية السابقة ، أي وصف العلاقة التي تربط بين جمهور الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون الانترنت ، بالصحافة الإلكترونية و ذلك من خلال وصف و رصد و دراسة اتجاهاتهم و لعلى هذا السبب الذي جعلنا نضبط الفرضيات ، و ذلك وفقا لنوع الدراسة و أهدافها و إشكاليها .

و كما تبين لي أن الجمهور المستهدف بالدراسة هو جمهور الطلبة الجامعيين و تأتي دراستنا لتحاول التعريف بهذا الجمهور ، و توضيح العوامل الشخصية و الجماعية المساهمة في عملية تقييمه للصحف الإلكترونية ، وتفاعله طبعاً يجعله يساهم في محتوى هذه الصحف .

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث و يتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج عملية و موضوعية ، و يعرفه رونز : " هو إجراء يستخدم في بلوغ غاية محددة " أما بتل : " هو الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة و البرهنة عليها" (3)

1-سمير محمد حسن، تطبيقات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام. عالم الكتب ،القاهرة، 1991، ص. 88.

2-سمير محمد حسن ، بحوث الإعلام الأسس و المبادئ . عالم الكتب ، القاهرة، 1991 ، ص. 97.

3-محمد قاسم ، مدخل إلى مناهج البحث العلمي . دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، 2003 .

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و يعرف المنهج كذلك بأنه : "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة عن حقيقة لم يعرفها الآخريين " (1)، و كون مشكلة البحث تتصل بدراسة الحقائق الراهنة و التعرف على المعلومات المتاحة حول اتجاهات جمهور الطلبة الجامعيين مستخدمي الانترنت ، نحو الصحافة الإلكترونية، فإن منهج المسح الاجتماعي أنسب المناهج لفهم الظواهر المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية و ما يسود من علاقات داخلية و خارجية هذا من جهة و من جهة أخرى فهو سبيل لدراسة الجمهور في البحوث الإعلامية فهو يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها (2)، و قد عرف الباحث " ذوقان عبيدات" منهج المسح على أنه: " المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي و جوانب قوتها و ضعفها" (3) ، و الدراسات التي تستخدم منهج المسح تسمى: **الدراسات المسحية**. و هي الدراسات التي تقوم على محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة (4).

و تتمثل إجراءات هذا النوع في سؤال مجموعة من الأفراد -المبحوثين- عدة أسئلة تدور حول سلوكياتهم ، اتجاهاتهم ، آرائهم و معتقداتهم (5) .
فطبيعة موضوع البحث و أهدافه ، هما اللذان يفرضان على الباحث نوع المنهج و الدراسة التي سيتبعها ، ذلك أن المسح من ناحية مجتمع البحث يقسم إلى قسمين :

¹- عبد الله سليمان، المنهج و كتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 19ص. 87.

²- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية . دار الفجر للنشر و التوزيع ، المجلد 1 ، 2003 ، ص. 544.

³- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص. 286.

⁴- عبد الغفار رشاد القصيبي ، مناهج البحث في العلوم السياسية ، مكتبة الآداب ، القاهرة، 2004، ص.ص. 266 ، 267.

⁵- عبد الله معتز سيد و خليفة عبد اللطيف محمد ، علم النفس الاجتماعي. دار غريب للطباعة و النشر ، القاهرة ، ص.ص. 74 ، 75.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

المسح الشامل و المسح بالعينة و المسح الشامل يعتمد في بحث المجتمعات الصغيرة المتكونة من عدد محدد من المفردات في استطاعة الباحث حصر حجمها الكلي و إخضاعها كلها للملاحظة العلمية ، وفق الأهداف المسطرة للبحث و هذه الطريقة لا يمكن تطبيقها علميا في البحوث الأكاديمية ، لذلك فقد استعنا بالدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة ثم تعميم النتائج على مجتمع البحث ، و تقسم المسوح أيضا من حيث أهدافها إلى مسوح وصفية و أخرى تفسيرية ، و تتدرج دراستنا ضمن منهج المسح الوصفي - الدراسات الوصفية كما تم توضيحها في نوع الدراسة - لأنها الطريقة الأنسب لمعالجة الإشكالية و التساؤلات المسطرة للبحث (1) .

و بما أنني أهدف إلى وصف اتجاهات مجتمع البحث أي جمهور الطلبة الجامعيين نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية ، بتبيان خصائصه العمرية و النوعية و التعليمية ، و المعيشية و المهنية و العائلية ... إلخ .

ثم ربط العلاقة بين المتغيرات الشخصية و اتجاهات جمهور الطلبة و لذلك فإن منهج المسح الوصفي هو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد و سلوكهم و إدراكهم ومشاعرهم و اتجاهاتهم و هو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام (2) .

و في إطار منهج المسح يتم استخدام الأسلوب التحليلي الذي يتم استخدامه لاكتشاف المشكلات في إطارها الواقعي ، و يسمح بجمع العديد من البيانات عن الظاهرة موضوع الدراسة ، كما يتيح فحص العديد من المتغيرات و استخدام التحليل الإحصائي الذي يساعد على جمع البيانات و المعلومات و تلخيصها و تصنيفها و تحليلها و استخلاص النتائج منها (3) .

ويعرف الدكتور عمار بوحوش الوصف على أنه : " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة ، للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة و العوامل

¹-جمعة حمد حلمي و آخرون ، أساسيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و المالية و الإدارية . دار الصفاء للنشر، ط1 ، عمان ، الأردن، 1999، ص. 99.

2- - Bonneville . LUC , Grosjean , Martine <<instruction aux méthode de recherche en communication >> Gautam Morin, 2007 .P.123.

3- Mayer Reber, De Buëch université ، ، << Méthodes de recherché en en communication Sociale >> ، ، 2000 .P.97.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

التي تتحكم فيها و استخلاص النتائج لتعميمها ، و يتم ذلك وفق خطة بحثية معينة ، من خلال جمع البيانات و تنظيمها و تحليلها " (1) .

و اختياري لمنهج المسح الوصفي و تطبيقه ميدانيا اختيار في محله يتماشى مع طبيعة الموضوع لوصف سمات و خصائص المبحوثين و طرق استخدامهم للانترنت و عليه تصفحهم للصحف الإلكترونية .

ثامنا- أدوات جمع البيانات

الشائع حول أدوات البحث العلمي ، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر(2)

ولأدوات البحث العلمي دور هام في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ، بحيث تقاس القيمة العلمية لأي بحث بالنتائج التي توصل إليها وفق خطوات المنهج العلمي المستخدم في البحث ، وأيضا بالوسائل والأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات (3)

إن أنسب الأدوات البحثية التي تمكنني من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات دراستنا ، وتسمح بتوفير الوقت والجهد والنفقات ، وتحقيق الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها والاحتكام إليها في أداة الاستبيان عن طريق الاستمارة .

والاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر ،بمعنى أوضحه وعرفه ، الاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر (4) LA QUESTIONNAIRE : هي أداة جمع البيانات في هذه الدراسة حيث تستخدم لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة

¹ - عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1995 ، ص .107.

2- Murice Angers,initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines.by casbah université,Alger,1997.p.129

³ - عبد الباقي زيدان، وسائل وأساليب الاتصال .المكتبة الأنجلومصرية ، القاهرة ، 1974 ، ص .103 .

⁴ - الفيروز أباضي ، القاموس المحيط.دار الكتب العلمية ، الجزء 2،لبنان، 1995،ص.204.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

من مجتمع البحث ، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم نحو موضوع معين (1) وهو أسلوب جمع للبيانات الذي يستهدف انتشاره أفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات (2) ويعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل : الاستقصاء ، الاستفتاء ، الإستبار ، كلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة SONDAGE أو QUESTIONNAIRE في اللغة الفرنسية(3)

وتضمنت استمارة الاستبيان التي استخدمتها في دراستي، ثمانية وخمسون سؤالاً (58) وضعتها بعناية كبيرة ، للحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع ، وقد استخدمت أسئلة مغلقة وأخرى نصف مفتوحة ، ومغلقة تحتوي على إقتراحات وما على المبحوثين سوى اختيار إجابة واحدة عن كل سؤال من الأسئلة، وقد تحتل أكثر من اقتراح ، أو تحتل اختيار واحد ، في عدة أسئلة التي تحتل اختياراً واحداً ، وذلك من خلال وضع علامة (X) في الخانة المناسبة ، أما بالنسبة للأسئلة نصف مفتوحة فاحتوت إلى جانب الاقتراحات ، فضاء للتعبير عن الرأي المستقل للمبحوثين لم يكن متضمناً في الخيارات المقترحة وذلك بواسطة العبارة (أخرى أذكرها) .

وأشير إلى أن الأسئلة المتضمنة في الاستمارة هي أسئلة مصاغة بشكل بسيط ومفهوم ، راعيت فيها عدم استخدام المصطلحات الصعبة ، فقد حاولنا الابتعاد تماماً عن توظيف الكلمات المتعددة المعاني أو الكلمات التقنية المتخصصة ، كما أنني استخدمت الأسئلة القصيرة ذات المعاني الدقيقة ، وحرصت على تجنب تضمين السؤال الواحد أكثر من فكرة واحدة ، حتى لا يضيع المبحوثين في حرج الإجابة عنها ، وبما أن هدف الاستمارة هو جمع معلومات كافية للإجابة عن الإشكالية المطروحة في الدراسة فقد قمت باعتماد أسلوب المحاور بطريقة منطقية متطابقة في تسلسلها وترقيمها مع خطة البحث ، في إطار ما يحقق التساؤلات المترتبة عن الإشكالية كما يلي :

المحور الأول : البيانات الشخصية .

1 -Bonneville,op,cit.p.159.

2 -محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص.184.

3 - Murice Angers ,op,cit.p.228.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- المحور الثاني : واقع استخدام الطلبة الجامعيين الانترنت والصحافة الإلكترونية .
- المحور الثالث : اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية .
- المحور الرابع : اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية .
- المحور الخامس: اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية المحققة في الصحافة الإلكترونية والمصادقية وحرية التعبير .
- المحور السادس : اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية .

ولقد أستغرق توزيع الاستمارة أسبوعين متتالين من شهر ماي 2011 وانطلاقاً من اعتقادي بأن الاستمارة التجريبية ضرورة منهجية للبحث العلمي قبل صياغة الاستمارة النهائية ، قمنا بتجريب عشرون استمارة على الطلبة الذين يطالعون الصحف الإلكترونية في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، وذلك قبل توزيع الاستمارة على المبحوثين ، وتمت عملية تسليم واسترجاع الاستمارات التجريبية في نفس اليوم 19 أفريل 2011 ، وقد ساعدتني عملية تجريب الاستمارة في تحديد الشكل النهائي لها ، فمثلا كان معظم المبحوثين لا يجيبون عن الأسئلة المفتوحة ، التي تتطلب منهم الإجابة شخصياً دون اللجوء إلى إقتراحات ، ولذلك قمت بوضع إقتراحات لكل الأسئلة وكذلك لاحظت أن بعض الأسئلة نصف المفتوحة التي تحتوي على إقتراحات وعبارة (أخرى أذكرها) التي وضعتها للمبحوثين الذين لا يوافقون أو الذين لا يكتفون بالإقتراحات ، كانت بعض إجاباتهم عنها مساعدة لنا في إضافتها كإقتراح أو وضعها مكان إقتراح ما ، نظراً لأهميتها .

لقد أكدت لي عملية استخدام الاستمارة التجريبية مدى سلامة الخطة الموضوعية لصياغة الأسئلة ، وأنها تمت بكيفية مفهومة لدى المبحوثين سواء من حيث اللغة المستعملة أو من حيث بعض المصطلحات ولقد سبق هذه المرحلة ، مرحلة عرض الاستمارة على المحكمين سواء في التخصص أو خارج التخصص، وسنوضح ذلك في اختبار الصدق وثبات الاستمارة

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- اختبار الصدق والثبات :

تم عرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال التخصص وخارج التخصص (*)، لاختبار صدق أداة جمع البيانات، وكذلك صدق المتغيرات ، ولإبداء الرأي في مدى صلاحيتها للتطبيق ومدى مناسبتها لأهداف وتساؤلات الدراسة ، وقد وصلت نسبة الاتفاق بين المحكمين 91 %، وأُعيد اختبار الصدق أيضا على درجة الاتساق في إجابات الأسئلة المرتبطة التي تمثلها الاستمارة ، و وصل متوسط الارتباط 88 % ، وقد أُستبعدت الاستمارات التي قلت فيها درجة الصدق عن 80% .

كما اعتمد الباحث على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى ، بعد أسبوع ثم قمنا بحساب نسبة الاتفاق بين الإجابات وبين التطبيق وقد بلغ معامل الثبات 91 %، بناء على ملاحظات المحكمين وتقويماتهم التي أخذت بعين الاعتبار ، وبهذا طرأت بعض التعديلات على العبارات التي تحدد لنا اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية .

تاسعا- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تشتمل مجالات الدراسة المنطقة الجغرافية و الأفراد المتواجدين فيها و كذلك الفترة الزمنية التي أجريت خلالها الدراسة ، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم هذه الدراسة إلى المجالات التالية:

أ- المجال المكاني : نظرا لمعرفتي للمكان و إمكانية الوصول إليه مما يعني إلغاء عاملي طول المدة الزمنية و بعد المسافة للاتصال بالمبحوثين و لو نسبيا ، فقد أجريت هذه الدراسة على مستوى كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، القطب الجامعي الجديد بجامعة محمد خيضر ولاية بسكرة ، و قد تم اختيار جامعة محمد خيضر و بالتحديد كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية على اعتبار أنه سيتم التركيز على طلبة قسم الإعلام و الاتصال التابعة لهذه الكلية ، ذلك أن هؤلاء الطلبة سيكونون أكثر احتكاكا و استخداما للانترنت من جهة ، و متابعة الأخبار و الإطلاع على الصحافة الإلكترونية من جهة أخرى ، أضف إلى ذلك تحقيق الجامعة لظفرة واضحة في مجال البحث

* أسماء المحكمين: الأستاذ المشرف بن زروق جمال جامعة سكيكدة ، الأستاذ/دبلة عبد العالي، الأستاذة/جفال سامية جامعة بسكرة

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

العلمي حيث صنعت لنفسها مركزا معتبرا أهلها ولأول مرة في أن تحتل مرتبة مشرفة بين الجامعات الجزائرية ، و العامل الأخير بحكم تواجد الباحثة في الجامعة ، أي المجال المهني الأكاديمي و هذا سيسهل سيرورة البحث ، و سهولة التعامل مع الطلبة و فيما يلي بطاقة فنية حول جامعة محمد خيضر بسكرة:

تقع جامعة محمد خيضر على بعد حوالي 2 كلم عن وسط مدينة بسكرة على الطريق المؤدي إلى مدينة سيدي عقبة ، تضم الجامعة حاليا 6 كليات و هي : كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعية و الحياة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، كلية العلوم و التكنولوجيا ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، كلية الآداب و اللغات ، و يقدر إجمالي عدد الطلبة 29.257 طالبا و حوالي 26.482 مقعدا بيداغوجيا .⁽¹⁾

ب- المجال الزمني: لقد تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة منذ بداية شهر نوفمبر من سنة 2010 ، حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بالموضوع ، استمر ذلك إلى غاية شهر مارس 2011 ، و تزامن تحرير الجانب النظري للدراسة مع الفترة التي تم فيها جمع المادة العلمية ، و اكتمل الشكل النهائي للجانب النظري خلال شهر أبريل 2011.

أما الجانب الميداني للدراسة ، فقد شرعنا في إنجازه في شهر مارس 2011 ، حيث تم إنجاز استمارة الاستبيان و عرضها على المحكمين ، و بعد التعديل تم توزيعها و جمعها خلال أسبوعين متتالين من شهر ماي ، شرعت الباحثة في تفريغ البيانات و تحليلها في شهر جوان ، و استمر ذلك غاية شهر جويلية ، و بعدها تمت كتابة التقرير النهائي للدراسة .

أ-مجتمع الدراسة:

استنادا إلى تحديد مجال الدراسة المكاني والذي يتمثل في الجامعة محمد خيضر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وبالتحديد قسم الإعلام والاتصال ولاية بسكرة ، فإن مجتمع البحث الذي يعرفه " موريس أنجرس على أنه : " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات ، وفي هذه الحالة

¹ -موقع جامعة محمد خيضر بسكرة . [http:// www.univre-biskra.dz](http://www.univre-biskra.dz) ، يوم الزيارة " 2011/01/10 " ، التوقيت:

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

أو تلك نستطيع تحديد مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء" (1)

كما أن مجتمع البحث أو الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، الذي يرغب في تعميم النتائج عليه (2) وعليه فإن مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة يتمثل في جميع طلبة علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، والذين قدر عددهم حسب مصادر رسمية 551 طالبا بجميع مستوياتهم وتخصصاتهم.

ب- عينة الدراسة :

توجد عوامل تحدد حجم العينة منها طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة، موضوع الدراسة ومدى الدقة المطلوبة في النتائج (3) وتعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي (4)

وتمثل العينة نمودجا يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات (5) ولقد لجأت إلى المسح عن طريق العينة بسبب اتساع مجتمع البحث، حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل على كل قراء الصحافة الإلكترونية، ولذلك قمت باختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع البحث ممثلا له في خصائصه، ويسمح في الوقت نفسه بتحقيق أهداف البحث في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة، ونظرا لضخامة المجتمع الأصلي كما أشرت سابقا، واستحالة دراسة كل الوحدات المكونة له

1-موريس أنجرس، منهجية البحث العلم في العلوم الإنسانية. ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، دار القصة الجزائرية، 2004، ص. 298.

2- Mayer;op.cit.p.352.

3-Bardin,Laurence,<<L'analyse de contenu>> , press universitaires de France,2007.p.267.

4 - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي. دار وائل للنشر، ط1999، ص. 91.

5 - عامر إبراهيم قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. دار البازوري، عمان الأردن، 2008، ص. 179.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

حددنا عدد مفردات العينة في إطار التمثيل السليم للمجتمع المبحوث وتحقيق الأهداف البحثية المطلوبة، ونظرا لعدم تجانس وحدات المجتمع الأصلي وتباينها من حيث المعلومات والبيانات المطلوبة، فقد حرصت على أن تكون جميع البيانات المحتملة متضمنة داخل العينة، حرصا على تمثيلها السليم لجميع مفردات المجتمع الأصلي وانطلاقا من افتراض أنني أتعامل مع جمهور خاص متعلم ويملك معلومات عن الصحافة الإلكترونية بحكم الاختصاص يسهل التعامل معه.

وبذلك فإن أنسب عينة لهذه الدراسة هي العينة غير الاحتمالية (القصدية، العمدية) حيث يختار الباحث المفردات بما يخدم أهداف البحث ويتوافق مع متطلباته المنهجية⁽¹⁾ ففي هذه الدراسة تم اختيار فئة الطلبة مستخدمي الانترنت بشكل عمدي لمعرفة اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية، وتم اختيار مفردات العينة من بين الطلبة الذين يدرسون تخصص الإعلام والاتصال سواء وفق النظام الكلاسيكي القديم أو النظام الجديد، نظرا لعدم توفر قائمة كاملة بمجتمع البحث بمعنى مجموع الطلبة الذين يطالعون الصحف الإلكترونية التي تحتوي على طبعات ورقية جزائية أو عربية أو أجنبية، ولعل هذا هو سبب اختياري العمدي للعينة، حتى وإن توفر العدد الإجمالي للطلبة، فهو لا يخدم الدراسة فليس كل الطلبة يطالعون الصحافة الإلكترونية وبذلك تم استخدام عينة من جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال قوامها (228) مفردة وزعت عليها (228) استمارة وتم استرجاع (180) استمارة. استبعدت منها (10) استمارات، وبذلك تكون العينة الحقيقية للدراسة (170) مفرد

عاشرًا - صعوبات الدراسة :

إن من أبرز الصعوبات التي واجهتني في إنجاز هذه الدراسة بشكل عام، ندرة الدراسات العربية و الجزائرية بصفة خاصة في مجالات تطبيقات الانترنت، خاصة إذا تعلق الأمر بدراسة المستخدمين لهذه الوسيلة جمهور الانترنت، و تبدو قلة الدراسات أكثر وضوحا في مجال الصحافة الإلكترونية الأجنبية والعربية، و يبدو هذا الشح العلمي بشكل أكثر تحديدا في قلة الدراسات المتعلقة باتجاهات الجمهور حول التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، و إن وجدت دراسات حول الصحافة

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004، ص.141.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الإلكترونية فهي إما منصبة على المحتوى أي مضامين هذه الصحف ، أو دراسات وصفية لرصد واقع هذه الأخير و أفاقها المستقبلية بالمقارنة مع الصحف التقليدية . و كذا قلة المراجع و الكتب التي تتناول هذه التجربة سواء كان ذلك في المكتبات الجامعية أو في المكتبات الخارجية الأخرى بما فيها الرقمية ، و قد يبرز ذلك في حداثة التجربة ، في دراسة اتجاهات جمهور وسيلة الانترنت نحو الصحافة الإلكترونية ، و الذي يحتاج إلى الدقة و التركيز ، كما أنه و من جانب العينة فإنه في الاستبيانات يصعب تحديد ما إذا كان الطلبة فعلا في تفاعل تام مع الصحف الإلكترونية حتى و إن طالت ساعات تصفحهم للانترنت، فإذا لم يدرك الطلبة و لم يحددوا المعلومات التي يريدونها ، فإن تعاملهم سيكون سطحيًا مع المواقع الإلكترونية و من ثم ما ينشر في الصحف الإلكترونية .

و من الصعوبات كذلك أننا حاولت تطبيق تقنية جديدة في تحليل البيانات من خلال التفرغ الآلي للبيانات SPSS المجموعة الإحصائية الاجتماعية ، هذه الأخيرة على الرغم من المزايا التي توفرها من السرعة و اختصار الجهد و الدقة الكبيرة ، إلا أن الصعوبة تكمن في عامل اللغة خاصة إذا حاول الباحث بنفسه الاستعانة بهذه الأداة الإحصائية في العلوم الإنسانية ، و التي يتقنها الرياضيون ذلك أن كل الجهد سيكون في محاولة ترجمة القيم و المتغيرات حتى يسهل التعامل معها ، كما أن هذه الأداة حديثة بالنسبة للباحثين في العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

أولاً: المدخل الوظيفي

إن مفهوم الوظيفة يهتم بتحليل العلاقة بين النظام ككل و الوحدات المكونة لهذا النظام ، و قد تناولته كل من العلوم البيولوجية و الاجتماعية و السلوكية ، اعتمدت عليه في تحليل الوظائف التكاملية التي ينهض بها هذا النظام (1) و لقد استعار علماء الاجتماع مفهوم الوظيفة من لغة علم الأحياء و من لغة المنظمات (2) وكان " إميل دوركايم" من بين مؤسسي علم الاجتماع الأكثر ارتباطاً بالوظيفة ، إذ كثيراً ما استخدم مماثلات بيولوجية التي كان أشهرها " المماثلة العضوية " التي بمقتضاها اعتبر المجتمع كيانا عضوياً يعمل كل جزء من مكوناته على المحافظة على الأجزاء الأخرى، تماماً كما تعمل أجزاء الجسم للمحافظة على بعضها البعض و على الجسد ككل (3).

و يتضمن مفهوم الوظيفة في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات و الوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية ، حيث تمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة مثل : الاستهلاك، نقل الأخبار ، و الترفية ، سواء أكان ذلك على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام ، و تتم ممارسة هذه الأنشطة داخل بناء مثل النظام الليبرالي أو النظام الشمولي ، و ينتج عن ممارسة هذه الأنشطة مجموعة من الوظائف أي الآثار، و منها الآثار المرغوبة و منها الآثار غير المرغوبة فمثلاً : يؤدي تقديم وسائل الإعلام للأخبار إلى زيادة معلومات الأفراد و مراقبة البيئة و تحقيق الترابط الاجتماعي و نقل التراث الحضاري من جيل لآخر ، و من جهة أخرى يؤدي عرض الأخبار إلى زيادة القلق و الاضطرابات لدى الأفراد و هو ما يطلق عليه مصطلح " الاختلال الوظيفي " (4).

1- جمال أبو شنب ، نظريات الاتصال و الإعلام . دار المعرفة الجامعية ، 2008 ، ص. 98.

2- ريو دون وف بويكو ، المعجم النقدي لعلم الاجتماع . ترجمة سليم حداد ، مجد للدراسات و التوزيع ط2، بيروت ، لبنان ، 2007 ، ص. 602.

3- مجدي عزيز إبراهيم ، موسوعة المعارف التربوية . عالم الكتب ، القاهرة ، 2006 ، ص.ص. 34 - 31 .

4- جمال أبو شنب ، مرجع سبق ذكره ، ص.ص. 98 ، 99.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

إذن فالتحليل الوظيفي يركز على البناء المجتمعي ، و كيفية عمل الوحدات داخل النظام العام ، و يمكن النظر إلى النظام العام على نطاق واسع باعتبار المجتمع هو النظام الشامل أو على مستوى ضيق بحيث تكون الوسيلة الإعلامية و محتواها و جمهورها هي النظام العام ، وفي كلتا الحالتين يربط التحليل الوظيفي بين التفاعلات التي تحدث فيما بين وحدات النظام و أثر هذه التفاعلات على النظام ككل ، حيث يسعى التحليل الوظيفي إلى فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي و الاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام و ديناميكيته ، و يتم تحليل نشاط الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام العام و صيانتها ، و يعتبر دور الوحدات " وظيفيا " إذا كان يساعد على استقرار النظام و حفظ توازنه ، بينما يحدث ، "الاختلال الوظيفي " إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام و يعوق تقدمه (1).

إن وسائل الإعلام تتدرج ضمن النموذج العام من النظام الاجتماعي ، و من الطبيعي أن يمثل التمويل الشرط الأساسي لهذا النظام ، إذ أن معظم مكونات نظام وسائل الإعلام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها ، و من أجل الحصول على المال فإنهم يعتمدون على الجمهور ، و إذا لم تكن قراراتهم لصالح الاهتمام بالجمهور و الشراء و ما أشبه ذلك مما يثير إعجاب الجمهور ، فإن نظام الوسيلة الإعلامية قد يعاني من إجهاد شديد يجعله ينهار في النهاية ، و لذلك يختار القائمون على الوسيلة الإعلامية الذي تعمل وفق النظام التجاري تقديم المحتوى الترفيهي الذي يشبع أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور و يقنعهم بشراء السلع و الخدمات المعلن عنها ، و كذلك المحتوى الترفيهي الذي يبدو أنه قادرا على جذب أكبر عدد من أفراد الجمهور ، و هو ذلك المحتوى الهابط الأكثر درامية ، و نظرا لأن الهدف الأساسي لوسائل الإعلام التجاري هو تحقيق الربح الاقتصادي فإن الجنس و العنف و أي محتوى آخر يثير الاهتمام ، حتى و إن كان متسما - بالذوق الهابط- سوف يؤدي إلى زيادة عدد الجمهور الذي يشاهد الإعلانات ، و بالتالي يحقق أهداف النظام (2).

¹-مرزوق عبد الحكم العادلي ، الإعلانات الصحفية : دراسة في الاستخدامات و الإشباعات. دار الفجر للنشر و

التوزيع ، ط1، القاهرة ، 2004 ، ص.ص. 99 ، 100.

²- جمال أبو شنب ، مرجع سبق ذكره ، ص. 103.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و في ضوء التحليل الوظيفي يمكن أن نتناول الصحافة الإلكترونية بوصفها وسيلة من وسائل الإعلام المرتبطة بالانترنت ، فيمكن أن نسقط قول " ديفلوروكيتش " على تحليل علاقة الاعتماد الثنائية بين الصحافة الإلكترونية و باقي النظم الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية يرى : " أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل ، فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث " (1).

فعلاقة الجمهور بالصحافة الإلكترونية في إطارها الاجتماعي علاقة تبادلية فتعمل الصحف الإلكترونية على تدعيم القيم الاجتماعية و الدينية داخل المجتمع الواحد ، باعتبارها مصدرا مهما للأخبار خاصة إذا تعلق الأمر بجمهور الانترنت الذي استطاع أن يتحدى معوق الأمية الرقمية حيث تفتح الصحافة الإلكترونية أفقا بارزة لتعلم المستحدثات في المجالات المختلفة ، حيث تساهم الصحافة الإلكترونية في الارتقاء بالمجتمع فهي تتميز بالعصرية و سرعة نشر المعلومة ، أما في مجال النظم السياسية فهي مجال واسع لغرس القيم و المعايير السياسية و دعمها مثل الحرية و المساواة و احترام القانون و التصويت ، و أبرز وظيفة تحققها الصحافة الإلكترونية كبناء مميز في المجتمع هي حرية نشر و تلقي المعلومة و مساهمة الجمهور في المضامين التي تقدمها هذه الصحف على اعتبار أن الصحافة الإلكترونية تحقق التفاعلية .

أما من ناحية النظام الاقتصادي ، فإن للإعلانات الإلكترونية عن طريق هذه الصحف دور في بناء العلاقة بين المنتجين و البائعين و المستهلكين و دعمها من خلال المستهلكين بالمنتجات المطروحة ، و استثارة السلوك الشرائي لدى الجمهور المستهدف . (2)

فيقول ديفلور: " إن الممول و الموزع ، و المخرج و هيئة البحث يرتبط بوكالات الإعلان التي تقدم بدورها أفكار أو حزمات معينة يقوم الممول بدفع ثمنها أولا " (3).

1- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير . عالم الكتب ، ط3، القاهرة ، 2004 ، ص. 203.

2 - المرجع السابق نفسه ، ص. 141.

3 - ميلفين ديفلور وساندرا بول روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام . ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1993 ، ص. 201.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ثانياً- مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة :

يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع ما يدرك من قبل الفرد على أنه جديد ، وكما يقول " روجرز" فإن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغيير الاجتماعي سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه ، و لأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساساً على الاتصال المباشر و غير المباشر يمكن أن يقال إن التغيير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال ، فالتغيير الاجتماعي عملية منظمة تتم بواسطة تغيير بنية و وظائف النظام الاجتماعي و تمر عملية التغيير الاجتماعي بثلاثة مراحل :

- مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديداً أو مختلفاً .
 - مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء الجديد (المستحدث) لأفراد النظام الاجتماعي.
 - مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما من قبول المستحدث أو رفضه و المرحلة الأخيرة هي التي تحدد حدوث التغيير الاجتماعي أم لا و بغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث، فإنه يمكن تصنيف النتائج التي تظهر في الفئات التالية:
- 1- نتائج وظيفية أو غير وظيفية، و هذا الأمر يعتمد على كون المستحدث المراد نشره في النظام الاجتماعي، قد لقي قبولا أو لا.
- 2- نتائج مباشرة و غير مباشرة، و هذا الأمر يعتمد على كون التغيير الاجتماعي حدث، نتيجة الاستجابة الفورية للمستحدث، أو نتيجة للآثار التي نجمت عن المستحدث.⁽¹⁾

- 3- نتائج ظاهرة و نتائج كامنة، و تعتمد على كون المستحدث مدركاً و مقصوداً من قبل أفراد النظام الاجتماعي أم لا .
- و تتحدد عملية نشر الأفكار المستحدثة بأنها عملية تداول الاتصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة، و خلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي.
- بينما تتحدد عملية تبني المستحدثات بوجه عام، بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد منذ علمه بالابتكار و حتى تبنيه له، و تمر هذه العملية بخمس مراحل رئيسية هي :

¹ -رضا عبد الواحد أمين ، الصحافة الإلكترونية . دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة، 2007، ص 48،49.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

Arwareness	مرحلة الوعي بالفكرة
Interest	مرحلة الاهتمام
Evaluation	مرحلة التقييم
Trial	مرحلة التجريب
(1) Adoption	مرحلة التبني

و توجد عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام ، منها ما يتعلق بالمستحدث نفسه و منها ما يتعلق بالفرد :

أ: عوامل ترتبط بالشيء المستحدث:

* الفائدة النسبية Relative Avantage:

و هي درجة إدراك الفرد المستحدث بأنه أفضل و أنفع من الأفكار السابقة و يمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها: العوامل الاقتصادية ، المكانة الاجتماعية الملائمة ، و إرضاء الأفراد ، و من الملاحظ أنه كلما زادت عملية إدراك الفرد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه .

* الملائمة Compatibility :

و هي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه و خبراته السابقة و كذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث ، و المستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة ، و في هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائر في المجتمع ، و هو أمر يتطلب الكثير من الجهد .

* التعقيد Complexity (2) :

فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد ، كلما كانت عملية انتشارها و كذلك تبنيها أسرع و أفضل ، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر ، و من مرحلة عمرية لأخرى ، فاستخدام الكمبيوتر و تصفح مواقع شبكة الويب مثلا يتطلب بعض المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب و قد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسة على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة .

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره ، ص. 49.

² - المرجع السابق نفسه ، ص. 50.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

* إمكانية التجريب Trialifity :

كلما توافر للمستحدث إمكانية التجريب - و لو على مستوى محدود - كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر ، و بصفة عامة فإن المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد ، لاسيما و أن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها .

و في ضوء ما سبق يمكن فهم سبب ما أشارت إليه بعض الدراسات حول عدم ترحيب عدد كبير من مستخدمي الصحف الإلكترونية بوجود إجراءات سابقة قبل تصفحهم الصحيفة ، حيث تطلب بعض مواقع الصحف أن يقوم المستخدم بتسجيل بياناته الشخصية في أول مرة لاستخدامها بينما تقصر صحف أخرى بعض خدماتها على المشتركين فيها ، كما توجد بعض الصحف التي لا تتيح الإطلاع على محتواها إلا نظير اشتراك مالي .

* التكلفة Cost:

و هي أحد الأبعاد الداخلية في تكوين الميزة النسبية ، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر تصبح عملية تبنيه تبدو أبطأ مما لو كان المستحدث المراد تبنيه يتطلب اتفاقاً أقل ، و من هنا كان لانخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر ، و انخفاض تكلفة الدخول على شبكة الويب أثر كبير في ظهور الصحف الإلكترونية ، و تطورها.⁽¹⁾

* الفعل الجماعي Collective Action

تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني بشكل فردي ، غير أن بعض المستحدثات تتطلب اتخاذ قرار على المستوى الجماعي .
و يشير الباحثون إلى أنه ينبغي التركيز على بعض الخصائص تبعا للمرحلة التي تمر بها عملية التبني :

ففي مرحلة الإدراك و المعرفة يجب التركيز على خاصيتي البساطة والملائمة و في مرحلة الإقناع يجب التركيز على خاصيتي الفائدة النسبية و وضوح الآثار و النتائج .
أما في مرحلة اتخاذ القرار فيجب التركيز على إبراز خاصية إمكانية التجريب .

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره ، ص.50.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ب: عوامل ترتبط بالفرد :

مدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث و الاستفادة منه، من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته و ثقته بها ، و إيمانه بقدرته على تبني المستحدث و استخدامه لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث و الاستفادة منه (1).

*الدافعية الوقتية Statues incentives : هي من أقوى العوامل النفسية نحو تبني المستحدثات، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات ، سواء كانت أفكارا جديدة أو آليات جديدة ، أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء ، و عندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث ، فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تنخفض و يبدوون في البحث عن مستحدثات جديدة و هكذا .

*قيم و معتقدات الفرد و تصوراته الخاصة :

حيث تحدد القيم و المعتقدات أنماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع ، و هي كذلك مقاييس و إرشادات لأفراد المجتمع لإتباع السلوك المسموح به ، و قد أثبتت البحوث و التجارب التي أجريت أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير ، قد تقف حائلا دون انتشار بعض الأفكار الجديدة ، و قد يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية و يمكن تصور أن هذه القيم و المعايير تدرج في مقياس نموذجي بين التقليد و الحداثة ، و المعايير الحديثة وفقا لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد و التطور و التغيير ، و لهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده ، هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاهه الإيجابي نحو التغيير ، و وجود التطور التكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة ، و انتشار العلاقات المنطقية ، و الانفتاح على الخارج ، و التساهل في دخول الأفكار الجديدة ، و القدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم ، و هو ما يعرف بالقدرة على التقمص الوجداني. (2)

1 - رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 51.

2- المرجع السابق نفسه ، ص 53.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و تتوافر لدى بعض الأفراد قدرة التأثير على اتجاهات و سلوكيات الآخرين يسمون بقيادة الرأي ، النخبة ، الصفوة . و هم يمثلون نمطا من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع ، و يكتسبون مصداقية الرأي و السلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد . كما توجد شريحة أخرى في المجتمع لا تقل أهمية عن النخبة أو الصفوة ، قد تساهم إلى حد بعيد في اتخاذ القرارات و تمثل القيادة على مستوى محيطها نظرا لتمتعها ببعض الخصائص منها :

- 1- القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة و مصادر المعلومات .
- 2- التمتع بمستوى تعليمي مرتفع غالبا ، غير أنه يمكن التغاضي عن هذه الميزة في بعض الأحيان .
- 3- القدرة على التعليق و إبداء الرأي و التمتع بروح تجديدية و على ابتكار الأفكار الجديدة .
- 4- تعتبر شريحة الطلبة الجامعيين الأكثر احتكاكا بالانترنت و الوسائل التكنولوجية الحديثة بحكم أن البحث العلمي يفرض الإطلاع على مصادر معلومات متجددة وفي ضوء ذلك، يمكن إدراك أهمية دراسة جمهور الطلبة الجامعيين و علاقتهم بالصحافة الإلكترونية كنموذج مستحدث أتاحت ظروف تطبيقات التكنولوجيا الحديثة عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت.

ثالثا: نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

أ- تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات ومراحل ظهورها:

يعتبر مدخل الاستخدامات و الإشباعات من المداخل التي انبثقت عن التحليل الوظيفي الذي يهتم بتحليل العلاقة بين النظام ككل و الوحدات المكونة لهذا النظام (1) فالمنظور الوظيفي من النظريات المتعلقة بالسير العام للمجتمع و مسلمته الأساسية هي النظر إلى المجتمع ، على أنه " كل تنظيمي " تفسر مختلف عناصره بالوظيفة التي تؤديها فيه ، و هو يهتم بالطريقة التي تؤثر بها بعض الظواهر في سير النظام الاجتماعي .(2)

1- جمال أبوشنب ، مرجع سبق ذكره ، ص. 98.

2 - لارامي و برنارد فالليه ، البحث في الاتصال : عناصر منهجية . ترجمة ميلود سفاري و آخرون ، مخبر علم إجتماع الاتصال ، جامعة قسنطينة ، 2006، ص. 70.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

و قد حاول متبنى مدخل الاستخدامات و الإشباعات اعتماد النموذج الوظيفي بطريقة متميزة ، تمزج النظرية الوظيفية بنظرية الدوافع ، ونتيجة لذلك جاء محتوى مدخل الاستخدامات و الإشباعات طرحا لتصور تفسيري يجمع بين الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جهة و دوافع الأفراد أثناء التعرض إليها من جهة ثانية .⁽¹⁾

إن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة و الاتجاه و السلوك⁽²⁾ بينما جاء هذا المدخل لي طرح التساؤل : ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟⁽³⁾ و تنظر هذه النظرية إلى العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور بشكل مختلف ، بناء على هذه النظرية ليست وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها ، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام، لذلك ترى نظرية الاستخدامات و الإشباع أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية ، لإشباع رغبات معينة لديه ، قد تكون الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي ، أو حتى تحديد الهوية .⁽⁴⁾ و على سبيل المثال : الشخص الميال للعنف و المغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف و المطارقات ، المرأة التي لديها نزعة تحرر و تمرد على القيم تجد ذاتها و راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج الذي يتبنى مثل هذا التوجه ، و هذا مما يشعرها أنها ليست وحدها في ممارسة هذا السلوك مما يدعم التوجه لديها أكثر فأكثر .

و تعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات و الإشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال ، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل

¹- ميلفين ديفلير ، وسانرا بول روكيتش ، مرجع سبق ذكره ، ص. 210.

²- رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص. 33.

3 -Mattelart (Arruand)et (Michelle), **Histoire des Throries de la communication** , paris . 1995 , la 33 dicouverte ,P. 87..

⁴- محمد عبد الرحمان الحضيف ، كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ (دراسة في النظرية و الأساليب) . مكتبة العبيكان ، ط2،السعودية ، 1998، ص. 26.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الاتصال ، و من هنا يظهر مصطلح (الاستخدامات) ، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال ، و من هنا يظهر مصطلح (الإشباع) (1) كما أن المدخل يفترض بأن إشباع الحاجات لا يتم فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية معينة ، بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة ، فقد يفضل الفرد الاستماع إلى الراديو وحيدا ، و قد يفضل مشاهدة التلفزيون مع أفراد العائلة ، و في ظروف معينة قد يفضل قراءة الجريدة (2) إن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يقدم مجموعة من المفاهيم و الشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام و الاتصال أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية (3).

و مفهوم الاستعمال في الإعلام فلقد جاء تحت عنوان : "الاستعمال و الإشباع" و هو مجال بحث جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟ حيث كثف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط بين طلبات و دوافع الجمهور و بين تأثيرات وسائل الاتصال. (4)

و قد نشأ مدخل الاستخدامات و الإشباع على يد "إياهو كاتز" كبديل لدراسات التأثير المباشر لوسائل الإعلام التي أثبتت فشلها، و هناك عاملان رئيسيان ساهما في ظهور هذه النظرية ، و هما : (5)

1- معارضة علماء الاتصال افتراض التأثيرات المباشرة القوية لوسائل الإعلام ، لاسيما بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية في الأربعينيات من القرن العشرين ، و التي ثبت خلالها أن دور الإعلام كان ضعيفا .

1 - رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 33.

2 - مي العبد الله، نظريات الاتصال . النهضة العربية ، ط1، بيروت ، لبنان، 2006 ، ص. 208.

3 - المرجع السابق نفسه ، ص. 279.

4 - فضيل دليو ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 ، ص.36.

5 - مرزوق عبد الحكم العادلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 111

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

2-توصل علماء الاتصال إلى بنود جديدة فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام على الجمهور مما أدى إلى ظهور هذا المدخل الذي ينظر إلى مضمون وسائل الإعلام ، طبقا للوظائف التي تؤديها للأفراد.

إن تطور الجانب النظري لنظرية الاستخدامات و الإشباعات ،قد بدأ بعد دراسات رائدة تم استنتاجها خلال استخدام الناس لمحتوى الإعلام و وسائله ، و ذلك عقب الحرب العالمية الثانية ، حيث تركزت تلك الدراسات حول المحتوى الترفيهي في الراديو ، إلا أن تطور هذه النظرية كان بطيئا نظرا لتأثير عاملين أساسيين ، و المتمثلين في افتقار بحوث الاستخدامات و الإشباعات في مراحلها الأولى إلى افتراضات نظرية ، و كذلك سيطرة اتجاهات بحوث التأثير على دراسات الاتصال الجماهيري قبل و بعد الحرب العالمية الثانية ، حيث لم تحظ دراسات الاستخدام و الإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام كاف (1).

و قد طرح "إياهو كاتز" ELIHU KATZ مدخل الاستخدامات و الإشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "بيرلسون" BERNARD BERLSON بموت حقل أبحاث الإعلام ، حيث قال بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات . إذا استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟(2).

و أظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور ، و اقترح Katz التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية ؟

و قد مرت بحوث الاستخدامات و الإشباعات في تطورها بثلاث مراحل أساسية هي :
- **المرحلة الأولى** : و تمتد خلال الأربعينات من القرن الماضي ، و ذلك من خلال دراسات " لازار سفيلد " و " ستانتون " Lazarsfeld et Stamton (3) و عقبها دراسة، " هيرتا هيرزوج " HER Zog . H في سنة 1941. استنقت فيها 2500 مستمع ، و توصلت إلى أن إشباع المستمعين من المسلسلات يختلف باختلاف الجنس ، إذ كانت النساء أكثر استماعا لهذه المسلسلات ، و كذلك باختلاف الظروف الشخصية

1 -مرزوق عبد الحكم العادلي مرجع سبق ذكره،ص.111.

2 -رضا عبد الواحد أمين،مرجع سبق ذكره،ص.34.

3-مرزوق عبد الحكم العادلي،مرجع سبق ذكره،ص112

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ومشاكلها ، كما تم التوصل أيضا إلى أن الإشباعات المحصلة تشمل الإشباعات العاطفية بالإضافة إلى المتعة ، كما تم التوصل إلى أن المسلسلات تعتبر مصدرا لتقديم النصيحة بخصوص مشكلات الحياة اليومية لاسيما بالنسبة للنساء الأقل تعليما و الأكثر قلقا (1) .

بالإضافة إلى دراسة "بيرلسون" التي أجراها سنة 1945 ، حيث أنتهز فرصة توقف ثنائي صحف محلية عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع ، ليدرس أثر غياب هذه الصحف على السيرورة العادية للحياة اليومية لسكان المدينة ، و قد توصل "بيرلسون" إلى أن هذه الصحف كانت تؤدي وظائف متعددة تشبع احتياجات بعض الناس، و من بين هذه الوظائف أنها كانت مصدر للحصول على المعلومات حول الأحداث الروتينية، و أنها وسيلة للحياة اليومية و لها وظيفة أخرى هي إضفاء مكانة رهيبة على الأشخاص الذين يجتهدون للإطلاع على الأحداث الجارية عندما يعتبر المجتمع أنه من الضروري الحصول على المعلومات حول الأحداث.(2)

و أيضا دراسات "ساشمان" SUCHMAN حول نمو اهتمام الأطفال بالمواد الهزلية ، و قد اعتمدت تلك الدراسات الرائدة في مجال الاستخدامات و الإشباعات على توجيه الأسئلة المفتوحة للمبحوثين و لم تحاول التعرف على العلاقات النفسية و الاجتماعية ، و دوافع التعرض لوسائل الإعلام و التفريق بينهما و بين الإشباعات الناتجة عن التعرض ، و ذلك لأنها كانت في طور النشأة و كانت تفتقر للجانب النظري .

المرحلة الثانية : تمتد هذه المرحلة على مدى عقدي الخمسينات و الستينات و في هذه المرحلة اهتمت الدراسات بالمتغيرات النفسية و الاجتماعية باعتبار أن لها دورا مؤثرا في الاستخدامات و الإشباعات ، و من أهم هذه الدراسات دراسة "شرام" و "لابل" ،بركو" 1961 حول تأثير استخدامات الأطفال للتلفزيون في نواحي عديدة منها :

المقدرة الذهنية ، العلاقة مع الأقران ، الرغبة في التسلية ، و كذلك الرغبة في محاكاة الكبار ، بالإضافة إلى دراسة "وينتروب" حول استخدام المراهقين للراديو ، حيث

1 -Lendrevie (jaque) et Brochan (Bernard) , publicitor Dalloz , paris , 2001

2 -Wright (charles) , Analyse fonctionnaliste et communication de masse , in Balle (français) ; sociologie de l'information : text fondamantaux larousse , paris ,1973 , p.p.53,56.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من الإشباعات مثل تضيئة الوقت ، معرفة ما يحدث في البيئة ، و زيادة المعلومات (1)

كما طرح نموذج عام 1951 "Riely and Riely" الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق الإشباعات متباينة وتطور مفهوم الاستخدامات و الإشباعات من خلال دراسة " كاتز و بلوم " Katz et Blumes عام 1969 للانتخابات العامة البريطانية لسنة 1964 و التعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية (2).

و قد اتسمت بحوث الاستخدامات و الإشباعات في هذه المرحلة بالربط بين الصفات النفسية و الاجتماعية للجمهور و استخدامات وسائل الإعلام .

المرحلة الثالثة : تعود بدايات هذه المرحلة إلى أوائل السبعينات و هي تعد مرحلة النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات و الإشباعات ، و ذلك من خلال الاستفادة من بحوث "كلاير" التي اهتمت بالربط بين دوافع و توقعات الجمهور ، و بين الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ، و ذلك للتوصل إلى فهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري .

و من أبرز دراسات هذه المرحلة دراسة كل من " روز نجرين" و "ونداهل " عام 1972 و التي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل : التعويض ، التجارب البديلة ، التفسير و التواجد مع المحتوى ، و كذلك دراسة "جرينبرج " سنة 1974 GREEN BERZ حول دوافع التعرض للتلفزيون و أيضا دراسة "روبن" RUBIN 1979 لدوافع استخدام الأطفال المراهقين للتلفزيون (3) ، و في عام 1974 حدد كل من KATZ ، GURVTH و Blumes اختصاص مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالأصول النفسية و الاجتماعية للاحتياجات و التوقعات من وسائل الاتصال و المصادر الأخرى ، و بالتالي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض

¹- مرزوق عبد الحكم العادلي ، مرجع سابق ، ص 113.

²- رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 34 .

³- مرزوق عبد الحكم العادلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 113.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

للسيلة ، و الاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات و الإشباعات ، إضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها⁽¹⁾.

و خلال الثمينيات تطورت أبحاث الاستخدامات و الإشباعات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة Ricomini, Bryant et Zillman و Stafford ، حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للسيلة و التعرض لها في حالة توافق الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها . إن التطور المستمر في نظرية الاستخدامات و الإشباعات دفع "رونجرين" و زملاؤه إلى القول بأنها دخلت مرحلة جديدة ، تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء و الاختيار، و بدأت نظرية الاستخدامات و الإشباعات تحظى بنصيب وافر من الاهتمام ، نظرا لتركيزها على الفرد كمتلقى نشط لرسائل الاتصال و أيضا لأنها لا تكتفي بقياس حجم التعرض لوسائل الإعلام بل تتعدى ذلك إلى مرحلة الاهتمام بما يحصل عليه الأفراد نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام و هو ما يعني دراسة تفضيل مضمونها من وجهة نظر الجمهور⁽²⁾

ب-فروض مدخل الاستخدامات و الإشباعات :

يقوم مدخل الاستخدامات و الإشباعات على فرض أساسي مؤداه أن هناك علاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع و حاجات الأفراد من جهة ، و تعرض الفرد للمحتوى و الإشباع المنتظر من جهة ثانية ، فوسائل الإعلام تلبي العديد من الحاجات (فهي تعلم ، تتقف ، ترفه ... إلخ) و التي قد تحقق للجمهور إشباعا ، و قد لا تحقق⁽³⁾.

و يرى "كاتز" و زملاؤه أن مدخل الاستخدامات و الإشباعات يعتمد على خمسة فروض رئيسية هي :

1- إن المتلقي (المستخدم) عنصر فعال في استخدام وسائل الإعلام و يمكن تفسير الاستخدام كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها حيث أن المتلقي يتوقع أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام بعضا من أشكال إرضاء الحاجة لديه ، مثل

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص.40.

² - مرزوق عبد الحكم العادلي ، مرجع سبق ذكره ، ص. 113.

3 - Louise (jean), la communication de la transmission a la relation. 3ème edition , debock universite , Bruxelles , 2007, p.50.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الحاجة إلى الاسترخاء و إلى قضاء وقت الفراغ و الترفيه ، أو الحاجة إلى المعلومات حول السلع و الخدمات (1)

2-ترجع المبادرة للمستخدم (المتلقي) في ربط إرضاء حاجاته باختياره للوسيلة المناسبة (2) حيث تختلف كل وسيلة إعلامية في تحقيق الإشباعات لمستخدميها عن استخدام التلفزيون أو الجريدة .

3-تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإرضاء الحاجات و إشباعها لدى الجمهور ، و لذلك ينبغي أن تأخذ وسائل الاتصال في حسابها وجود بدائل أخرى تقليدية ، تنافسها في إشباع الحاجات مثل : اللعب ، مشاهدة مباراة كرة القدم ، اللقاءات الاجتماعية ، السهرات العائلية ، الرحلات إلخ(3)

4-إن المتلقين لديهم الوعي الذاتي و المقدرة بكفاءة على تسجيل اهتماماتهم ، و دوافعهم ، أو على الأقل لملاحظاتها عندما يسألون عنها بصيغة سهلة و مفهومة ، و بالتالي فإن كثير من البيانات حول أهداف استخدام وسائل الاتصال الجماهيري يمكن استنتاجها من معلومات نستمدتها من الأفراد أنفسهم .

5-إن إصدار أحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري مثل : تأثيره على الثقافة الجماهيرية ، تشكيل الوعي عند الجمهور يجب أن تؤجل ، بينما تكون توجهات الجمهور هي موضوع الاستكشاف من خلال أنفسهم (4) و يحقق مدخل الاستخدامات و الإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية :

1-محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل و المضامين التي تشبع احتياجاته .

2-شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام و الإشباعات المتحققة من هذا التعرض و التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف عملية الاتصال الجماهيري .

1- برهان شاي ، مدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته . الكندي ، الأردن ، 2003 ، ص. 31.

2 - فضيل دليو ، الاتصال : مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله . دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة ، 2003 ، ص. 31 .

3 - برهان شاي ، مرجع سبق ذكره ، ص. 173 .

4-مي العيد الله ، نظريات الاتصال ، مرجع سبق ذكره، ص. 281 .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ج- محاور دراسة مدخل الاستخدامات و الإشباعات :

يرتكز مدخل الاستخدامات و الإشباعات على خمسة عناصر أساسية تمثل محور المدخل و هي كالآتي :

ج/1: افتراض الجمهور النشط :

فالجمهور وفقا لهذا المدخل شريك إيجابي في عملية الاتصال ، و يختار بوعي الاتصال الذي يرغب في التعرض له ، و كذلك نوع المحتوى الذي يشبع ما لديه من حاجات نفسية و اجتماعية ، حيث يؤكد باحثو الاستخدامات و الإشباعات أن أفراد الجمهور إيجابيون و نشطون ، و ليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام (1) كما أن مفهوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهور يختار ما يتعرض له من وسائل و رسائل إعلامية ، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطاره تلك الرسائل فالجمهور يفسر ما يتلقاه من رسائل في ضوء ما لديه من خبرات و استعدادات سابقة و علاقات اجتماعية و إطار دلالي ، ثم في ضوء مدى توافق هذه الرسائل أو تعارضها مع ما لديه من اتجاهات و معتقدات و قيم و آراء (2) .

كما أن مفهوم الجمهور النشط أظهر بعدا أكثر حيوية و ديناميكية ، و هو أن الجماهير ليست متجانسة في قراءتها للنص الاتصالي ، و أنه لا يوجد معنى كوني مطلق للنص حتى و إن كانت هناك إيديولوجية مهيمنة عليه (3) و تشير الدراسات التي أجريت مؤخرا في استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى نشاط وافر و مقنع للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الإيجابية لهذا الجمهور ، و مزيد من القوة التي يكتسبها من خلال الإمكانيات الهائلة التي تتيحها له تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، و التي أتاحت له احتكار الدول لوسائل الإعلام و سيطرتها على مصادر المعلومات ، و وضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الإعلامية ، فمن خلال البريد الإلكتروني و القنوات الفضائية و الانترنت ، و غيرها أمكن للكثيرين الحصول على كثير من المعلومات و الآراء ، التي ربما تكون قد حضرت بشكل رسمي في دولهم

1- مرزوق عبد الحكم العادلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 114 .

2- رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص. 37 .

3- أسماء حسين حافظ،تكنولوجيا الاتصال والإعلام التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي و الرقمي ، الدار العربية للنشر و التوزيع ، 2005 ، ص. 187 .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ولهذا يقول Gamley "إن الأفراد أمكنهم في إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، و يستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها و لم تصمم من أجلها"⁽¹⁾ .

و يقسم الباحثون نشاط و إيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات :

(1) : الانتقائية Selectivity و هي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال .

(2) : الاستغراق و الاندماج Involvement أثناء التعرض لوسائل الاتصال .

(3) : الإيجابية بعد التعرض لوسائل الاتصال ، و تشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض ، و الاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية.

ج/2: الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام :

و يعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده و تفاعله مع بيئته الاجتماعية ، و من خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها ، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي ، و الملاحظة أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها ⁽²⁾ .

ج/3: دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام :

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية و الاجتماعية ، و تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال ⁽³⁾ .

و قد اعتبر "كاتز" و زملاءه أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين ، و قاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة ، و ذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية و النفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي :

¹ -رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص. 38 .

² -المرجع السابق نفسه ، ص.ص. 38 ، 39 .

³ -سوزان القليني ، الاتصال : وسائله و نظرياته .دار النهضة العربية، القاهرة ، 1998 ، ص.ص. 184 ، 185 .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- الحاجات المعرفية : اكتساب المعلومات ، المعرفة ، الفهم .
- الحاجات العاطفية : العواطف ، الاستماع ، الخبرة ، الجمالية .
- الحاجة للتكامل الشخصي : تدعيم المصداقية ، الثقة ، الاستقرار .
- الحاجة للتكامل الاجتماعي : تقوية الروابط مع الأسرة و الأصدقاء .
- الحاجة لتخفيض التوتر : الهروب و الترفيه .

ج/4 : التوقعات من وسائل الإعلام (1)

تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية و الاجتماعية للأفراد ، كما تعد التوقعات سبب في عملية التعرض لوسائل الاتصال . و لعل أحد الاتجاهات لتطور فهم تأثير دوافع جمهور وسائل الاتصال للتعرض لتلك الوسائل يمكن أن نجده في نظرية القيمة المتوقعة مع ربطها بنموذج الاستخدامات و الإشباعات ، و تفترض نظرية القيمة المتوقعة أن سلوك الإنسان يحكمه إدراك الشخص للاحتمالات المختلفة و القيمة التي قد تتحقق نتيجة السلوك ، و تمثل هذه النظرية حكما عاما في نظرية الاستخدامات و الإشباعات ، ففي حالة إغفال عناصر البناء الاجتماعي ، فإن التعرض لوسائل الاتصال ينتج من بحث الأفراد عن النتائج ذات القيمة والتي تجعلهم يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة أو لرسائل خاصة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها، والتي يلتصقون فيها لإشباع حاجاتهم ويمكن أن تساعد نظرية القيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهور والمؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال، وذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض لوسائل الاتصال ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد. (2)

ج/5: التعرض لوسائل الاتصال:

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباعات أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباعات.

¹ - حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة . الدار المصرية اللبنانية ، ط1، القاهرة ، 2003 ، ص.244.

² - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص.42.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

وتتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للانترنت فيما يلي:

-استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، حيث كشفت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام 1995 أن 90% من مستخدمي الانترنت يكتفون بعمليات تصفح واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة.

-البحث عن المعلومات حيث أظهرت إحدى الدراسات أن 73% من مستخدمي الانترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة.

-الاستمتاع والتسلية حيث تبين أن 57% من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية، يساعدهم وجود العديد من المواقع الترفيهية التي تعرض مواد فكاهية، أو مسابقات، وغير ذلك من أشكال المواد الخفيفة.(1)

-الاتصال بالآخرين حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الانترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد، من واحد إلى مجموعة، من مجموعة إلى مجموعة) وتوجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الانترنت، سواء في الأنشطة البحثية والعلمية أو في مجالات الاتصالات الشخصية والاجتماعية.

-تحقيق الوجود الافتراضي وهو من الإشباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر، وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها.(2)

د-الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

لقد تعرض مدخل الاستخدامات و الإشباعات إلى مجموعة من الانتقادات وهذا بالنظر إلى المعلومات القليلة التي قدمها حول احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام حيث لم يتطرق المدخل إلى الأسباب الحقيقية التي تدفع الفرد إلى اختيار نوع الرسالة الإعلامية خاصة الأسباب الذاتية وينتقد بعض الباحثين مدخل الاستخدامات و الإشباعات لكونه أعاد صياغة نظريات أخرى كنظرية الفروق الفردية ونظرية التأثير الانتقائي(3)، بالإضافة إلى أن المدخل يعد إستراتيجية لجميع المعلومات من

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² -المرجع السابق نفسه، ص.44.

³ - ملفين دفلير، ساندرابول روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص.267..

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الرسالة الإعلامية، فضلا عن الاختلافات التي تتخلل تحديد المصطلحات والمفاهيم المكونة لمدخل الاستخدامات و الإشباعات مثل مفهوم الحاجات Needs (1). ومن أهم الانتقادات التي وجهت للمدخل نجد:

-يتبنى مدخل الاستخدامات و الإشباعات مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية بسبب اختلاف التعريفات.

-تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فسيولوجية واجتماعية ونفسية بحيث تختلف أهميتها من فرد إلى آخر، ومن أجل تحقيق هذه الحاجات تتعدد طرق وأنماط التعرض لوسائل الاتصال واختيار محتوياتها.

-يعتبر مدخل الاستخدامات و الإشباعات ، استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام استخدام هادف ومقصود، لكن هناك من يرى أن استخدام الوسيلة الإعلامية يكون غير هادف في أحيان أخرى.

-تعتمد البحوث التي تستند على نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى الدور الوظيفي لوسائل الاتصال من منظور فردي، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر (2).

-يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات أولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفة Function فهو يمكن أن يستخدم بمعنى هدف Purpose أو نتيجة consequence أو مطلب Requirement أو توقع Expectation (3).

-أن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب، وإنما تعمل أيضا نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع.

¹-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص.291.

²-محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال نظريات التأثير. الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص.262.

³-رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص.45..

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- أن المداخل الوظيفية تكون معنية بتكريس الوضع القائم، والتنكر للتغيير الاجتماعي.
- صعوبة قياس الحاجات Needs مما يجعل عملية استنتاج الإشباعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام.

- الميل الشديد إلى الفردية في المنهج والمفاهيم، وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل.

- عزل العملية الاتصالية عن العمليات الاجتماعية الأخرى، وهو ما يجعل المدخل على درجة عالية من التجريد، حيث أن دراسة استخدام الفرد لوسائل الإعلام لا يقتصر على الحالة العقلية فحسب، بل هناك عوامل أخرى تدخل في هذه الدراسة مثل الوظيفة الاجتماعية للأفراد والمستوى التعليمي.

من جانب آخر يرى بعض الباحثين أن النتائج المتمخضة عن تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات قد تتخذ كذريعة لإنتاج المحتوى الهابط عندما يتعلق الأمر بتلبية حاجات الأفراد في ميدان التسلية والهروب من الذات(1).

-ويطرح تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات العديد من التساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام، إذ يتداخل عامل الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو محتواها من كثافة التعرض والاستخدام(2).

-يواجه المدخل عدد من الصعوبات من خلال التطورات المتسارعة لوسائل الاتصال الرقمية، بسبب تناول الباحثين الذين يعتمدون على هذا المدخل للمفاهيم النظرية الحديثة في التعامل مع التكنولوجيات الجديدة، وهو ما يؤدي إلى عدم فهم العلاقة بين الفرد وهذه التكنولوجيات بصفة معمقة ودقيقة.

ه-الرد على الانتقادات:يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدامات و الإشباعات في ردهم على الانتقادات الموجهة إليه، أن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الاتصال، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغيرات في

¹-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص.292.

²- ميلفين دفلير، مرجع سبق ذكره، ص.268.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

سلوكيات أفراد الجمهور تجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أنه يتغير نوعها ومضمونها(1).

-ويرى البعض أن هذه التغيرات المتبادلة في سلوك الأفراد، ومحتويات وسائل الاتصال يعود بالدرجة الأولى إلى الاختلاف الذي قد يحدث بين الإشباع التي تحققها وسائل الاتصال، وبين الإشباع التي يرغب الفرد في تحقيقها، حيث لا بد من مراعاة التطور الذي تعرفه وسائل الاتصال، والذي تقابله تغيرات في حياة الأفراد سواء على المستوى السيكولوجي، أو الاجتماعي أو الاقتصادي(2).

بالإضافة إلى ذلك، فإن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدامات و الإشباع فقط، وإنما هي عوائق تقف أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي تتسم سلوكياته بالتغير وعدم الثبات.

الفصل الثالث: الدراسات السابقة.

تملك الدراسات السابقة و المشابهة أهمية بالغة ، ذلك لأنها تساعد الباحث على ضبط فرضيات الدراسة ، انطلاقا من النتائج التي توصل إليها الباحثون في هذه الدراسات.

قام الباحث من خلال مسح التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة (اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية) بتقسيم الدراسات التي حصل عليها إلى أربع محاور، وذلك بناء على عناصر العلمية الاتصالية (-مرسل-رسالة- مستقبل-وسيلة-) وتوعدت هذه الدراسات بين الدراسات المشابهة والمتطابقة مع موضوع الدراسة، وبين الدراسات المحلية والعربية والأجنبية كالأتي:

أولاً: من حيث الوسيلة

محور الدراسات الخاصة بالصحف الإلكترونية والانترنت بوصفهما وسيلة اتصال حديثة.

¹- حمدي حسين، وظائف الاتصال الجماهيري: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص.34.

²- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص.46.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

01- دراسة عبد المالك ردمان الدناني: بعنوان: " الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت دراسة لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلام "(1).

وتتمحور مشكلة هذه الدراسة حول تسليط الضوء على خدمات وأهداف الانترنت واستخداماتها الإعلامية.

ولقد اتبع الباحث المنهج المسحي في بحثه ، اعتمد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات لغرض الكشف عن وظيفة الانترنت الإعلامية وطبيعة استخداماتها ومدى الاستفادة منها. وتم توزيعها على عينة قصديه شملت الإعلاميين المتعاملين مع الانترنت في وسائل الإعلام اليمنية الخاضعة لمتطلبات البحث وقد أسفرت الدراسة عن النتائج الآتية:

- تلعب الانترنت دور لا يستهان به في عملية نقل وسائل الإعلام المقروءة وفي توصيل المعلومات للرأي العام العربي والعالمي ،من مصادرها وتخطب المواطنين مباشرة بلغتهم .

- يلعب العائق المادي دورا كبيرا في عامل الإقبال على استخدام الانترنت بشكل واسع، نظرا لارتفاع تكاليف الاشتراك و الاستخدام يجمع الإعلاميون المستخدمون للانترنت في وسائل الإعلام اليمنية على وجود خدمات متعددة يمكن أن تستفيد منها وسائل إعلامهم في إنجاز أعمالهم الصحفية(2)

2- دراسة قامت بها المنظمة الإعلامية الفرنسية (Hop scotch) منظمة مجلس العلاقات العامة وإستراتيجيات الإعلام،بعنوان: وسائل الإعلام والتكنولوجيات الجديدة(3) أجريت هذه الدراسة في الفترة الممتدة من شهر ماي إلي غاية شهر جوان 2003 حول 108 صحفي فرنسي بغرض الكشف عن مدى تعامل الصحفيين الفرنسيين مع أدوات التكنولوجيا الجديدة وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: أوضحت الدراسة تطورا ملحوظا في التعامل مع الانترنت ، حيث أصبحت هذه الأخيرة من المصادر المميزة في الحصول على المعلومة إذ هناك سبعة صحفيين من بين عشرة يستعملونها في البحث عن معلوماتهم.

¹ - عبد المالك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت . دار الرتب الجامعية ، بيروت ،لبنان، 2001.

² - المرجع السابق نفسه.

2- Hopscotch , Les médias et les nouvelles technologies: [http://www.Artesi.idf.com/public/article."10/12/2010](http://www.Artesi.idf.com/public/article.)".

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الانترنت هي المصدر المفضل في البحث عبر الويب لإيجاد معلومات حول مواضيع محددة والبحث عن أفكار لكتابة المقالات ، أما مصادر المعلومات المفضلة لديهم فنجد " محركات البحث ، مواقع المؤسسات الإعلامية" يستخدم الصحفيون الفرنسيون الشبكة لأكثر من عشرة ساعات أسبوعيا ، و 91% منهم يترددون عليها أكثر من مرة في اليوم. بينت الدراسة بأن واحد من اثنين من الصحفيين الفرنسيين يمتلك ثلاثة عناوين إلكترونية على شبكة الانترنت أو أكثر من "40%" منهم يستخدمون خدمات المحادثة المباشرة ، كما أن نسبة 80% من الصحفيين مسجلين في خدمة القوائم البريدية ، كما أن ما نسبته 6% من المبحوثين لهم ارتباط بشبكة الانترنت من هواتفهم المحمولة.

أوضحت الدراسة أن أغلبية الصحفيين الفرنسيين يجيدون استخدام التكنولوجيا في عملهم حيث يطلق عليهم "LES TECHNOHILES" نظرا لكون 95% منهم أكدوا بأن عملهم اليومي أصبح منتجا أكثر بفضل التكنولوجيات الجديدة ، كما أن نسبة 88% منهم صرحوا بأن عملهم تحسن بفضل استخدام التكنولوجيا الجديدة وقال 86% من الصحفيين بأنهم يحبون هذه التكنولوجيا .

3- دراسة بعنوان الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل للباحثة بلعاليأ يمينة، بجامعة الجزائر العاصمة قسم الإعلام (1).

وهي عبارة عن دراسة نظرية قامت الباحثة من خلالها بعرض مسيرة تطور الصحافة الورقية في العالم والصعوبات والتحديات التي واجهتها ، وكذلك تناول مسيرة الصحافة الورقية في الجزائر من خلال تبيان الصعوبات والتحديات الداخلية والخارجية التي واجهتها ، ثم انتقلت إلى عرض التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في مجال الاتصال والإعلام ، ومدى استفادة الجزائر من هذا التطور في مجال الصحافة والإعلام وبعدها سلطت الضوء على الصحافة الإلكترونية ، في العالم والعوامل التي ساعدتها على التقدم والتطور ، ثم عرجت إلى تجربة الجزائر في الصحافة الإلكترونية ومدى تقدمها في هذا المجال ، وقد اعتمدت الباحثة في عرض موضوعها على المنهج الوصفي التحليلي وقد خلصت في النهاية إلى النتائج الآتية :

¹ -يمينة بلعاليأ، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل.مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، أبريل 2006.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- تغير التصنيف القديم لوسائل الإعلام من مكتوبة وسمعية ومرئية إلى نوع رابع وهو الإلكترونية .

- وتعد الصحافة الإلكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تحقق بفكرة النشر الإلكتروني الذي بدوره يتجسد من خلال الانترنت كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة وأصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي ،لم تربط شبكة الانترنت العالم بعضه البعض فقط بل أنشأت معها وسيلة إعلامية جديدة لازالت القضايا والرهانات المتعلقة بها واضحة المعالم خاصة الجانب القانوني منها في تحديد أصولها التشريعية من جهة، وحماية الصحفي ومنشوره من جهة أخرى.

- ألقى ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم مشاكل كثيرة متعلقة بالصحافة المكتوبة وهي مشاكل الطباعة ، التوزيع ، توزيع الإشهار، والتي كانت إحدى وسائل الضغط الممارسة من قبل السلطة السياسية ، ونجحت العديد من التجارب في تخطي هذه الأعباء المالية والفنية من خلال تعويض وظيفتي الطبع والتوزيع والنشر الإلكتروني .

- تسبب ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم في خلق رهان كبير بينها وبين الصحافة المكتوبة، من حيث طبيعة العلاقة بينهما ،والتي تتأرجح بين من يلغي الصحافة المكتوبة ويعتبر الإلكترونية بديلا لها ، وبين من يجعلها علاقة تكاملية ، وآخرين لم يتبنوا موقفا بعد تجاهها (1)

- دخول الصحافة الإلكترونية إلى الجزائر كان عبارة عن حتمية فرضها الغزو التكنولوجي لوسائل الاتصال في العالم ، فتجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر متزامنة بشكل جد قريب مع تجربة الصحافة المكتوبة الوطنية ،التي مازالت تعد بالكثير صعوبة تحديد عدد ونوع الصحف الإلكترونية الجزائرية لعدم وجود جهاز أو هيئة تجيد التحكم في عملية سيرها وتقدم معلومات عنها ، خاصة وإذا علمنا أن صحفنا الإلكترونية لا تستلزم بالضرورة استعمال اسم ميدان مشترك كما هو معروف " DZ " بل تستعمل تسميات أسماء ميادين مختلفة وغالبا " Com " ، والتي تستعملها الصحف الوطنية المكتوبة بسبب أنها رخيصة الأثمان ، وأحيانا أخرى تقدم عروض مجانية ، مما يصعب ضبطها كميا وعمليا وأخلاقيا ، لذلك نجد أن غالبية الصحف الإلكترونية الجزائرية الناشطة في صحف تابعة لجمعيات مختلفة ، لها نشاطات متنوعة وتعتمد

¹ - يمينة بلعاليا ،مرجع سبق ذكره.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

على المواقع الإلكترونية في التعريف بنفسها والتقرب من المواطنين بتقديم معلومات وأخبار مختلفة حتى تحقق فكرة الاتصال و التواصل.

- ضعف مصداقية الصحف الإلكترونية لدى القارئ الجزائري بسبب عدم وثوقه في مصادر المعلومات ، وبسبب كذلك مشاكل حماية الملكية الفكرية والصحفي الإلكتروني في ظلها ، لذلك نلاحظ مثلا لجوء صحيفة مثل صحيفة " le Souk " إلى الطبعة الورقية لتساعدها من جهة على التعريف بالجريدة ودورها ، ومن جهة أخرى لتحقيق ربح مالي ولو كان ضعيف لأغراض إنسانية مثلما هو الحال مع هذه الجريدة، لازال قطاع الاتصالات في بلدنا يعرف الكثير من التأخر خاصة في قطاع الهاتف الثابت ، بسبب ضعف شبكته من جهة وغلائها من جهة أخرى ، كما أن أبواب الاستثمار في هذا القطاع لازالت تعرف نوع من البطيء .

- تعرف الصحف الوطنية المكتوبة تراجع من حيث النشر الإلكتروني بسبب مديونيتها للمزودين بالانترنت المحليين ، بسبب عدم دفع المستحقات المالية المتعلقة بالإيواء الشبكي ، وهذا ما حدث مع "جريدة اليوم" بمديونية تجاه الممول بـ 20 مليون سنتيم مما أدى إلى توقفها في 2005/06/12 ، وهناك عدد كبير من أمثلة هذه الجريدة الذين بدعوا يتركون مواقعهم الإلكترونية ، بالرغم من عدم غلاء تكلفة إنشاء موقع على الانترنت لاسيما في ظل انفتاح سوق الانترنت أمام المزودين الخواص المحليين والأجانب .

- غياب المورد المالي عن الصحف الإلكترونية بسبب هشاشة النظام المصرفي والبنكي ،الذي لا يشجع على الاستثمارات الأجنبية بسبب عدم تطوره من ناحية إدخال التكنولوجيا الحديثة عالمه .

- فلازالت أفاق دخول التجارة الإلكترونية في بلادنا بعيدة، ولازالت التعاملات التجارية تتم بصورة تقليدية ، لهذا يبقى المعلنين بعيدين عن الاعتماد على الدعاية الإلكترونية التي لازال جمهورها المستهدف لم ينتبه إلى أهميتها .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

ثانيا: من حيث القائم بالاتصال

محور الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية .

1-دراسة السيد بخيت بعنوان : استخدام القائمين بالاتصال في الصحافة العربية

للاتترنت" دراسة ميدانية بالصحف المصرية والإماراتية " (1).

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية والكشفية ، حيث تسعى لاستطلاع الخصائص الصحفية للاتترنت والتعرف على واقع استخدامات الانترنت في المجال الصحفي في العالم العربي، كما تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي ترصد وتحلل طبيعة استخدامات الانترنت صحفيا ، وتكشف عن العوامل المؤثرة في هذه الاستخدامات. أما المنهج المتبع فهو منهج المسح وقد تم تطبيق صحيفة للاستبيان الخاصة بالدراسة على " 55 صحفيا " عربيا يعملون في دولتي مصر والإمارات العربية .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :

- بالرغم من وجود مواقع للصحف العربية على الانترنت ، فإنه لا يوجد تشجيع كاف داخل المؤسسات الصحفية العربية على استخدام الانترنت من قبل الصحفيين، كما أنه لا تزال معارف الصحفيين بالانترنت متوسطة وأقل من متوسطة وهذا ما يعني حسب الباحث أن هذه الصحف تستخدم مواقعها كمنفذ آخر للبروز الإعلامي أكثر منه وسيلة لتطوير قدرات صحفييها تكنولوجيا على الاستخدام الصحفي للاتترنت .

- كما أوضحت الدراسة قصر مدة استخدام الصحفيين للاتترنت ، حيث يصف معظمهم بأنه متوسط ، كما أن عدد الساعات التي يقضونها أمام شبكة الانترنت محدود ، وتتركز معظم اهتماماتهم حول البحث عن المعلومات والإطلاع على الأخبار الجديدة ، وقراءة الصحف والمجلات ، وهي استخدامات عامة وغير متخصصة ، حيث غابت وقلت نسبة استخدامهم لإمكانيات عديدة متوفرة على الشبكة .

- كما بينت نتائج الدراسة أن استفادة الصحفيين من الانترنت تركزت غالبا في الحصول على الأخبار أولا بأول وكذلك المعلومات والتعرف على الجديد في عالم التكنولوجيا.

1 - السيد بخيت ، الصحافة والانترنت . العربي للنشر والتوزيع، ط1 ، القاهرة ، 2000 ، ص .ص.52.32.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

- كما أثبتت الدراسة وجود توجه إيجابي لدى الصحفيين العرب إزاء الانترنت، حيث يعتبرها مفيدة صحفياً وتوفر مزايا صحفية عديدة للصحف والصحفيين، وإن وجدت فجوة بين تصور الصحفيين عن الانترنت وبين الاستخدامات الفعلية لها من قبلهم ، فبينما تغلب لديهم التقييمات الإيجابية عن الانترنت ، فإن جملة استفادتهم منها واستخدامهم لها، لا تتفق كثيراً مع هذه التوجهات وهو ما يعكس قلة ممارسة الصحفيين العرب للاستخدامات الصحفية للانترنت من جهة .

2- دراسة الباحث عبد الحفيظ النهاري بعنوان : " الصحافة الإلكترونية السياسية اليمينية والفضاء العمومي : مقارنة الاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006 " (1).

تضمن البحث مقارنة ظاهرة الصحافة الإلكترونية السياسية اليمينية كفضاء عمومي جديد بأبعادها: الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والاتصالية والثقافية ، حيث تميز البحث بجدة الظاهرة وأهمية ما تنتجه من ظواهر وعلاقات وممارسات في المجتمع اليميني .

وتحور البحث حول مدى تشكيل الصحافة الإلكترونية في اليمن لفضاء عمومي جديد يتوفر على حرية التعبير والرأي، ويساهم في توفير بعض الشروط الأساسية لإثراء النقاش العام حول القضايا المحلية.

واختار الباحث في الجزء التطبيقي للبحث عينة ممثلة لأطراف العملية الاتصالية تكونت من : الفاعلين الاتصاليين السياسيين الإلكترونيين ، من رؤساء ومدراء تحرير الصحف الإلكترونية والفنيين فيها ، وفئة ما أطلق عليه - الجمهور الخاص - من طلبة المستوى الرابع بقسم العلوم السياسية ، كلية التجارة والاقتصاد جامعة صنعاء ، ثم فئة الجمهور العام من رواد مقاهي الانترنت العمومية بالعاصمة صنعاء ، وهي عينة ذات صلة مباشرة بالرسالة محل البحث الصحافة الإلكترونية .
وتوصل الباحث إلى النتائج التالية :

- على المستوى الاجتماعي،الاقتصادي والثقافي: أظهرت النتائج أن الواقع الاقتصادي والتعليمي والمعرفي المتدني بالرغم من إعاقته لنمو الاتصال الإلكتروني

¹ - عبد الحفيظ النهاري ، الصحافة الإلكترونية السياسية اليمينية والفضاء العمومي : مقارنة الاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006. مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة تونس ، 2006 .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

إلا أنه لا يلغى نمو الأخير بالتوازي مع مجالات التنمية المحلية الأخرى، وحاجة المجتمع إلى مثل هذا النوع من الاتصال بغرض مساعدته على تحقيق النمو والتقدم - على المستوى الاتصالي: سعى الفاعلون الاتصاليون إلى تحقيق اتصال أسرع و أفق اتصال أوسع ، ومهنيًا يسعون إلى الاستفادة من مميزات الانترنت وتقنياتها والتخفيف من تعقيدات الإصدار الورقي وتجاوز المعوقات الجغرافية والطبيعية والمادية في التوزيع الصحفي المادي.

- على المستوى السياسي : أكد البحث التلازم العضوي بين الفضاء السياسي المحلي وبين نمو الفضاء الصحفي الإلكتروني السياسي ، وحرية الرأي والتعبير فيه كمساند لما توفره طبيعة الوسيلة والفضاء الإلكتروني الجديد ، وحرية الرأي والتعبير .
وفي العملية الاتصالية الإلكترونية الانتخابية استطاعت الصحافة الإلكترونية تحقيق الاتصال بالجمهور الخارجي والاتصال بالخبذة القادرة على النفاذ إليها في الداخل، ومن ثم التأثير النسبي من خلال هذه الخبذة - قادة الرأي - على الجمهور الناخبين بالاتصال على مرحلتين أو بإعادة نشر ما هو إلكتروني في الصحافة الورقية .

ثالثًا: من حيث الشكل والمضمون

محور الدراسات التي تناولت مضمون وشكل الصحف الإلكترونية

1- دراسة للباحثة نجوى عبد السلام فهمي بعنوان : التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية (1) سنة 2001 .

حاولت الباحثة من خلال استخدام مفهوم التفاعلية وضع توصيف للمواقع الإخبارية العربية ومدى استغلالها لإمكانات التفاعلية ،من عينة عشوائية من المواقع الإخبارية العربية ، سواء التابعة لصحف مطبوعة أو محطات إذاعية أو شركات تعمل في مجال الانترنت بلغ عددها 45 موقعًا إخباريًا .

وأشارت نتائج الدراسة التحليلية لهذه المواقع إلى ظاهرة لازالت مسيطرة على الصحافة الإلكترونية العربية ، وهي عدم الاستغلال الكامل للإمكانات التي تتيحها الصورة الرقمية ، فغالبيتها الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي ، بل تكتفي بنشر آراء ووجهات نظر محرريها دون الاهتمام بآراء جمهور

1- نجوى عبد السلام فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

القراء في المادة الخبرية المنشورة ، في حين كانت المواقع الإخبارية التابعة لشركات تعمل في مجال الانترنت أكثر اهتماما بأراء المترددين عليها.

- كما أشارت نتائج الدراسة أيضا إلى عدم حرص الصحف الإلكترونية .

العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء . لذا نجدها لا تحرص على إتاحة عناوين البريد الإلكتروني لمحرريها.

- واقترحت الدراسة مجموعة من التوصيات التي تستهدف تدارك بعض السلبيات التي تعوق الاستغلال لإمكانات التفاعلية التي تتيحها الانترنت:

- عدم التعامل مع الصحيفة الإلكترونية كوسيلة لإعادة نشر مضمون النسخة المطبوعة نفسها.

- ضرورة العمل على خلق مجتمع متجانس بين المترددين على الصحيفة الإلكترونية يستطيع مناقشة قضايا المهمة وطرح آرائه بحرية كاملة .

- ضرورة الاهتمام بتخصيص كوادر صحفية مدربة على التفاعل مع الجمهور .

- العمل على إعادة صياغة المادة الخبرية بما يتيح استغلال إمكانات النص الفائق .

2-دراسة للباحث ماجد سالم تربان بعنوان: " الصحافة الإلكترونية الفلسطينية " (1)نيل درجة الدكتوراه في الصحافة الإلكترونية جامعة القاهرة .

حاول الباحث تناول مضمون المواد الصحفية المنشورة على المواقع الإلكترونية وأولويات عرضه ، وتفرد له للصحف والمجلات الإلكترونية الفلسطينية وكذلك التعرف على مدى التزام الصحف الإلكترونية بالسماوات المميزة للصحافة الإلكترونية ، والتعرف على شكل المواقع ، ومدى استفادتها من العناصر البنائية التي توفرها شبكة الانترنت ، ومن تكنولوجيا النشر الحديثة في ضوء السماوات الاتصالية التي تتيحها شبكة الانترنت إضافة إلى، التعرف على صفات القائم بالاتصال في هذه الصحافة ومدى فاعليته في إنجاح موقعه الإلكتروني، من خلال التعرف على سياسة النشر الإلكتروني للمواقع ، والمشاكل الفنية التي تواجه القائمين عليها، وما العائد المادي الذي يتحقق منها ، وذلك للوقوف على مدى نجاح هذه الصحافة في ضوء خصوصيتها التي تمثل في حد ذاتها إشكالية حقيقية .

¹ -ماجذ سالم تربان ،الصحافة الإلكترونية الفلسطينية.رسالة دكتوراه في الصحافة الإلكترونية ،جامعة القاهرة

،منشورة على الرابط التالي: <http://w.w.alwatanvoie.com/arabic/news/2008/12/27>

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المقارنة ومن المناهج البحثية المستخدمة : منهج المسح الإعلامي من خلال عدة أساليب هي : مسح الوسيلة الإعلامية ، مسح المحتوى ، مسح أساليب الممارسة ، بالإضافة للمنهج المقارن ، واعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون زائد الاستبيان والمقابلة المقننة ، وغير المقننة .

ومن أهم النتائج التي توصل إليها :

- أن الصحف الإلكترونية الفلسطينية تتعامل مع مواقعها على شبكة الانترنت كوسيلة لإعادة نشر ما تصدره الصحف المطبوعة، دون الاستفادة من إمكانيات النشر الفوري في تطوير الصحف الإلكترونية.

أشارت بيانات الدراسة إلى أن غالبية الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث المواد المنشورة في مواقعها في صباح اليوم التالي وذلك بنسبة 100 % ، أي بعد الانتهاء من طباعة النسخة الورقية ، وقد اقتصرت دورية التحديث للأخبار على مدار اليوم عدة مرات بنسبة 17,4 %، وكشفت الدراسة أن أعلى نسبة للخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية جاءت في فئة خدمات أخرى وذلك بنسبة 82,6 % ، وتمثلت تلك الخدمات في الوظائف الشاغرة ، ودليل المواقع ، وسجل الزوار ، والنشرة البريدية ، والأخبار العاجلة المجانية وعدد المتواجدين بينت نتائج الدراسة أن أولى الخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحف الإلكترونية هي خدمة البريد الإلكتروني (100 %).

3- دراسة للباحثة ريم فتحية قدوري بعنوان: "دراسة التفاعلية في الصحافة

الإلكترونية العربية" (1) رسالة ماجستير في علوم للإعلام و الاتصال، تونس.

وتعد هذه الدراسة من الحقول الإعلامية الاتصالية الحديثة نسبيا ، وهي التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية وتركز الدراسة على نموذج الصحف الإلكترونية يتسم بكونه إخباريا وكونه مرتبطا إداريا ووظيفيا ومهنيا بصحيفة الشروق اليومي الإخبارية ، كما أن هذه الدراسة تبرز خصائص التفاعلية وأهميتها كأداة تواصل وحوار ومشاركة في المجتمعات المعاصرة إذ تمثل التفاعلية عنصر جذب لمختلف الأفكار والآراء والاتجاهات تحقيقا لقيم التفاهم والحوار والمشاركة والتكافل من أجل خدمة مقاصد الرسالة الإعلامية والاتصالية .وتتنمي هذه الدراسة للدراسات للاستكشافية الاستطلاعية ، حيث اعتمدت

¹ - فتحة قدوري ، دراسة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية . يوم الزيارة: "2010 / 11 / 09"

<http://www.arabmediastudies.net/index.php>

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

على المنهج الكيفي الذي استخدمت فيه الملاحظة المباشرة والمقابلة الموجهة كأدوات لجمع المعلومات .

ثم تحليل مضمون المقابلات، وتحليل مضمون عينة من المواقع أي موقع صحيفة الشروق.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة أنه يمكن اعتبار أن الجمهور أصبح يقبل على الصحافة الإلكترونية بشكل متعاطف، ويتفاعل معها رغم انخفاض مقاييس التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة مع الصحافة الإلكترونية العالمية. كما ساهمت أدوات التفاعلية ووسائلها في رواج محتوى الصحافة الإلكترونية ورسائلها ، وهذا ما يؤكد أيضاً تنامي عدد متصفحي مواقع الصحافة الإلكترونية في العالم .

يمكن اعتبار التفاعلية في الصحافة الإلكترونية إحدى الأدوات التي غيرت العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل ، وجعلت المنتج والمستهلك يتبادلان الأدوار في أحيان كثيرة ، كما أن العملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية العربية لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب .

رابعاً: من حيث الجمهور

محور الدراسات التي تناولت الصحافة الإلكترونية من ناحية الجمهور .

1- دراسة للباحث خالد معالي بعنوان: " الصحافة الإلكترونية عززت أسس التنمية السياسية لدى الفلسطينيين " (1)

خلصت هذه الدراسة والتي أعدها الكاتب الصحفي الفلسطيني خالد معالي من مدينة "سلفيت" بالضفة الغربية إلى نتيجة مفادها أن الصحافة الإلكترونية ساهمت في تقوية وتعزيز أسس التنمية السياسية الفلسطينية ، وأن لها تأثيرات عميقة في مجال التنشئة السياسية وبناء وتشكيل الرأي العام حول مختلف القضايا وعملية التغيير السياسي وبين استطلاع للرأي شملته الدراسة أن 91 % من طلبة جامعة النجاح الوطنية يعتبرون أن الصحافة الإلكترونية ساهمت برفع درجة الوعي السياسي لديهم . واستغرق إعداد البحث قرابة سنتين بسبب عدم وجود مراجع وندرة الدراسات السابقة

1 - خالد معالي، الصحافة الإلكترونية عززت أسس التنمية السياسية لدى الفلسطينيين

يوم الزيارة: "2009 / 10 / 31 . " http : // www . arabs 48 . com / display . X ? cid .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

حول الموضوع ، حيث أكد الباحث معالي أنه اضطر إلى الاستعانة بالمقابلات و الإستبانة وترجمة بعض الكتب باللغة الإنجليزية لإنجاز رسالة الماجستير فقد بينت عينة عشوائية أخذت من جامعة النجاح الوطنية ، تتكون من 100 طالب وطالبة، أن ما نسبته 96 % من الطلاب والطالبات يستخدمون الانترنت ، وأن 36 % منهم يستخدمونه بشكل متواصل ، 47 % يستخدمونه بعض الشيء ، و 13 % نادرا ، 4 % لا يستخدمونه .

كما بينت أن 86 % من المستطلعة آراؤهم يتابعون المواقع والنشرات السياسية والتي هي في الغالب تكون عبر الصحافة الإلكترونية للمواقع الحزبية وأن 20% منهم يتابعون المواقع والنشرات السياسية بشكل مستمر، و 36 % وأجابوا أحيانا 30% نادرا و 14% لا يتابعون النشرات السياسية.

وتشير هذه النتيجة إلى أن فئة الطلبة لديها اهتمام كبير بالأمر السياسي، والمواقع التي تبرز ذلك وهي المواقع الحزبية في الغالب، مما يشكل تعبئة كبيرة وتقوية لا يستهان بها للوعي السياسي لديهم ، ويمكن إرجاع هذه النسبة الكبيرة من الطلاب الذين يتابعون النشرات السياسية لخصوصية وجود الاحتلال ، وما يقتضيها الواقع السياسي الفلسطيني من حراك سياسي يومي وأني .

وأجاب 30% من الطلاب والطالبات في السؤال الثالث أنهم يتابعون المواقع الحزبية ، وأن 32 % يتابعون المواقع التحليلية ، و 38 % يتابعون البرامج الوثائقية ، وهذا يشير إلى أن ثلث الطلبة يهتمون بمعرفة وجهة نظر الأحزاب العاملة على الساحة الفلسطينية حول مختلف المستجدات ، وتغذية عقولهم وفكرهم بكل شيء جديد حول ذلك ، خاصة أن هناك كل يوم ما هو جديد من قبل الأحزاب الفلسطينية بما يفصل القضية الفلسطينية . كما أوضحت العينة كذلك أن القضية الفلسطينية حصلت على نسبة 61 % من متابعتهم ، وأن 20 % من متابعات العينة توجهت نحو القضايا العربية والإسلامية ، و 6 % أبدوا اهتمامهم بقضايا البيئة والمرأة ، و 13 % اهتموا بقضايا التطور العلمي والتقني ، وهم بالأرجح منهم الكليات العلمية ، كان مفاجئا للباحث ضعف الاهتمام من قبل العينة بقضايا المرأة والبيئة .

وتشير هذه النتائج أيضا إلى تلازم وترابط القضية الفلسطينية مع محيطها العربي والإسلامي فتصويت 20% من العينة، وهم من طلبة فلسطين تحديدا بأنهم يتابعون

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

القضايا العربية والإسلامية، يؤكد عمق الروابط والهم المشترك مع المحيط العربي والإسلامي، وأن الشبكة تساهم في ذلك وأجاب 96% من العينة على السؤال الخامس أن الشبكة تساهم في بنائهم المعرفي و 46% تساهم بشكل كبير في ذلك، و 45% أجابوا أنها تساهم بعض الشيء و 5% أجابوا قليلا و 4% أجابوا بلا.

ويمكن اعتبار هذه المعطيات مؤشرا قويا على أن المعرفة كونها أحد عوامل التغيير السياسي. لم تعد مقتصرة في وسائل الإعلام الأخرى كالسابق، بل تسيد وتربع الانترنت عليها جميعا في البناء المعرفي، وسبق من قبله من الوسائل في ذلك.

وفيما يتعلق بالسؤال السادس فقد أجاب 81% من أفراد العينة أن حرية الإطلاع في مواقع الانترنت متوفرة أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، حيث إن نسبة 36% أجابوا أنها متوفرة كثيرا و 45% منهم بعض الشيء، و 15% أجابوا قليلا، و 4% أجابوا بلا.

وهذا يشير إلى الحرية الواسعة التي تتمتع بها الانترنت، وأن الرقابة تكاد تكون غير موجودة على الشبكة الإلكترونية، مما يعجل في تسارع ورفع سقف الحريات في المجتمع الفلسطيني ويعجل في عملية التغيير السياسي والتي هي بدورها أحد أسس التنمية السياسية في أي مجتمع.

السؤال الأخير والذي هو الأكثر أهمية في الإستبانة أجاب 91% من العينة أن الشبكة رفعت من وعيهم السياسي، ومنهم 46% أجاب أنه رفعته بشكل كبير و 45% بعض الشيء و 5% قليلا و 4% أنها لم تساهم في وعيهم السياسي، وهي نسبة عادية حيث إنه من الممكن أن نجد من لا يعرف أو من لا يريد استخدام الشبكة.

تشير نتائج السؤال السابع الأهم من بين الأسئلة والأخير في الإستبانة إلى مدى أهمية الدور الذي تلعبه الشبكة الإلكترونية، وخاصة الصحافة الإلكترونية كجزء منها في عملية تشكيل ورفع منسوب الوعي السياسي لدى الطلاب، ومدى اهتمامهم بالقضايا السياسية الحياتية المحيطة بهم، وهذا ما يؤكد ضرورة زيادة الاهتمام بالشبكة من قبل صناع القرار والسياسيين للتعجيل بفضح وتعرية وزوال الاحتلال.

2- دراسة للباحث الدكتور علي عبد الرحمان عوض بعنوان: استخدامات الصحافة

المطبوعة و الإلكترونية في مجال متابعة الأخبار (الوسط الطلابي نموذجا).

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

دراسة منشورة في موقع البوابة العربية لعلوم الإعلام و الاتصال ، و تمت الدراسة الميدانية على عينة من طلبة الدراسات الإعلامية بكلية الاتصال جامعة الشارقة 2009-2010⁽¹⁾

و تتمثل الإشكالية الرئيسية للدراسة في تحليل أنماط الاستهلاك المستجدة لوسائل الإعلام الجماهيري من خلال تحليل متغيرات و أساليب التفضيل عند قراءة الأخبار والتعرف على مدى انتشار استخدام الانترنت كمصدر أساسي للأخبار و تنطلق الدراسة من الفرضيات التالية :

*تتيح الصحافة الإلكترونية حيزا من الحرية أكبر من ذلك المتوفر للصحافة المطبوعة

*الصحافة الإلكترونية أكثر مقروئية من الصحافة المطبوعة .

*الصحافة المطبوعة توفر قاعدة متنوعة في المادة الإخبارية أكثر مما هو متوفر في الصحافة الإلكترونية

*السرعة في إيصال الخبر من أهم عناصر التفضيل للصحافة الإلكترونية .

و بالنسبة لأنسب منهج استعان به الباحث لإتمام دراسته هو المنهج الوصفي ، بتقسيماته المختلفة كونه يرصد الحالة خلال جمع البيانات و المعلومات و تحليله و تفسيرها و استخلاص الدلالات للوصول إلى نتائج علمية تدعمها الأدلة، يمكن الاستناد إليها كنتائج مدعمة بأدلة بحثية صلبة . و فيما يتعلق بعينة الدراسة على اعتبار أن الباحث اعتمد على طريقة الدراسات المسحية كإحدى طرق المنهج الوصفي من خلال مستوى المسح : المنهج الوصفي التفسيري ، فإن المسح تم بالعينة حيث تمثلت العينة في طلاب و طالبات كلية الاتصال على اختلاف مستوياتهم العلمية (السنوات الدراسية) و تنوع تخصصاتهم ، و ذلك على نظام عينة الحصاة العشوائية ، حيث وزعت الاستبيانات على 170 مفردة بحيث تم تحليل 140 إستبانة.

ومن أبرز النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة مايلي :

يرى 38% من العينة أن الصحافة الإلكترونية أكثر في تناول القضايا بالمقارنة مع الصحافة الورقية ، في حيث قرر 31% منهم لا يجدون أن الصحافة الإلكترونية

¹ - علي عبد الرحمن عوض ، استخدامات الصحافة المطبوعة و الإلكترونية في مجال متابعة الأخبار

http:// arabrmediastudies.net. يوم الزيارة: 2010/08/22، التوقيت: 14:30.

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

أكثر حرية بينما قرر 30% من العينة بأنه لا فرق بين الصحافة الورقية و المواقع الصحفية على النت .

يرى 56.5% من أفراد العينة بأن الجانب المادي (ثمن الصحيفة)، يؤثر في عملية تفضيل الصحافة الإلكترونية على الورقية ، بينما قرر 41% منهم بأن الجانب المادي فعلا يؤثر على قرار عدم شراء الصحيفة و تفضيل النسخ الإلكترونية . أكدت النتائج أن حوالي 44% من العينة تستخدم مواقع محطات تلفزيونية على الانترنت للحصول على الأخبار (الجزيرة ، العربية ، أبو ظبي) ، بحيث أكد 25% بأنهم يتوجهون لمواقع للحصول على المادة الإخبارية في حين قرر 40% منهم بأنهم لا يكتفون بالمواقع الإخبارية، بل يتابعون من خلال وسائل أخرى، و 16 % يتوجهون لمواقع للحصول على المادة الإخبارية .

أظهرت نتائج الدراسة وجود توجه بلغ أكثر من 50% من أفراد العينة لتفضيل الأخبار الاجتماعية .

نسبة 52% من أفراد العينة يفضلون متابعة الأخبار عبر التلفاز و 23% منهم يفضلون متابعتها عبر الصحف .

غالبية الطلاب و الطالبات الذين شملتهم أداة الاستبيان يستخدمون الانترنت بشكل يومي و لفترات زمنية متفاوتة.

و النتيجة العامة أن الصحافة الورقية ، أو التقليدية لا تزال تجد لها مناصرين بشكل واضح لدى أفراد العينة و إن كان التوجه للتغيير باتجاه الصحيفة الإلكترونية واضحا من خلال إجابات غالبية الذين شاركوا في مليء استبيان البحث .

3-دراسة جزائرية من إنجاز الباحثة كريمة بوفلاقة بعنوان : " الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية " (دراسة استكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ، مذكرة ماجستير - غير منشورة- في علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر للسنة الجامعية 2009-2010) (1)

و تمحورت إشكالية الدراسة حول توضيح أهم الخدمات التفاعلية المتوفرة في الصحف الإلكترونية الجزائرية ، و كيفية استعمال جمهور الصحافة الإلكترونية لهذه

¹- كريمة بوفلاقة ، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية . مذكرة ماجستير ، غير منشورة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2001/2009 .

القسم الأول _____ الإطار النظري والمنهجي للدراسة

الخدمات التفاعلية و أهم هذه الخدمات و أسباب لجوئهم للتفاعل ، و ذلك نظرا لوجود غموض في عدم فهم هذه الممارسات التفاعلية التي يتبناها هذا النوع النشيط من جمهور الصحف الإلكترونية الجزائرية .

و قد لخص الباحث الإشكالية في سؤال محوري تمثل في :

كيف يستعمل القراء الوسائل التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية الجزائرية ؟

و انطلاقا من هذا السؤال طرح الباحث أسئلة فرعية تتمثل في :

- من هم القراء المتفاعلون في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ؟

- ماهي عادات القراء في مشاركتهم التفاعلية مع محتوى الصحف الإلكترونية ؟

- كيف يستعمل المتفاعلون الآليات التفاعلية المتاحة في المواقع الصحفية

الجزائرية؟

- ماهي الأسباب و الدوافع التي تدفع القراء للتفاعل مع محتويات الصحف

الإلكترونية؟

- كيف يقيم الجمهور الخدمات التفاعلية في المواقع الصحفية الجزائرية ؟

- كيف تؤثر السمات الشخصية للمتفاعلين من سن ، جنس ، مستوى تعليمي ،

الحالة العائلية ، المهنية ، الجنسية ، مكان الإقامة ، على الممارسة التفاعلية للقراء

في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ؟

و فيما يخص المنهج : اختار الباحث المنهج المسحي و ذلك من خلال تسجيل

و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات المنظمة التي تحدد

نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها مستعملا أدوات الاستمارة

و المقابلة، أما عن عينة الدراسة استعمل الباحث المسح بالعينة و نوع العينة عشوائية

غير احتمالية، و يقدر عدد مفردات البحث 352 مفردة حيث نشرت الاستمارة على

الانترنت مدة ثلاثة و خمسين يوما ابتداء من 5 أكتوبر 2009 إلى غاية 27 نوفمبر

2009 .

و بالنسبة للنتائج المتوصل إليها من خلال (هذه الدراسة) سيتم توظيفها لاحقا في

الفصل التطبيقي ، و ذلك في إطار عقد مقارنة بين نتائج هذه الدراسة حول الجمهور

المتفاعل ، و اتجاهات جمهور الطلبة حول الصحافة الإلكترونية ، و تقييم الدراستين

من خلال إعطاء نظرة نقدية لما توصلت إليه هذه الدراسات .

*مناقشة الدراسات السابقة:

جاءت محاولة تناول الدراسات السابقة والمتشابهة في شكل العناصر المكونة للعملية الاتصالية (مرسل ، رسالة ، مستقبل ، وسيلة)، وذلك بهدف إشباع هذه الدراسة من عدة زوايا عملية ، لأن تناول الدراسات من ناحية التقسيم الجغرافي (محلي ، إقليمي ، عالمي) قد لا يركز على الناحية العملية للموضوع ، لأننا في البحوث العلمية نكون بصدد تحليل الظواهر الاتصالية والإعلامية بكل مكوناتها ومن مختلف الزوايا.

وبالنسبة للمحور الأول الذي تم فيه تناول الوسيلة أي موضوع الصحافة الإلكترونية بالتركيز على الوسيلة أو الوسيط الإلكتروني الانترنت ، ونجد في هذا المحور ثلاثة دراسات تناولت الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، والتي ركزت على العمل الإعلامي والصحفي ومدى استخدام الإعلاميين والصحفيين العرب لشبكة الانترنت في عملهم الإعلامي من خلال الحصول على الأخبار وكيفية تحريرها وإرسالها إلى المكاتب المركزية ، وخلصت جل هذه الدراسات إلى أن هناك قفزة نوعية في العمل الإعلامي في الدول العربية - بالنسبة للدراسات العربية والجزائرية- التي استفادت من التطور السريع في تحرير الأخبار والحصول عليها وإعدادها وإخراجها وترتيبها وتنفيذها ، فنجد من الدراسات الجزائرية التي ركزت على واقع الصحافة الإلكترونية وآفاقها المستقبلية والتي توصلت إلى أن ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر ألغى مشاكل كثيرة متعلقة بالصحافة المكتوبة بصفة خاصة أي مشاكل الطباعة والتوزيع وتوزيع الإشهار .

ولهذا أشبعت دراسات هذا المحور بحثنا من عدة زوايا أهمها المميزات الإيجابية والسلبية لشبكة الانترنت، ومكانة الصحافة الإلكترونية وأهميتها.

أما دراسات المحور الثاني فقد تناولت القائم بالاتصال، فكل من الدراستين ، سلطت الضوء على الصحفيين أي الفاعلون الاتصاليون ، حيث تمت الاستفادة من الانترنت وتقنياتها في التخفيف من المعوقات الجغرافية والطبيعية في التوزيع الصحفي ، أما الاستفادة التي حققتها هذه الدراسة لبحثنا هي التعرف على أهم ما أضافته الانترنت على الجانب التقني والفني للصحف الإلكترونية لكي يتسنى لنا تقييم الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الطلبة.

القسم الأول ————— الإطار النظري والمنهجي للدراسة

وبالنسبة لدراسات المحور الثالث المتعلق بشكل ومضمون الصحف الإلكترونية ، حيث تم التطرق لثلاث دراسات ركزت على التفاعلية التي توفرها مواقع الصحف الإلكترونية ، فجاءت هذه الدراسات في شكل تحليلي وصفي لتشبع محور أساسي في بحثنا وهو اتجاهات جمهور الطلبة نحو شكل ومضمون الصحف الإلكترونية ، وخلصت أهم نتائج هذه الدراسات إلى أن الصحف العربية والجزائرية بصفة خاصة لا تستغل الإمكانيات التي تتيحها الصورة الرقمية ولا حتى الاستفادة من إمكانيات النشر الفوري - السرعة - التي توفرها مواقع الصحف الإلكترونية ، كما بينت الدراسات أن إقبال الجمهور على الصحف الإلكترونية بشكل متعاظم نظرا للصفات التفاعلية التي توفرها هذه الأخيرة ، وهذا الأخير أفاد دراستنا في معرفة سبب رواج الصحف الإلكترونية .

وأخيرا خصص المحور الرابع لدراسات الجمهور ، والذي ينطبق مع نوع الدراسة التي نحن بصدد إتمامها ، ونلاحظ أن معظم هذه الدراسات ركزت على أنماط وعادات استخدام شبكة الانترنت سواء لدى الشباب العربي أو الجزائري ، ومعرفة أسباب ودوافع الإقبال على خدمات شبكة الانترنت في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ، وهناك دراسات ركزت على استخدامات الصحافة الإلكترونية ، والتي خلصت إلى أن الصحافة الإلكترونية لها دور كبير في تعبئة وتكوين الرأي العام حول القضايا السياسية ولذلك نجد أن فئة الطلاب وبالتحديد ، و الجانب الذي تقدم به المعلومة من وجهة نظر الطلبة لم يحض بالاهتمام الكبير في الدراسات الأكاديمية ، فكما نلاحظ أن معظم الدراسات ركزت على الاستخدامات والإشباع المتعلقة بالمواضيع والمعلومات التي تقدمها الصحف الإلكترونية دون الاستفادة من اتجاهات الطلبة في محاولة لإعادة تغيير شكل ومضمون هذه الصحف الإلكترونية، لزيادة إقبال الطلبة عليها والنهوض بالقطاع الإلكتروني.

الفصل الرابع _____ اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الفصل الرابع: اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

تمهيد .

المبحث الأول : ماهية الاتجاهات .

أولاً : تعريف الاتجاهات .

ثانياً : خصائص الاتجاهات وأنواعها .

ثالثاً: مكونات الاتجاه .

رابعاً: مراحل تكوين الاتجاه .

خامساً : عوامل تكوين الاتجاه .

سادساً : وظائف الاتجاهات وعوامل تغييرها .

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية .

أولاً :تعريف الجمهور .

ثانياً :جمهور الصحافة الإلكترونية بين التنظير العلمي والدراسة الميدانية .

ثالثاً: مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية .

رابعاً :أنواع جمهور الصحافة الإلكترونية .

خامساً :أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام ومحتواها .

سادساً :خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه .

خلاصة.

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

تمهيد:

اكتسب مفهوم الاتجاه قيمة كبيرة في ميدان البحوث النفسية ، الاجتماعية، بوصفه وسيلة للتعقب بسلوك الأفراد أي يتم الاستعانة به للكشف مسبقا عما يمكن أن يفعلوه في موقف معين و يمكن القول بأن مفهوم الاتجاه هو أبرز المفاهيم و أكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي ، فليس ثمة اصطلاح واحد يفوقه في عدد مرات الظهور في الدراسات التجريبية و النظرية المنشورة.

و في هذا الفصل سنتطرق لمفهوم الاتجاه و خصائصه هذا الأخير و أهم تصنيفاته و مكوناته ، و مراحل تكوين الاتجاه و عوامل تكوينه ووظائفه و عوامل تغيير الاتجاهات.

و من المقابلة في ذات الفصل سنحاول التعريف بمفهوم الجمهور حيث نشأت دراسات الجمهور و تطورت في ظل ظروف المنافسة الاقتصادية و السياسية التي تسعى إلى البحث عن أنجع السبل و أقصرها لكسب رضا أكبر عدد من الزبائن أو الناخبين، لكن في محور دراستنا هذه سنحاول التركيز على جمهور الطلبة المتابعين للصحف الإلكترونية و أنواع الجمهور و وسائل و مراحل تشكيله و أهمية دراسة الجمهور.

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المبحث الأول : ماهية الاتجاهات

أولاً : تعريف الاتجاهات

ثانياً : خصائص الاتجاهات وأنواعها

ثالثاً : مكونات الاتجاه

رابعاً : مراحل تكوين الاتجاه

خامساً : عوامل تكوين الاتجاه

سادساً : وظائف الاتجاهات وعوامل تغييرها

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المبحث الأول : ماهية الاتجاهات

أولاً : تعريف الاتجاه : يستخدم مصطلح الاتجاه في معاني مختلفة ، فقد يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة ، أما في الدراسة العلمية فيستعمل كمرادف للرأي أو الميل أو القيمة (1)

إن اتجاه الفرد نحو أي موضوع عبارة عن موقف يتخذه حيال هذا الموضوع ، وكل فرد له اتجاهات واسعة ومتعددة اتجاه موضوعات مختلفة في العالم المحيط بنا ، فنحن لنا اتجاهاتنا نحو الناس والجماعات والمنظمات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، كما أن لنا اتجاهاتنا نحو الفن والفلسفة والدين وغير ذلك ، وكل فرد أيضاً له اتجاهاته نحو نفسه (2)

وقد قدمت تعاريف متعددة للاتجاهات تلتقي جميعها في نهاية التحليل على قاعدة كون الاتجاه نزعه عامة مكتسبة ، ثابتة نسبياً ، مشحونة انفعالياً ، تؤثر في الدافع وتوجه السلوك (3)

ومن أقدم التعاريف والذي لا يزال شائعاً ومتداولاً في مختلف الدراسات ، هو تعريف "جوردن ألبرت G.Allport الذي يعرف الاتجاه بأنه "حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي النفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات تأثير موجه أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذه الاستجابة" (4)

1- مصطفى سويف ، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي . المكتبة الأنجلو مصرية ، ط2 ، القاهرة ، 1996 ، ص. 326 .

2- جودت بني جابر ، علم النفس الاجتماعي . مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 1994 ، ص. 265 .

3- راضي الوقي ، مقدمة في علم النفس . دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 1998 ، ص. 674 .

4- حلمي المليجي ، علم النفس المعاصر . دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت ، 2000 ، ص. 153 .

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ولا تختلف التعاريف البحثية الحديثة للاتجاه عن هذا التعريف، فالإتجاه حسب تعريف "بتي" Petty وآخرون هو: "نزعة للتفكير أو الشعور أو التصرف إيجابيا أو سلبيا نحو الأشخاص أو الأشياء في بيئتنا "

فالكرم ذو اتجاه إيجابي من الكرم لأن خبرته تجيب إليه أن يكون كريما ،بينما يعد البخل ذا اتجاه سلبي من الكرم ،واتجاه الطفل من أمه إيجابي بينما يكون اتجاهه من راشد ألقى الرعب في نفسه سلبيا (1)

وبناء عليه يكون الإتجاه عبارة عن حالة نفسية وجدانية تقوم بتوجيه سلوك الفرد نحو الأشخاص والأشياء والموضوعات، وقد أكد "ألبرت" في تعريفه على الخبرة الشخصية كعامل أساسي يساهم في تكوين الإتجاهات سواء أكان ذلك بالإيجاب أو السلب .

ويرى "كلينبارج " أن الإتجاه يعرف بأنه "مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعورا سلبيا أو إيجابيا ،يشمل فكرة الفرد عن الموضوع ومفهومه عنه وعقائده وانفعالاته وأماله وتطلعاته ومخاوفه وآرائه المتعلقة بهذا الموضوع (2)

أما "بوجاردس فيعرف الإتجاه بأنه : "ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعا لقربه من هذه العناصر أو بعده

عنها (3)

وهذا التعريف يشير إلى مستويين للتأهب ،وهما (1)

1-خضرة واضح ،اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية. دراسة ميدانية بنوادي الانترنت بولاية قسنطينة ،مذكرة ماجستير، غير منشورة ،قسم علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة منتوري قسنطينة ،2009 /2010 ،ص.54.

2-عبد الرحمان محمد عيسوي ،دراسات في علم النفس الاجتماعي . دار النهضة العربية القاهرة ،1964 ،ص. 201 .

3-محي الدين مختار ،محاضرات في علم النفس الاجتماعي . ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ص.207.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

- التأهب المؤقت أو اللحظي: وينتج بطبيعة الحال من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها، ويمثل ذلك اتجاه الجائع نحو الطعام، في لحظة إحساسه بالجوع، وينتهي هذا التمييز المؤقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع.
- التهيؤ طويل المدى: ويتميز هذا الاتجاه بالثبات والاستقرار، ويمثل ذلك اتجاه الفرد نحو صديق له، فهو ثابت نسبياً، لا يتأثر غالباً، كمضايقات عابرة، ولذلك فمن أهم خصائص هذا النوع من الاتجاهات أنه تأهب أو تهيوؤ، له صفته الثبات أو الاستقرار النسبي الذي يتبع بطبيعة الحال تطور الفرد في صراعه مع البيئة الاجتماعية والمادية، وعليه فالاتجاهات حسب هذا التعريف هي حصيلة.

تأثير الفرد بالمتغيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة والتراث الحضاري للأجيال السابقة، كما أنها مكتسبة وليست فطرية، وهناك فريق من العلماء الذين ركزوا في تعريفهم للاتجاهات على طبيعتها خاصة من النواحي الاجتماعية، ومثال ذلك تعريف "كامبل" والذين يشير إلى أنها عبارة عن "ترابط الاستجابة بالنسبة للفرد نحو مجموعة من المشكلات الاجتماعية سواء كانت استجابة سلبية أو إيجابية إزاء موضوع اجتماعي معين"، وهذا ما أكده أيضاً "تجيب اسكندر" بقوله أن الاتجاه عبارة عن "محصلة استجابة الفرد نحو موضوع ذو صبغة اجتماعية" (2)

فهذين التعريفين ركزا على ارتباط الاتجاهات بالمواضيع ذات الطبيعة الاجتماعية مثل العادات والتقاليد والقيم... الخ، والتي لها تأثير قوي، في تحديد طبيعة الاتجاهات.

1- خضرة واضح، مرجع سبق ذكره، ص. 55.

2- أحمد زكي صالح، علم النفس التربوي. النهضة المصرية، 1979، ص. 316.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ومن ناحية أخرى نجد "أوسكيب" يعرف الاتجاه بأنه: "متغير وسيط غير

مرئي، ويؤثر على العلاقة بين أحداث المثيرات و الاستجابات السلوكية (1)

ومعنى، هذا أن الاتجاه يمثل همزة وصل بين المثير و الاستجابة، وهو غير

ظاهر للعيان، لكنه يؤثر على السلوك .

وفي ذات السياق نجد "حامد زهران" يعرف الاتجاه بأنه: "عبارة عن تنظيم مستقر

للعمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية لدى الشخص نحو الموضوعات التي ترتبط

بعالمه الخاص (2)

وفي نفس المعنى جاء في معجم العلوم الاجتماعية أن الاتجاه هو "تنظيم نفسي

مستقر للعمليات الإدراكية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي

للاستجابة الصادرة نحو الأشياء والأشخاص والمسميات المعنوية، من حيث أن هذه

الاستجابة، استجابة بالقبول أو النفور (3)

والملاحظ هنا أن كلا التعريفين ركزا على الجوانب المعرفية والإدراكية للاتجاهات

والتي ترتبط وتتأثر بالخبرات المتراكمة لدى الفرد، وهذه الأخيرة (الخبرات)، لها

أهمية كبيرة في تكوين الاتجاهات وتحديد طبيعتها الإيجابية أو السلبية نحو مختلف

المواضيع الاجتماعية والمواقف المرتبطة بالواقع الاجتماعي للفرد .

وورد في الموسوعة الإعلامية أن "الاتجاه يشير إلى الاستعداد أو الميل المكتسب

الذي يظهر في سلوك الفرد أو الجماعة عندما تكون بصدد تقييم بشيء أو موضوع

بطريقة منسقة وتميزه أو قد ينظر إليه على أنه تعبير محدد عن قيمة أو معتقد، ولهذا

1- إبراهيم عبده الدسوقي، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ص.136.

2- حامد زهران، علم النفس الاجتماعي. عالم الكتب، القاهرة، 1972، ص.17.

3- إبراهيم عبده الدسوقي، مرجع سبق ذكره، ص.137.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

يشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقا (1)

أما "كريك" Kreak فهو يعرف الاتجاه على أنه: "نظام دائم من التقييمات الإيجابية والسلبية والانفعالات والمشاعر وهو نزوع نحو الموافقة أو عدم الموافقة "

ويعرفه كل من "ميلر" Muller و "ثيرستون" Thurston بأنه: "يمثل الموافقة أو عدم الموافقة مع موقف ما"

وحسب "ميشل أرجايل" فإن الاتجاه هو "الميل إلى الشعور أو السلوك أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين أو منظمات أو موضوعات أو رموز"، أما "دايفيد روف" فهو يرى أن الاتجاه هو "مفهوم متعلم أو تقويم يرتبط بأفكارنا ومشاعرنا وسلوكنا" (2)

إن التعاريف السابقة قد نظرت إلى الاتجاهات على أنها ميول أو نزعات ترتبط بأفكار الأفراد ومشاعرهم وسلوكياتهم، وذلك على اعتبار أن الاتجاهات ماهي إلا استعدادات للاستجابة وليست الاستجابة نفسها ومن خلال عرضنا المجل هذه التعاريف، يمكن أن نعرف الاتجاه بأنه: "حالة وجدانية نفسية ثابتة نسبيًا، تقف وراء موافق وأراء الفرد نحو الأشخاص والأشياء والمواضيع، من حيث قبوله أو رفضه لها، متأثرة في ذلك بمعارف وخبرات الفرد المكتسبة التي تحدد طبيعة الاستجابة سلبا أو إيجابا".

لقد حظيت دراسة الاتجاهات باهتمام كبير لاسيما من قبل علماء النفس الاجتماعي، وذلك بهدف تحديدها وقياسها بدقة وفقا لمقاييس مبنية على أسس علمية، إلا أن تحقيق ذلك ليس بالأمر الهين ولا السهل نظرا لوجود مجموعة متعددة من المفاهيم والظواهر النفسية والاجتماعية التي تتداخل وتتشابك مع مفهوم الاتجاه ولعل أبرز هذه

1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية. مرجع سبق ذكره، ص. 18.

2- جودت بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص. 266، 267.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المفاهيم وأكثرها ارتباطا بمفهوم الاتجاه هي: الرأي، الميل، الدافع، وفيما يلي سنحاول عرض أهم نقاط الاختلاف بين هذه المفاهيم ومفهوم الاتجاه :

1-الرأي :هو ما يراه الإنسان في الأمر ،ويقصد به رأي الشخص وهو التعبير الذي يدل على الفرد على استجابته لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين ،ومن ثم فهو لاحق للسلوك وليس دافعا له ،حيث أنه يتضمن الإعلان عن وجهة نظر قد تتغير تبعا للمواقف المختلفة ،فالرأي هو الوحدة البسيطة والاتجاه ،هو الوحدة الأكثر تعقيدا(1)

وهناك من يرى أن الرأي يحكمه الاتجاه، ويكون هذا الرأي أو الاتقاد نحو موضوع معين ومن ثم يحكم سلوك الفرد نحو هذا الموضوع (2)

ومعنى هذا أن الآراء غالبا ما تعبر عن اتجاهات الأفراد ،نحو أشخاص أو أشياء أو مواضيع معينة وهو ما تثبته وتقره العدد من نتائج قياسات الرأي العام وفي هذه الحالة ينبغي أن نميز بين نوعين أساسيين من الرأي ،فهناك الرأي الخاص الذي يحتفظ به الشخص لنفسه ،وهناك الرأي المعلن ،الذي يشارك به مع المجموع ،وهو ما يعرف بالرأي العام لديه (3) وهذا الأخير يعبر عن مجموع الآراء التي يحملها جماعة من الناس تجاه مسألة أو موقف أو مشكلة معينة تؤثر على مصالحهم العامة ،وكذلك الخاصة ويعتمد الرأي العام على مدى تفاهم وتقارب أفراد المجتمع في الأهداف والتفكير والآراء والأحكام والميول والاتجاهات (4) ويمكننا أن نلخص أهم الفروق بين الاتجاه والرأي

1-هالة منصور ،الاتصال الفعال :مفاهيمه وأساليبه ومهاراته .المكتبة الجامعية ،الإسكندرية ،2000،ص.91.

2-يوسف محمد الشيخ وآخرون ،سيكولوجية الفروق الفردية .دار النهضة العربية ،1964،ص.509.

3-هالة منصور ،مرجع سبق ذكره ،ص.104.

4-عبد السميع غريب ،الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر .مؤسسة شباب الجامعة ،الإسكندرية

،2006 ،ص.ص.97،98.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

فيما يلي : (1)

- الرأي حكم محدد يطلق على حادثة محددة في مناسبة ما ،والأمر ليس كذلك في الاتجاه الذي يعد تهيؤ للسلوك باتجاه ما نحو أمر ما يمكن أن يظهر ضمن شروط متنوعة وفي مناسبات مختلفة .
- الصيغة الانفعالية المرافقة للسلوك المعبر عن الاتجاه، هي أكثر بروزا من الصيغة الانفعالية في الرأي ،مع العلم أن العوامل الانفعالية مثل المشاعر وغيرها يمكن أن تتدخل في تكوين الرأي كما يمكن أي تتدخل في تكوين اتجاه ما .
- من الممكن التأكد من صحة الرأي أو الخطأ فيه ،أي من التطابق بين حكم صاحب الرأي وواقع الحال أو الأمر الذي يطلق عليه الحكم، أما الاتجاه فلا تتوفر الفرص فيه للتحقق من صحته بعد التأكد من وجوده لدى صاحبه .
- الرأي سلوك واضح يوضع موضع الملاحظة مباشرة ،أما الاتجاه فهو تهيؤ ضمني لا يلاحظ مباشرة بل تدل عليه أنماط من السلوك من بينها الآراء (2)
- في قياس الاتجاه نحاول تحديد موقع الفرد بدقة على مقياس الاتجاه ،وذلك على أساس استجابته لعدد من الأسئلة التي تتصل بموضوع الاتجاه ،أما في قياسات الرأي فيتم في الغالب استخدام سؤال تكون الإجابة عنه متدرجة تكون الإجابة عنه متدرجة ،وقد يتطلب ذلك من المستجيب ترتيب عدد من الفقرات بحسب درجة تفضيله لها ،وأحيانا يكون السؤال من النوع المفتوح والذي تكون فيه الاستجابة بحرية طبقا لما يراه المستجيب ،وباللغة التي يختارها ،كما يتم توزيع الاستجابات بشكل دال إحصائيا ،أو قد يكون هذا الشكل في أبسط صورة أي عبارة عن النسب المئوية لمن يؤيدون أو يعارضون ،كما قد يأخذ صورا أخرى متعدد ،حسب طبيعة الموضوع والهدف من القياس حوله(3)

1-خضرة واضح ،مرجع سبق ذكره ،ص.59.

2-هالة منصور ،مرجع سبق ذكره ،ص .91.

3-خضرة واضح ،مرجع سبق ذكره ،ص.59.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

2- الميل : يمكن تعريف الميل على انه الإقبال على شيء ما يعكس الرغبة ،هذه الرغبة تولد ميلا له (1) فالرغبة ،في شيء تعبير عن الاهتمام به أو الميل إليه ،أو عن الاهتمام بتفاديه أو الميل عنه،والغالب في الاهتمام أو الميل الصيغة الانفعالية التي ترافق سلوك الشخص نحو موضوع اهتمامه ،إما أن يبدو محبا للموضوع أو نافرا

منه ،منجذبا إليه أو مبتعدا عنه ،والصيغة الانفعالية ،كما ذكر من قبل موجودة في الاتجاه ثم أن في الميل صبغة عقلية تبدو واضحة حيث يقدم الفرد مسوغات عقلية ،كذلك ولكن هناك فرق أو اختلاف مع ذلك بين الحالتين ،ويظهر هذا الفرق في أربعة أمور أساسية :

- أن الصبغة العقلية تغلب على الاتجاه ،وتكون الصبغة الانفعالية ضعيفة ،وأن الصبغة الانفعالية غالبية على الميل وتكون الصبغة العقلية ضعيفة .
- الاختلاف في درجة الثبات والاستمرار ، فالاتجاه أكثر ثباتا في النفس واستمرار في حياة الفرد مما عليه الحال في الميل.
- الاختلاف في الموضوع أو الهدف ، فالغالب على موضوعات الاتجاهات أنها اجتماعية ،وأن العناية بها في المجتمع واضحة ،وليس الحال كذلك في موضوع الميل أو هدفه ، إذ يحتمل كثيرا أن يكون موضوع الاهتمام شيئا يخص الشخص وحده
- الاتجاه أكثر عمقا في بناء الشخص وأشد أثرا من الاهتمام ، وذلك بسبب غالبية الصبغة العقلية على الاتجاه ،ومن توظيف الاتجاه قناعات الشخص واعتقاداته حين يغدو هذا قائما عنده (2)

وعموما يمكن القول أن الميل يختلف عن الاتجاه على الأقل في أمور ثلاثة :

*الميل دائما ايجابي ،أما الاتجاه فقد يكون ايجابيا أو سلبيا أو محايدا

*الميل دائما نشط أما الاتجاه فقد يكون نشط أو غير نشط

1-محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية .مرجع سبق ذكره ،ص.329.

2-كامل محمد عويضة ،علم النفس بين الشخصية والفكر .دار الكتب العلمية ،بيروت ،لبنان ،1996 ،ص.42.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

*الميل ذو طبيعة خاصة ويؤدي وظيفة هنا والآن، أما الاتجاه فهو أكثر عمومية

وقد لا يؤدي وظيفة على الإطلاق (1)

3-الدافع : يعرف الدافع بأنه قوة أو طاقة كامنة داخل الفرد تدفعه ليلسلك سلوك معين

لتحقيق هدف معين، كما يعرف بأنه قوة داخلية تتبع من داخل الفرد، وتسعى إلى

إشباع حاجاته ورغباته وأهدافه، عن طريق إثارة السلوك، وأن قوة الدافعية تتوقف

على شعور الفرد وإدراكه مدى النقص في إشباع هذه الحاجات، وعندما يتم إشباع

الحاجات الناقصة تنخفض القوة الدافعة ويتوقف السلوك (2)

وبناء عليه يكون الفرق الأساسي بين الاتجاه والدافع، في كون أن الأول متأثر

بالخبرة الشخصية للفرد، والتي تسهم بشكل كبير في تحديد طبيعة الاتجاه سواء

بالإيجاب أو السلب بالقبول أو الرفض، أما الدافع فهو شخصي ونابع من ذات الفرد، لا

يتأثر بالبيئة التي يعيش فيها الفرد ولا تتدخل في تكوينه الخبرات التي يكتسبها الفرد .

كما أن القوة الدافعة ترتبط بمدى أدراك الفرد للنقص في إشباع حاجاته ورغباته، على

عكس الاتجاه الذي تتحدد طبيعته درجة شدته بتأثير المؤثرات البيئية والخبرات

والعادات والتقاليد... الخ ويمكن تصنيف الدوافع إلى صنفين: (3)

- الدوافع العاطفية(الانفعالية): مثل الامتياز، التفاخر بالثروة و الملكية، المركز

الاجتماعي، البراعة، التعبير عن التنوق الفني، الطموح، الشعور الغريزي،

المحافظة على الصحة، إشباع الرغبة في الأكل، الراحة الشخصية، الأمان،

الاستمتاع بوقت الفراغ.

- دوافع رشيدة (عقلانية): مثل السهولة في استخدام السلعة، الكفاءة، درجة الاعتماد،

الجودة، الخدمات، طول فترة الاستعمال،الاقتصاد عند الشراء.

1-خضرة واضح،مرجع سبق ذكره ،ص.60.

2-محمد سعيد عبد الفتاح،التسويق .دار النهضة العربية للطباعة والنشر ،بيروت ،لبنان ،1983،ص.51 .

3-جودت بني جابر ،مرجع سبق ذكره ،ص.268.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

و تجدر الإشارة إلى أن مثل هذه الدوافع، يعتمد عليها مصممو الإعلانات و الصحف الإلكترونية بدرجة كبيرة، خاصة في جانب الإخراج الإلكتروني التي تؤثر من الناحية السيكولوجية على الجمهور و تدفعه إلى متابعة صحف معينة بدلا من الأخرى.

و مما سبق نخلص إلى أن الاتجاه و كذلك المفاهيم المشابهة له (الرأي، الميل، الدافع) كلها تسبق الاستجابة أو السلوك ، بمعنى أنها تساهم في قيام الفرد بالسلوك ،و كذلك في تحديد طبيعة الاستجابة.

ثانيا: خصائص الاتجاهات و أنواعها:

أ- خصائص الاتجاهات:

تؤدي الاتجاهات دورا كبيرا في حياة الإنسان باعتبارها كدافع لسلوكه في أوجه حياته المختلفة، و ارتباطها بالإنسان منذ طفولته و في جميع مراحل عمره، و هذا ما جعلها تتميز عن غيرها من المتغيرات الذاتية و فيما يلي أهم هذه الخصائص:

(1)

- 1-الاتجاهات مكتسبة و ليست فطرية ، أي يكتسبها عن عادات، لأن في حالة الاتجاهات يكون الشخص واعيا بها ، بجانب أنه من الممكن التعبير عنها بالكلمات، و بدون أن يتحتم تحويل التعبير اللفظي إلى سلوك عملي و فوري.
- 2-الاتجاهات ليست عابرة، و هي لا تتغير بسهولة أو بسرعة، و لا تخضع لظروف التنبيه الخارجي، فبعد أن تتكون الاتجاهات لدى الشخص تصبح مستقرة و دائمة.
- 3-الاتجاهات تمثل علاقة مستمرة بين الذات و موضوعات محددة و مجسدة في أشخاص ، أو أشياء أو نظم معينة.

1-بورحلة سليمان، أثر استخدام الإنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم. دراسة ميدانية، مذكرة ماجستير ،غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ،2007-2008،ص.113 .

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

4- تتسم الاتجاهات بأن المبادئ التي تتحكم في تكوينها اتجاه موضوعات فردية، هي نفسها المبادئ التي تحكم تكوين اتجاهات الشخص نحو موضوعات اجتماعية أو تربيها اجتماعية.

5- الاتجاهات ثابتة نسبيا من الصعب تغييرها أو تعديلها لأنها مرتبطة بالإطار العام للشخصية ، غير أنه من الممكن تعديل الجوانب المعرفية إلى حد ما، أما الجوانب الوجدانية و الدافعية منها فمن الصعب تعديلها (1)، و الاتجاهات ذاتية في محتواها غير موضوعية، مكتسبة و متعلمة نتيجة تفاعل الفرد مع الآخرين، و الاتجاه في العموم يتضمن علاقة قوية بين الفرد و الموضوعات المتعددة.

- خصائص الاتجاه و القابلية للتغير:

يلاحظ أن قابلية الاتجاه للتغير تعتمد على مجموعة من الخصائص التي تميز الاتجاه ، و هذه الخصائص يمكن تلخيصها على النحو التالي: (2)

1- التطرف: بمعنى أن الاتجاهات المتطرفة تكون قابليتها للتغير أقل من قابلية الاتجاهات البعيدة التطرف، إذ الشخص أكثر تمسكا باتجاهاته المتطرفة، و أكثر ثقة بها ، و من هنا تكون هذه الاتجاهات أكثر مقاومة للتغيير.

2- تعدد مكونات الاتجاه و تنوعها: تختلف درجة قابلية الاتجاه للتغيير باختلاف تعدد العناصر التي تكون هذا الاتجاه، و ترتفع أيضا بمدى تنوع هذه العناصر، و على سبيل المثال فإن الاتجاه البسيط التكوين يكون أكثر عرضة للتغيير من الاتجاه المعقد.

3- درجة وضوح الاتجاه: تتفاوت الاتجاهات في درجة وضوحها ، فمنها ما هو واضح المعالم على حين نجد من الاتجاهات ما هو غامض ، و من هنا فإن عدم وضوح الاتجاه بالنسبة للفرد يجعلنا من السهل أن نغيره و نعدله ، و هذا عكس

1- فاطمة المنتصر الكيتاني، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية و علاقتها بمخاوف الذات لدى الأطفال. دار الشروق، ط1، عمان، 2000، ص36.

2- سيد صبحي، تصرفات سلوكية. مكتبة إبراهيم حليبي، ط1، السعودية، 1988، ص.ص. 92، 93.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الاتجاه المنسق التكوين ذلك الذي يكون أكثر ثباتا و أكثر مقاومة للتغيير المضاد لأن محتواها يؤيد بعضها البعض الآخر.

4-مدى ترابط الاتجاه مع غيره من الاتجاهات : تحدد درجة ترابط الاتجاه مع غيره من الاتجاهات درجة سهولة أو صعوبة قابلية الاتجاه للتغيير، فمثلا تقاوم الاتجاهات التي تربط بينها صلات وثيقة يغلب عليها الطابع الوجداني التغيير المضاد ، بحيث يمثل هذا الترابط تدعيما للاتجاه يجعل من الصعب تغييره أو تعديله.

5-مدى إشباع الاتجاه للحاجات النفسية : نلاحظ على الاتجاهات التي تشبع حاجات نفسية متعددة تكون أكثر الاتجاهات حصانة من التغيير . ومن هنا نجد اتجاهات بلغت من القوة مبلغ يؤهلها إلى الاستمرار ، و كلما كان للاتجاه قيمة عند الأفراد فإنه يكتسب قوة فيصبح من الصعب تغييره.

6-الاتساق بين مكونات الاتجاه : حيث يمكن تغيير الاتجاه من خلال أحداث تتافر بين مكوناته، بأن نقدم معلومات تعارض مشاعر الفرد أو مقاصده أو تضعه في مواقف تجبره على التصرف بشكل يعارض معتقداته أو رغباته،ومع تكرار ذلك يحدث التناظر بين مكونات الاتجاه فيسهل تغييره ، أما إذا ارتفع الاتساق بين تلك المكونات ، صعب التغيير و فشلت محاولاته (1) .

ب-أنواع الاتجاهات : يمكن تقسيم الاتجاهات إلى عدة أنواع ، منها ما يلي:

-اتجاهات قوية و اتجاهات ضعيفة : و الاتجاهات القوية هي تلك التي تسيطر على جانب كبير من حياة الإنسان وتجعله يسلك في المواقف سلوكا حادا مثل الاتجاه نحو الدين، أما من يقف من الاتجاه موقفا ضعيفا لا يستطيع مقاومته ولا احتمالته ، وإنما يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه .

اتجاهات موجبة وسالبة : فالقبول يعبر عنه بالإيجابية ، أما الرفض فيعبر عنه بالسلبية ، فالاتجاهات التي تتحوا بالفرد نحو شيء ما تسمى اتجاهات موجبة ، أي أن

1- بورحلة سليمان، مرجع سبق ذكره،ص.114.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

التأييد يعبر عنه بالإيجابية أما المعارضة يعبر عنها بالسلبية ، حيث أن احترام المسن و تقدير رجل الدين أمثلة على الاتجاه الموجب ، أما رفض الاختلاط أو رفض مادة ما فإن ذلك يدل على اتجاه سلبي (1).

-**اتجاهات علانية و اتجاهات سرية** :- والاتجاهات العلنية هي التي يتحدث فيها الفرد أمام الناس بدون حرج أو خوف ، أما الاتجاهات السرية ، فيجد فيها الفرد حرجا من إظهارها و يحاول إخفائها والاحتفاظ بها لنفسه وينكرها أحيانا حين يسأل عنها ، ويحرص الفرد على إخفاء الاتجاه السري و يميل لإنكاره ظاهريا ، وغالبا ما يكون هذا الاتجاه غير منسجم مع قوانين الجماعة و يتميز بالقوة و الشدة نتيجة المقاومة و القمع الذي يصادفه (2).

- **اتجاهات جماعية و اتجاهات فردية** :- فالاتجاهات التي تشترك بين عدد كبير من الناس تسمى بالاتجاهات الجماعية ، أما الاتجاهات التي يتميز أفرادها عن الآخرين تسمى الاتجاهات الفردية ، فمثلا إعجاب الناس بالأفراد الأبطال يعتبر اتجاها جماعيا وإعجاب الشخص بصديق له يعتبر اتجاها فرديا.

-**اتجاهات عامة و اتجاهات نوعية** : فالاتجاهات العامة هي التي تنصب على الكليات ، أما النوعية فهي تنصب على النواحي الذاتية ، وفي هذا الصدد أجريت أبحاث تجريبية دلت على وجود الاتجاهات العامة ، حيث أثبتت أن الاتجاهات الحزبية تنسم بصفة العموم ، هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك دراسات أثبتت وجود الاتجاهات النوعية ومنها دراسة "مارستهورن " و"مي " اللذان وجدا أن الأطفال قد يغشون في المدرسة ولا يغشون في البيت ، أو في امتحان مادة ما دون غيرها ، ولذلك فإن الاتجاه نحو الأمانة يتوقف على نوعية الموقف. (3)

1- شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. الدار المصرية، القاهرة، 2004.

2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجع سبق ذكره، ص. 331.

3- عبد الرحمن عيسوي، دراسات سيكولوجية. دار المعارف، 1981، ص. 219.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

اتجاهات مرنة واتجاهات جامدة : و أخيرا توصل علماء الاجتماع و الباحثين في تصنيف الاتجاهات إلى تصنيفها إلى نوعين هما الاتجاهات اللفظية و الاتجاهات العلمية أو الجامدة ، حيث تشير الاتجاهات المرنة بأن الفرد يستطيع التعبير عنها شفاهة أو كتابة بينما الاتجاهات العلمية الجامدة فهي التي تظهر من أثر السلوك ،وهي في الغالب تمثل جزءا من النسق القيمي للفرد(1)

كما أن الاتجاهات المرنة تجعل الفرد أكثر حرية لأنه يستطيع أن يعبر عن آرائه واتجاهاته دون قيود على عكس الاتجاهات الجامدة ومهما يكن أمر تنوع اتجاهات الأفراد والجماعات وانسجام مواقفهم وسلوك إزاء الأحداث والموضوعات أو تناقضها، إلا أننا نرى انه كلما تراكمت الاتجاهات في ذهن الفرد، كلما زاد استرشاده بها و اعتماده عليها،فان قدرته على البحث في الموضوعات وتحليلها تقل،وبالتالي تصبح تصرفاته وأنماط سلوكه متكررة(2)

ثالثا:مكونات الاتجاهات:

تتطوي الاتجاهات على ثلاث مكونات رئيسية المكون الانفعالي أو العاطفي: يشير إلى مشاعر الحب و الكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه،ويرتبط بتكوينه العاطفي ،فقد يحب موضوعا ما فيندفع نحوه و يستجيب له على نحو ايجابي ،وقد ينفر من موضوع آخر ويستجيب له على نحو سلبي .المكون المعرفي و العقلي : كما ينطوي الاتجاه على مكون معرفي يتضمن المعلومات و الحقائق الموضوعية المتوفرة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه،حتى يمكنه من اتخاذ الاتجاه المناسب ،فالطلب الذي يظهر استجابات تقبلية نحو الدراسات الاجتماعية مثلا، قد يملك بعض المعلومات حول

1-سعد جلال، علم النفس الاجتماعي. منشأة المعارف، الإسكندرية،1984،ص.169.

2-عبد الله بوجلال، الرأي العام: مفهومه، تكوينه، خصائصه و مظاهره و أهميته و قياسه. المجلة الجزائرية

للاتصال، العدد 5، شتاء، 1991، ص.11.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

طبيعة هذه الدراسات و دورها في الحياة الاجتماعية و ضرورة تطويرها لانجاز حياة اجتماعية أفضل ، وهي أمور تتطلب الفهم و التفكير و التقويم...الخ(1)

المكون السلوكي أو مكون الأداء أو النزعة للفعل : يشير إلى نزعة للفرد، لسلوك وفق أنماط محددة في أوضاع معينة . إن الاتجاهات تعمل كموجهات للسلوك حيث تدفع الفرد إلى العمل وفق الاتجاه الذي يتبناه، فالشخص الذي لديه اتجاه إيجابي نحو عمل المرأة نراه يقبل على تعليم ابنته ويحث جاره على ذلك أيضا.

ومن هنا نلاحظ أن الاتجاهات تمثل تكوينات نفسية معقدة ليس من السهل تغييرها ، فنحن نطور أفكارا حول الأشياء و الأشخاص و الجماعات من حولنا و نطور مشاعر نحوها ، ثم إننا نتصرف بطريقة أو بأخرى بناء على هذه الاتجاهات.

رابعا :مراحل تكوين الاتجاهات : يمر الاتجاه بمراحل ثلاثة هي :

***المرحلة الإدراكية المعرفية :** وفيها يدرك الفرد مثيرات البيئة و يتصرف بموجبها ، فيكتسب خبرات و معلومات تكون بمثابة إطار معرفي له(2)

وبذلك يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية و البيئة الاجتماعية، التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، فمثلا قد يتبلور الاتجاه في نشأته حول أشياء مادية، كالبيت المريح أو الحديقة الهادئة ،وحول نوع خاص من الأفراد ، كالإخوة ، الأصدقاء و الجيران وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة و النادي ،أو حول بعض القيم الاجتماعية كالشرف ، الكرم ، التضحية.. الخ(3)

***مرحلة نمو الميل نحو شيء معين :** وتسمى بالمرحلة التقويمية ، وفيها يتفاعل الفرد مع المثيرات وفق الإطار المعرفي الذي كونه عنها فضلا عن الكثير من أحاسيسه و

1-أحمد يحي الزق، علم النفس.دار وائل للنشر،عمان،الأردن،2006،ص.274.

2- خضرة واضح ، مرجع سبق ذكره،ص.63.

3- جودت بني جابر، مرجع سابق ذكره،ص.273.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

مشاعره التي تتصل به (1). ومعنى ذلك أن هذه المرحلة تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي و المشاعر و الإحساسات الذاتية (2)، وبناء عليه يحاول الفرد في هذه المرحلة أن يتفاعل مع المثيرات

بالاستناد إلى الإطار المعرفي الذي كونه حول هذه المثيرات بالإضافة إلى استعدادات نفسية ذاتية كالمشاعر الأحاسيس الخاصة.

***مرحلة الثبات و الاستقرار :** وتسمى بالمرحلة التقريرية وفيها يصدر الفرد القرار الخاص بنوعية علاقته بهذه المثيرات و عناصرها ، فإذا كان القرار موجبا فإن الفرد كون اتجاه إيجابيا نحو ذلك الموضوع ، أما إذا كان القرار سالبا فيعني أنه كون اتجاهها سلبيا نحوه (3)، بمعنى أنه في هذه المرحلة يتم تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه وثبوت الميل نحو الأشياء لتشكيل الاتجاه، (4)، ومثال ذلك تكوين الاتجاه نحو رياضة كرة القدم ، فإذا قرر شخص ما ممارسة رياضة كرة القدم فهذا يعني أنه كون اتجاهها إيجابيا نحوها، و العكس صحيح فإذا كان الشخص ينفر من كرة القدم فهذا يعني أنه كون اتجاهها سلبيا نحوها، و ينبغي الإشارة إلى أن هناك عددا من المبادئ التي تحكم عملية اكتساب الاتجاهات و تكوينها في مختلف مراحل حياة الفرد، وهذه المبادئ هي (5):

الاشتراط الكلاسيكي : يمكن أن يتم تكوين الاتجاهات من خلال مبادئ الاشتراط الكلاسيكي ، فالأفراد يطورون روابط الأشياء و ردود الفعل العاطفية التي ترافق هذه الأشياء بحيث يصبح بمجرد ظهور هذه الأشياء يستجد الانفعال. فالأشياء والأشخاص من حولنا يمكن أن ترافقهم مشاعر إيجابية أو سلبية ، و بالتالي تتكون اتجاهات نحوها بناء على هذه الخبرة، و تعمل المؤسسات الإعلانية على الاستفادة من مبادئ الاشتراط الكلاسيكي في تكوين الاتجاهات من خلال الترويج لسلعة معينة لدى

1-حنان سعيد الرحو، أساسيات علم النفس. الدار العربية للعلوم، ط 1، 2005، ص.78 .

2-جودت بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص.273.

3-شهيب محمد علي، السلوك الإنساني في التنظيم. القاهرة، 1976، ص.78.

4-أحمد يحيى الزق، مرجع سبق ذكره، ص.275.

5-جودت بني جابر، مرجع سبق ذكره، ص.272 .

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المشترين ، وذلك بربط السلعة مع حدث أو عاطفة ايجابية من الأمثلة على ذلك تصوير ممثلة أو نجمة مشهورة تقوم باستخدام تلك السلعة.

الاشتراط الإجرائي : يمكن أيضا أن يتم تكوين الاتجاهات من خلال عملية الاشتراط الإجرائي ، فالاتجاهات التي يتم تعزيزها سواء لفظيا أو بشكل غير لفظي يمكن أن تكتسب ويتم الاحتفاظ بها ، كذلك فالفرد الذي يعبر عن اتجاه و يتعرض لانتقادات أو استهجان من قبل الآخرين ربما يعدل من هذا الاتجاه.

التعلم بالملاحظة : فالأطفال يمكن أن يتعلموا الكثير من الاتجاهات من خلال مشاهدة بعض البالغين خاصة المهتمين منهم يعبرون عن هذه الاتجاهات أو يمارسونها ، وهذه العملية تسمى بعملية التعلم البديلي أو التعلم بالإنابة، earningl sacariov التي يتعلم فيها الفرد السلوك عند مشاهدته أحد يقوم بالسلوك و يعزز عليه ، ويتم تعلم الاتجاهات بهذه العملية عندما لا يكون هناك خبرة مباشرة للفرد مع الشيء أو الشخص الذي كون الاتجاه نحوه من خلال التعلم بالملاحظة ، فالأطفال يطورون اتجاهات متحيزة ضد فئة ما عن طريق ملاحظة الوالدين ، مثال ذلك ، فإن الطفل الذي يسمع والده يعبر عن موقف ما متحيز ضد فئة ما معينة من فئات ذوي الحاجات الخاصة فإنه يميل إلى مثل هذا الاتجاه.

خامسا : عوامل تكوين الاتجاه :

تؤثر العوامل الوراثية تأثيرا طفيفا في عملية تكوين الاتجاهات و ذلك من خلال الفروق الفردية الموروثة، كـ بعض السمات الجسدية و الذكاء ،ولكن العامل الأهم في تكوين الاتجاهات هو البيئة بمفهومها الواسع وذلك من خلال التفاعل مع عناصرها المختلفة (1) ويمكن إبراز أهم هذه العناصر فيما يلي:

التأثيرات الأسرية : حيث تشابه اتجاهات الأبناء بشكل عام اتجاهات الوالدين سياسيا و اقتصاديا ودينيا، وقد ظهر من إحدى الدراسات الأمريكية (74%) من الطلاب

1-راضية الوقفي،مرجع سبق ذكره،ص.677.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ووالديهم لهم نفس الولاءات الدينية ، وأن (60%) من الطلاب يفضلون الأحزاب السياسية التي يفضلها الوالدين ، و أن أقل من (10%) كانوا في اتجاه معاكس لاتجاهات آبائهم. وفي هذا السياق يضرب أحد علماء النفس الاجتماعي مثالا، مؤداه بأن فتاة صغيرة سمعت قرع جرس الباب فذهبت لتري من الطارق ، ثم عادت لأمها وقالت أن هناك سيدة تريد أن تقابلك يا أماه ، ثم ذهبت الأم وعادت إلى الفتاة الصغيرة وقالت أنها لم تكن سيدة ، إنها مجرد زنجية ولا ينبغي أن تسمى الزنجيات سيدات (1) و مثل هذه الواقعة تمثل إحدى الطرق التي تشكل من خلالها الاتجاه بتأثير من أفراد الأسرة ولا سيما الوالدين (2)

تأثيرات المجموعات: تمارس المجموعات (الجماعات) مجموعة الزملاء و الأتراب أدوار أساسية في تكوين الاتجاهات ، حيث ينتشر الفرد اتجاهات أعضاء المجموعات السائدة فيها و تمارس هذه المجموعات دورها في تكوين الاتجاهات بالأساليب نفسها التي يمارسها الوالدان ، فما إن يبلغ الطفل السادسة يذهب إلى المدرسة و يقضي فيها مدة من الوقت يوميا يتعايش فيها مع أترابه ويكون مع بعضهم مجموعات يؤدي تفاعله مع أفرادها إلى تكوين اتجاهات مماثلة لا اتجاهات السائدة فيها ، غير أن تأثر الفرد باتجاهات المجموعة التي يكون عضوا فيها لا يكون على درجة واحدة من الشدة ، فهذا التأثير يزداد في المدرسة الابتدائية و يصل إلى الذروة في سن الثانية عشر و يبدأ بعد هذا السن بالتراجع.

تأثيرات المعلمين: غالبا ما يمازح المعلم الوقائع و الحقائق التي يذكرها لطلابه باتجاهاته و مواقفه عن تلك الوقائع وخاصة في التاريخ و الاجتماع و المعلومات المدنية.

1-جمال محمد أبو شنيب و أشرف فهمي خوخة، الدعاية و الإعلان. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص.171.

2-راضي الوقفي، مرجع سبق ذكره، ص.ص.677،678.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

تأثيرات الإعلام: نلاحظ آثار وسائل الإعلام و بخاصة التلفزيون بشكل بين عندما تنقل معلومات يحب الفرد سماعها و يميل أصلا إليها و إلا فإن أثرها يظل جزئيا في تغيير الاتجاهات الإيجابية المتكونة لدى الفرد.

استمرارية التعرض للمواقف : يؤدي الاتصال المستمر بأحد الموضوعات دون أن تترتب عقوبة أو إثابة على هذا الاتصال إلى تكوين اتجاه إيجابي منه ، وكثير ما يستخدم هذا المبدأ في الحملات الانتخابية و الإعلانات ، فالهدف هو إحاطة الناخبين باسم المرشح دون التعرض للمرشح المنافس ، أو تقديم سلعة للمستهلك دون تذكير له بالسلع الأخرى المماثلة ، و تكرار ذلك لكي يرسخ في ذهن المستهلك (1)

سادسا : وظائف الاتجاهات وعوامل تغييرها:

أ-وظائف الاتجاهات:

قد يتبادر إلى الذهن سؤال مؤداه : لماذا يتبنى الفرد اتجاهات نحو موضوعات مختلفة ؟

إجابة ذلك تشير إلى عدد من الوظائف يؤديها الاتجاه لمتبنيه منها(2)

إن الاتجاه يمكن الفرد من التكيف مع البيئة، إذ يجعله قادرا على تقدير المنبهات و تقييمها في ضوء أهدافه و اهتماماته مما يجعله يستطيع تصنيف الأفعال و الموضوعات في البيئة مكون للاستجابة المتاحة الملائمة المرتبطة بهذه الأشياء ، وهكذا تمر الاتجاهات الفرد بنظرة عامة للعالم يرى من خلالها الآخرين و الأحداث بشكل يبرز تصورا طيبا عن ذاته مما يعني حماية مفهومة عن ذاته من التشويه ، لذا يطلق البعض على هذه الوظيفة "الدفاع عن الذات"

الوظيفة الذرائعية : فالفرد يعبر عن اتجاهاته إما كي يقدم نفسه للآخرين ممن يشكلون جماعة : سواء كانت التي ينتمي إليها ، أو كانت التي لا ينتمي لها ، وإما يقيم هؤلاء

1-حلمي المليحي، مرجع سبق ذكره،ص.158.

2-عبد الحليم محمود السيد و آخرون،مرجع سبق ذكره،ص.49.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الآخرين و أفعالهم في كلتا الحالتين يسعى من خلال تعبيره هذا إلى الحصول على عائد ما.

التعبير عن القيم: فاتجاهات الفرد تعبر عن مفهوم متكامل عن ذاته و تدعمه مما يمكنه من امتلاك قيم و التعبير عنها بشكل يحقق الرضا.

مصدر المعرفة : إذ تمكن الاتجاهات الفرد من فهم العالم المحيط به لأنها تمده بإطار دلالة (مرجعي) يضيف معنى على الأحداث الجارية ،مما يجعله قادرا على توقعها و بالتالي يشعر بأنه أكثر كفاءة عند التعامل معها ،و تقدم دراسات حديثة الدليل على هذه الوظائف ، و بعض البحوث يدمج وظيفة الاتجاه الذرائعية مع وظيفتها كمصدر للمعرفة تحت مسمى النفعية utilitarian

إن تكوين الاتجاهات يؤدي إلى تحقيق وظائف أخرى يصنفها "كاتز " "Katz.D"(1960)

وهذه الوظائف(1):

وظيفة نفعية:تؤدي إلى تحقيق أهداف قيمة اجتماعية ، و بالتالي فقد تؤدي إلى ثواب اجتماعي يتضمن موافقة الآخرين أن الاتجاهات تقوم بوظيفة توافقية.

وظيفة دفاعية: كوسيلة لحماية الفرد نفسه بإنكار نقائصه و الدفاع عن مفهوم الذات ، فاتجاهات التعصب مثلا تساعد على الاحتفاظ بمفهوم الذات بواسطة المحافظة على الشعور بالتفوق على الآخرين.

وظيفة تعبيرية: حيث يتمكن الفرد من التعبير عن القيم التي يتمسك بها دون غيرها ، و بينما تشير الوظيفة الدفاعية إلى إنكار الفرد لحقيقة ذاته بحيث يحجب عن نفسه المعرفة بذاته ، فإنه في حالة الوظيفة التعبيرية يحاول الاعتراف بالتزاماته و التعبير

1- كامل محمد عويضة، علم النفس الاجتماعي. دار الكتب العلمية، بيروت،

لبنان، 1996، ص.ص.117، 118.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

عنها بوضوح إن الثواب الذي يظفر به الفرد بهذه الوظيفة ليس مجرد السند الاجتماعي بل هو أيضا تأكيد و إثبات أكثر للمظاهر الإيجابية لمفهوم الذات لديه.

وظيفة معرفية : المعرفة تمثل العنصر المعرفي في الاتجاهات وهو الذي يمنح صفة التماسك للخبرة و يحدد اتجاهاتها ، و هكذا تعيين الناس في التنبؤ و الاتفاق و الاستقرار في إدراكهم للعالم ومن خلال ما سبق ، نستنتج أن للاتجاهات دور كبير في حياة الإنسان باعتبار ما وجهه لسلوكاته في مختلف نواحي الحياة ، وكذلك لارتباطهم بالإنسان في مختلف مراحل عمره ، فالاتجاهات دائمة و بالتالي فإن تأثيرها مستمر كما أن تأثيرها بالبيئة الاجتماعية هو الآخر دائم و مستمر .

ب- تغيير الاتجاهات : ما إن استقر مفهوم الاتجاه ، بدأ الاهتمام مباشرة بدراسة كيفية تغيير هذا الاتجاه ، و ظهرت دراسات إمبريقية في هذا المجال في القرن العشرين (1)

فالالاتجاهات التي يكتسبها الفرد في حياته نحو مختلف المواضيع و الأشياء و الأشخاص قابلة للتعديل و التغيير ذلك تحت تأثير مجموعة من العوامل.وقد توصلت الدراسات التي أجريت في هذا المجال إلى وجود ثلاث مجموعات من العوامل يمكن أن تؤثر على عملية تغيير الاتجاهات، و هي:

1-خصائص مستقبل الرسالة:لأجل تغيير اتجاه شخص معين فمن الضروري معرفة مستواه المعرفي و مدى قدراته على التفكير بالمطروح عليه من اتجاه جديد ، و من ثم محاولة إقناعه (2) وقد لاحظ الباحثون أن هناك مسارين للإقناع :الأول هو المسار المركزي لإقناع ، والذي يركز على النقاش المنطقي المتعمق بالقضية التي يراد تكوين اتجاه بشأنها ، و عندما يكون مستقبل الرسالة مدفوعا للتفكير في القضية من ناحية و قادرا على معالجتها من ناحية أخرى فان استخدام المسار المركزي للإقناع هو أكثر الأساليب فعالية.

1-خضرة واضح ، مرجع سبق ذكره،ص.70.

2-أحمد يحي الزق، مرجع سبق ذكره،ص.278.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

أما الثاني: فهو المسار السطحي للإقناع ، و الذي يركز على الخصائص السطحية للرسالة مثل مدى جاذبية العرض للرسالة والمظاهر التعزيزية للرسالة أو لمقدمها . و المسار السطحي ربما يكون أكثر فعالية عندما لا يكون المستقبل مهتما كثيرا بالقضية أو غير قادر على النظر في القضية بعمق لأسباب متعددة منها ضعف مهاراته على التفكير في مثل هذا النوع من القضايا ، نقص الخبرة في مجال القضية التي تطرحها الرسالة أو لضعف قدراته ، و من هنا يكون المفيد أن يتعرف الفرد على مستوى الجمهور أو الأفراد الذين يخاطبهم عندما يسعى إلى طرح قضية ما أمامهم .

على سبيل المثال يكون من المفيد أن يتعرف المعلنون الذين يرغبون في بث رسائل إعلانية إلكترونية على شبكة الانترنت على الجمهور الذي يستخدم . هذه الوسيلة الإعلانية ، و نفس الشيء ينطبق على محتوى الصحف الإلكترونية من مواضيع اقتصادية و سياسية اجتماعية، ثقافية فإذا كان مطالع والأخبار على صفحات الواب واعون بالقضايا المطروحة و تأثيراتها و نتائجها و أبعادها و فهمها و تفسيرها، يكون النقاش متعمقا حول هذه القضية ، أما إذا كان مطالعوا الأخبار غير مباليين ولا مهتمين بالمحتوى المنشور فإن مصممو صفحات الصحف الإلكترونية سيركزون على العناصر الجانبية و السطحية من ألوان و أشكال...

-**خصائص الرسالة** : تغيير الاتجاهات يتأثر أيضا بخصائص الرسالة نفسها ، و من هذه الخصائص المؤثرة : التوازن في التقديم وتكرار الرسالة و يقصد "بالتوازن" تقديم نقاط القوة و الضعف في قضية ما ، ويشير البحث في هذا المجال إلى أن تقديم كلا من الجانب الإيجابي و السلبي من القضية يجعل الفرد مقاوما لتغيير اتجاهاته أكثر في المستقبل، مما قدم له جانبا واحد فقط(1)

أما "تكرار الرسالة" فيقصد به أن التكرار المتوازن (غير الممل) لطرح رسالة معينة على الفرد المراد تغيير اتجاهاته قد يأتي بنتائج ايجابية ، فتعريض الأفراد إلى مثير ما

1- خضرة واضح ، مرجع سبق ذكره، ص.111.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

يمكن أن يزد من تعلقهم به(1)، فكثرة معاشرة الأهل هي أهم أسباب تعلق الفرد بهم ، وعلى كل حال لا يجوز أن يستمر التكرار إلى درجة التي يصبح بها الشيء مملا ، بل يجب أن يتم التكرار حتى نتأكد أن الرسالة قد وصلت لأن الملل من الرسالة يكون اتجاهات ضد القضية التي يطرحها .

-**خصائص المصدر :** تلعب خصائص المصدر أو مقدم الرسالة دورا بارزا في التأثير على تغيير اتجاهات الجمهور من قضية ما ، وأهم هذه الخصائص المؤثرة : هو الموثوقية و المحبة فالأفراد أكثر ميلا لتقبل رسالة ما، و تغيير اتجاهاتهم من قضية إذا نقلت الرسالة من قبل شخص موثوق به من قبل المتلقي ، لذلك فإن الطفل مثلا يمكن أن يغير اتجاهاته أو يبني نحو قضية معينة إذا قدمت الرسالة من الوالدين أو المدرسين ، كذلك يمكن أن نغير من اتجاهاتنا من قضايا صحية إذا نقلت الرسالة من قبل طبيب متخصص في المجال الذي يتحدث به ، من ناحية أخرى ، فالأفراد يمكن أن يغيروا من اتجاهاتهم إذا نقلت الرسالة من قبل أفراد يحبونهم أكثر مما لو نقلت من قبل أفراد لا يحبونهم ، فتأثير المحبة على تغيير الاتجاهات يكون هاما خاصة إذا كنت تحاول إقناع أفراد اتخاذ موقف يرفضونه أساسا أو يعتبرونه غير مهم(2)

ولعلنا نلاحظ بوضوح تأثير هذين العاملين(الموثوقية و المحبة) من خلال مضامين الصحف الإلكترونية ، فغالبا ما تخصص أركان لصحافة التعليق أو العمود لشخصيات محبوبة من طرف الجمهور سواء كانوا صحفيين أو شخصيات أخرى ، لكسب ثقة الجمهور.

1- أحمد يحي الزق، مرجع سبق ذكره، ص.278.

2- ابن منظور، لسان العرب. دار صادر، المجلد 4، ط1، لبنان، 1994، ص.149.

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية

أولاً: تعريف الجمهور.

ثانياً: جمهور الصحافة الإلكترونية بين التنظير العلمي و الدراسة الميدانية.

ثالثاً: مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية.

رابعاً: أنواع جمهور الصحافة الإلكترونية.

خامساً: أهمية دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام ومحتواها.

سادساً: خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية و تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية

أولاً: تعريف الجمهور

لغة: جاء في قاموس "لسان العرب" أن جمهور كل شيء معظمه وقد جمهره وجمهور الناس: جلهم وجماهير القوم: أشرفهم، وفي حديث "ابن الزبير" قال معاوية: "إنا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمناقشة." "أي جماعاتها، واحداها: جمهور، وجمهرت القوم له إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته ومنه حديث النخعي أنه أهدى له بختج، قال هو الجمهوري وهو العصير المطبوخ الحلال وقيل له الجمهوري لأن عامة الناس يستعملونه أي أكثرهم، وعدد مجمر: مكثروا وجمهرة: المجتمع وجماهير: الضخم (1) والجمهور من الناس: جلهم و معظم كل شيء ... وجمهره: جمعه، وجمهر القبر: جمع عليه التراب ولم يطينه، وجمهر عليه الخبر: أخبره بطرف وكتم المراد" (2)

والجمهور الرمل الكثير المتراكم الواسع، وقال الأصمعي: هي الرملة المشرفة على ما حولها... وجمهر التراب إذا جمع بعضه فوق بعض، ومنه قوله "جمهروا قبوري، جمهرة وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجماهير القوم: أشرفهم، وعدد مجمر: مكثروا" (3)

اصطلاحاً: إن كلمة (mass) الإنجليزية والتي يقابلها بالعربية كلمة "جمهرة و حشد" مستمدة من الكلمة الإغريقية (maza) وتعني (وجبة الشعير)، وهي بالتأكيد غير معناها المتداول الآن فكلمة (maza) القديمة كانت كيله وزنيه، مكيال للشعير ولا زالت تستخدم أحيانا للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، و استعملت في النظم

1- ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ص149.

2- الفيروز أبادي، مرجع سبق ذكره، ص48.

3- الأزهرى، تهذيب اللغة. دار الصادق للطباعة و النشر، الجزء 6، مصر، 1976، ص.ص. 112، 113.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الاجتماعية للتعبير عن عدد كبير من الأفراد ، حشد أو جمهرة كما في اللغة العربية وبتعبير معاصر " جماهير أو جمهور " (1)

أما المستوى الأوربي فإن مصطلح (الجماهير)، ارتبط تاريخه باللغة الفرنسية وهو تعبير يوحي بالخوف و الاحتقار، ولنا في العربية توصيف آخر (الغوغاء أو الرعاع) (2)

وقد جاء في "المعجم الإعلامي" المؤلفه " محمد جمال الفار " أن الجمهور : الجمهور مفهوم اجتماعي يختلف بين مجتمع و آخر حسب طبيعة وظروف كل مجتمع ، وهم مجموعة من الناس يجمعهم موطن معين و مصالح واحدة و ظروف بيئية واحدة ، يمكن توجيههم و السيطرة عليهم و إسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه (3) وهناك من يعرف الجمهور بأنه " : مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجيههم و إسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوكه هذا، وفي تعريف آخر : "الجمهور كالتقطيع تجمعه مساحة واحدة أو نزعة واحدة ، ليس له رأي واحد ، وهو يتحرك طبقا لما يوجهه له الموجهون بحيث يصبح مسلوب الإرادة يخاف من يرهبه و يستسلم لمن يسيطر عليه" (4)

والملاحظ على هذه التعاريف أنها اعتبرت الجمهور منقادا وتسهل السيطرة عليه وتوجيه سلوكه بالاتجاه الذي يرغب فيه الموجهون له ، وهي نظرة سلبية جردت الجمهور من صفة الإرادة و المقدرة على الاختيار و الانتقاء أثناء تعرضه للمعلومات.

" الجمهور " عدد كبير من الأفراد يشتركون في وحدة المصالح ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة و تحقيق الذات ، و يختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر،

1-خضرة واضح، مرجع سبق ذكره،ص74.

2- المرجع السابق نفسه.75.

3-محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي.دار أسامة للنشر و التوزيع و دار المشرق الثقافي،ط1، عمان، أردن،2006،ص.130.

4-توماس جون كلايتون، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة.الدار الدولية للاستشارات الثقافية، مصر، 2006، ص.192.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ورغم أن معظم أعضاء الجماهير لا يتصلون غالبا اتصالا مباشرا ببعضهم البعض إلا أنهم يشتركون فيما يقرؤون و فيما يحصلون عليه من معلومات وفي نواحي النشاط المشتركة (1)

وقد يتفاوت النظر إلى مفهوم الجمهور من قبل الباحثين في علوم الاتصال لأسباب عديدة يأتي على رأسها السياق أو جملة المتغيرات التي يرتبط بها في أذهان الدارسين عند مناقشته ، وعلى سبيل المثال قد ينظر لمفهوم الجمهور في سياق التعرض كمجموعات أو وحدات لرسائل الإعلامية ، أي أن الجمهور هنا مجرد أرقام من المشاهدين لبرنامج أو المتابعين لتغطية صحفية أو تلفزيونية ويورد " دينز ماكويل (1987) D.Macquaiail" عدة تصورات لمفهوم الجمهور : الجمهور بوصفه عامة mass و الجمهور بوصفه جماعة اجتماعية عامة Social group و الجمهور بوصفه مقاربا لمفهوم السوق Market ، وفي كل هذه الصور يأخذ الجمهور معنى خاصا يقتصر على السياق و المتغيرات و المتغيرات التي يرتبط بها(2)

إن المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام لم يتكون هكذا طفرة واحدة وإنما مرت بمراحل تاريخية ساهمت في تطور هذا المفهوم وإضافة عناصر جوهرية ، وادخال تعديلات شكلية جديدة على خصائص أخرى تبعا لتطور التاريخي العام و تطور تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص ، ويمكن حصر مراحل تطور مفهوم جمهور وسائل الإعلام في خمسة مراحل أساسية وهي تبرز أهم العوامل التي ساهمت في تشكيل مفهوم الجمهور الحالي :

المرحلة الأولى : تمثلت في اختراع حروف الطباعة في القرن الخامس عشر على يد "غوتنبرغ" ، حيث ظهر جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف لاحقا و توزيعها على نطاق واسع ، وقد أوجد هذا

1- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي، فرنسي، عربي. دار الكتاب المصري و اللبناني، ط2، القاهرة، بيروت، 1994، ص.131.

2- عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري. مكتبة العبيكان، السعودية، 1997، ص.95.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

التطور النوعي تقسيما اجتماعيا اقتصاديا كان معروفا في السابق بين الأغنياء و الفقراء و الحضر و البدو ، و ساعد هذا التطور على تكوين مفهوم أولي بما يعرف حاليا بالجمهور العام(1) وفي هذه المرحلة كان الجمهور " عبارة عن حشد grond من الناس يجمعه هدف مشترك أو حدث وطني مهم ، و يتألف من أفراد ينتمون إلى جماعات و ثقافات متباينة (2) "

المرحلة الثانية : وتمثلت في الإفرازات الاجتماعية للثورة الصناعية التي أعطت دفعا قويا للطباعة مما أسهم في تنمية و تسويق الصحافة و خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد " المجتمعات الجماهيرية الجديدة " التي نمت حول المدن الصناعية الكبرى(3)، لقد نظر علماء الاجتماع إلى الأفراد في هذه المجتمعات الجديدة على أنهم حشد منعزل (mass) وشتات من المهاجرين الذين انتقلوا من الريف الذي تسوده الروابط العائلية و الصلات الاجتماعية ، إلى المدن و المجتمعات الجديدة التي اتسمت بالتباين بين أفرادها لغياب الأصول الثقافية، التي كانت تجمع بين الأفراد في روابط و صلات اجتماعية(4) و خلال هذه المرحلة اتسمت الصحافة بطابعها الجماهيري الذي لا يزال يلزمها إلى يومنا هذا ، و الذي انعكس على مختلف وسائل الإعلام مع بعض التعديلات.

المرحلة الثالثة : العامل الثالث الذي يساهم مساهمة كبيرة في الصياغة الحالية للجمهور و رسم معالمها الحديثة هو ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة في عشرينات القرن الماضي و تلفزيون خمسينات نفس القرن ، فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان حيث باعد البث الإذاعي و التلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة

1- الطاهر بن خزف الله، الوسيط في الدراسات الجامعية. دار همومة للنشر و التوزيع، الجزء 1، الجزائر، 2002، ص.48.

2- فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير. مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص.64.

3- الطاهر بن خزف الله، مرجع سبق ذكره، ص.49.

4- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. دار الفكر، ط1، بيروت، لبنان، 1987، ص.21.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة ثانية ، فجمهور شكلان لم جديان من أشكال هما " المستمعين " و "المشاهدين" اللذين لم تعد الأمية و الحواجز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما كان الشأن بالنسبة لجمهور الصحافة المكتوبة.

المرحلة الرابعة : و يتمثل العامل الرابع في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحريتها آخر مظاهرها ، فقد انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام و على الرقابة السياسية و الاجتماعية و مبادئ الوصول إليها و المشاركة فيها ، كما انعكس على وعي المجتمع ككل بأهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية و الثقافية ، فلم يعد الجمهور مجرد قراء للصحف و مستمعين للإذاعات ومشاهدين للتلفزيونات ولكنه في نفس الوقت يتضمن ناخبين و مستهلكين للسلع و الخدمات حيث ظهرت مصطلحات لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل جمهور الناخبين وجمهور السوق وجمهور المستهلكين... الخ (1)

المرحلة الخامسة : ويمكن تسميتها بـ "ثورة تكنولوجيات الاتصال الحديثة" التي لم تكتمل بعد ولم تظهر بوضوح تأثيراتها على مفهوم الجمهور ، وهي تشمل تأثير بث التلفزيون المباشر على الأقمار الصناعية ، و كذا التوسع المتسارع في استعمال شبكة الانترنت (2)، التي أفرزت شكلا جديدا من أشكال الجمهور ، هذا الأخير و باعتباره موضوع دراستنا سنتطرق إليه بشيء من التفصيل.

لقد ارتبط تطور مفهوم الجمهور بالتطور التاريخي لوسائل و تقنيات الإعلام الاتصال ، وقد زاد حجم جمهور وسائل الإعلام إلى أعداد كبيرة تنتشر بانتشار المساحات الجغرافية

1-الطاهر بن خزف الله، مرجع سبق ذكره،ص.50.

2-المرجع السابق نفسه،ص.50-52.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

و الأقاليم التي تنتقل إليها هذه الوسائل ، ثم جسد أهمية الحجم و الانتشار ظهور الإعلان واهتمام وصول المعلن إلى أكبر حجم ممكن من جمهور المتلقين ، الذي يرتفع بزيادته حجم جمهور المستهلكين و لقد درج كثير من أساتذة الإعلام في العالم العربي على استخدام لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلح الإنجليزي Audience ، وعلى استخدام اللفظ نفسه كترجمة لمصطلح Public ، رغم ما بينهما من اختلاف ، فاصطلاح public يشير إلى المجموع العام للأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أيًا من وسائل الإعلام أو وحداته ، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءًا من Public بينما يلزم كي يكون جزءًا من Audience أن يقوم بعمل ما ، كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع (1)

إن التعريفات المعاصرة ترى أن الجمهور : الجمهور عبارة عن تجمع حر يتميز بنوع من الاهتمامات المشتركة و المعرفة و الحاجات و التقويم المشترك بمقدار ازدياد الجماهير يزداد التمايز في صفوفها (2)

و كثيرا ما يحدث خلط بين مصطلحي "الجمهور" و "الحشد" نظرا لتداخلهما و اشتراكهما في بعض الخصائص و غير أن جمهور وسائل الإعلام هو "جمهور غير مباشر ، تكون نتيجة لتفاعل الناس مع مؤثرات ذات مدى و تأثير واسع ، مثل الصحافة و الإذاعة و التلفزيون ولم يتكون عن طريق الاقتراب الجسدي للأفراد كما هو الحشد" (3)

ويرى "هربرت بلومر H . Blumer" أن الجمهور (Public) يختلف عن الحشد أو الجماهير (grondor Mass) من حيث أن الجمهور أكثر تفككا ، و أقل اندماجا ، و أن أفراده ليسوا متماسكين، ولا يقوم بينهم التماسك الانفعالي الذي يتوفر في حالة الحشد،

1-جون ميرل و رالف لوينشتاين، الإعلام وسيلة و رسالة.ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ للنشر، السعودية، 1989، ص.165.

2-فلاح كاظم المحنة، مرجع سبق ذكره، ص.64.

3-المرجع السابق نفسه، ص.65.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

كما أن الفرد في الحشد ينسى ذاته و يتجه بعواطفه إلى الإيحاء الجمعي، يتفاعل مع الجو المحيط به و يتكون ما يسمى بالعقل الجمعي أو العقل الجماهيري (1)

ويرى البعض أن الجمهور يعني أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد ، إنه جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة و ذكريات و تقاليد محددة و ظروف حياة بعينها ، بيد أن هذه الجماعة ليست كلا متماثلا حتى و إن كانت مجتمعا محليا صغيرا جدا ، فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الفردية و الطبقية و المصلحة الاقتصادية و المعتقد الديني و الانتماء السياسي..... وما إلى ذلك (2)

وهو ما يفسر وجود جماهير متنوعة مثل جمهور الصحافة، جمهور الرياضة، جمهور الانترنت... الخ.

ويميز عالم الاجتماع البولندي " بان انشجيبا نسكي " بين "الجمهور " و "الحشد " الجمهور غير المحتشد " حيث يقول " : اهتمام مشترك ، وتبلور المواقف حول نفس الموضوع أو الحدث هو الأساس للقيام بالتمييز بين المفهومين " ، ويضيف قائلاً " : إن الجمهور المحتشد ما هو إلا القراء الذين يقرؤون نفس الصحف ، ويستمعون لنفس البرامج الإذاعية ، و يشاهدون نفس البرامج التلفزيونية " ، في حين أن "الجمهور غير المحتشد ما هو إلا جماهير مبلورة ، أي مجموعة كبيرة من الناس تحركهم نفس أساليب الإثارة وتتوجه أذهانهم في اتجاه تفكير و اهتمام متشابه ، وهؤلاء الناس لا يعيشون بالقرب من بعضهم البعض ، رغم ذلك يتصرفون بشكل متشابه " (3)

1-جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية. جامعة باجي مختار، عنابة، 2003، ص.16.

2-شون ماكبرايد و آخرون، أصوات متعددة و عالم واحد. الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر، 1981، ص.408.

3-فلاح كاظم المحنة، مرجع سبق ذكره، ص.388، 389.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

إن الجمهور ورغم أنه يشبه " الحشد " في جوانب عديدة إلا أنه يختلف عنه اختلافا رئيسيا في جوانب أخرى، ويتميز الجمهور بالخصائص التالية: (1)

- يتكون الجمهور من أفراد من مختلف الأعمار، و الطبقات الاجتماعية و الاقتصادية، ومن مختلف المراكز و المهن و المستويات الثقافية .

- يتكون الجمهور من أفراد يجهل بعضهم البعض الآخر غالبا.

- لا يتم غالبا تفاعل أو تبادل لخبرة بين أعضاء الجمهور فهم عادة متفرقون، وكذلك يعكس أعضاء الحشد.

- يكاد التنظيم أن يكون معدوما في الجمهور، فهو عاجز عن العمل الموحد الذي يميز الحشد.

وبناء عليه ، يشير مصطلح جمهور إلى مجموعة كبيرة من الناس من مختلف المهن ومن مختلف الطبقات الاجتماعية ، و كل فرد من أفراد هذا الحشد أو الجمهرة مجهول الهوية ، ولا يتفاعل مع الآخرين ، ولا يتبادل معهم الخبرة و المشورة ، فأفراد الجمهرة منفصلون عن بعضهم البعض ماديا كما أنهم غير منظمين أو قادرين على أن يعملوا كوحدة واحدة بشكل فعال، ولا يستطيع أفرادهم الاتصال ببعضهم إلا بطرق محددة، فيضطرون إلى أن يعملوا منفصلين كأفراد ولهذا فغالبا ما يتخبطون في سلوكهم (2)

إن الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهيري، تتجنب استخدام مصطلح " الحشد " (mass) و تميل إلى استخدام مصطلح " جمهور المتلقين (Mass audience) "، الذي يشير إلى قيام الأخير بدور في العملية الاتصالية ، ويعود ذلك إلى الاستخدام التاريخي القديم الذي يشير إلى جمهور المشاهدين في العمل المسرحي عند اليونان ، و الذي كان ينظر إليه كجزء من هذا العمل ، يعني وجوده و الغرض من وجوده و ردود أفعاله في

1- خضرة واضح، مرجع سبق ذكره، ص.80.

2- محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال. مكتبة الإشعاع، ط1، الإسكندرية، 2001، ص.99..

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

إطار ما يتفق مع حالته و سماته الاجتماعية ، وبذلك فإن مصطلح " جمهور المتلقين " يستعير من مفهوم " الحشد " الكثرة العديدة و التباين في السمات و يستعير من مفهوم "المتلقي (audience) " التفاعل و المشاركة الايجابية و التفاعل خلال هذه العملية في إطار السياق الاجتماعي و الثقافي الذي ينتسب إليه و تتحدد به ولاياته و انتماءاته .(1)

وفي سياق الحديث عن التفاعل أثناء العملية الاتصالية ، جاء في "المعجم الإعلامي" لمؤلفه" محمد منير حجاب "أن الجمهور" هو اصطلاح فني يقصد به مجموعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة ،كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية ، تؤثر فيه و تتأثر به ، أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين ، كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس ، أحيانا يكون هذا المحيط مدينة أو إقليما و أحيانا يكون العالم بأسره(2)

و يمكن القول أن جمهور وسائل الإعلام كظاهرة للدراسة عرف توجيهين أساسيين ففي البداية اعتبرت النظريات الإعلامية المبكرة الجمهور متلقيا سلبيا ، يستقبل و يتأثر بالرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام بطريقة مباشرة وقوية ،وهي النظرة التي تتبناها نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام ، ومع تطور دراسات و أبحاث الاتصال و الإعلام أثبتت أن الجمهور ليس سلبيا في تعرضه للرسائل الإعلامية بل إنه يختار و ينتقي ما يشبع حاجاته و رغباته ، كما أثبتت أيضا أن الفرد أثناء تعرضه يتأثر بمجموعة من العوامل النفسية و الاجتماعية ، وهي النظرة التي تتبناها نظريات التأثير بمجموعة من العوامل النفسية و الاجتماعية ، وهي النظرة التي تتبناها نظريات التأثير الاختياري (الانتقائي)، و التأثير غير المباشر لوسائل الإعلام ، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى دراسة الجمهور لمعرفة احتياجاته و اتجاهاته نحو وسائل الإعلام و المحتوى الذي تقدمه. ولا بد أن نشير إلى أن الكثير من باحثي الاتصال الجماهيري في دراسة

1-محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. مرجع سبق ذكره،ص.25.

2-محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي.مرجع سبق ذكره،ص.204..

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الجمهور يفضلون التحفظ على مفهوم "الجمهور" في تأسيساتهم النظرية و الإمبريقية ، وهو ما يدفع البعض إلى النظر إليه من زاوية التجانس من عدمها بمعنى هل هناك علاقة اهتمام مشترك فيما بينهم كأفراد (مجموعة أطباء،الطلاب،الرياضيون) ، بحيث يفترض المرسل وجود شيء من التجانس فيما بينهم في تعرضهم للوسيلة الإعلامية ، أو أن الجمهور يتسم بالعمومية وليس بينهم أية روابط تجانسيه أو اهتمامات مشتركة توحد تعرضهم للرسائل الإعلامية (1)

إن التطورات التي طرأت على البيئة الاتصالية الحديثة القائمة على تكنولوجيا الكمبيوتر ، كانت مدعومة بخصائص جديدة تماما ومن أهمها التفاعلية Interactivity ، حيث أصبح نمط الاتصال الذي يتم في حالة هذه الوسائل(ألعاب الفيديو،أجهزة الكمبيوتر،الإنترنت) هو اتصال ذو اتجاهين، يتطلب مستخدما نشطا في هذا الحوار بين الإنسان و الآلة (2)Man- Machine Dialogue، وعليه يكون جمهور مستخدمي الإنترنت جمهورا تلقائيا، يتفاعل بشكل مباشر مع القائم بالاتصال و مع المحتوى الذي يقدمه عبر شبكة الانترنت.

وفي ضوء ما سبق ذكره ،نقول أن الجمهور في دراساتنا هته يقصد به : مجموع الطلبة و بالتحديد علوم الإعلام والاتصال في جامعة محمد خيضر بسكرة، و الذين يستخدمون الإنترنت و يطالعون الصحف الإلكترونية.

1- عبد الله الطويرقي، مرجع سبق ذكره،ص.92.

2-رواية هلال حمد شتا، حاجات المراهقين الثقافية و الإعلامية.مركز الإسكندرية

للكتاب،الإسكندرية،2006،ص.68.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ثانيا : جمهور الصحافة الإلكترونية بين التنظير العلمي و الدراسة الميدانية :

1-نظريات تكوين جمهور وسائل الإعلام :

ظهرت العديد من النظريات الإعلامية حول جمهور وسائل الإعلام ،تتكامل فيما بينها بشكل يعطي نمطية وصفية للجمهور ، بهدف تصنيفه وفق فئات ديمغرافية ، وتحديد خصائصه و أساليب اتصاله ، ليسهل في النهاية تحليل واقعة في سياقاته المختلفة.

وقد قسم الدكتور " علي قسايسية " هذه النظريات إلى ثلاثة أنواع (1) ،منها ما يهتم بالعروض التي تقدمها وسائل الإعلام ، ومنها ما يهتم بشروط التوزيع و إمكانيات الاستقبال ، ومنها ما يهتم بطلبات الجمهور ، وسنتطرق إلى بعض هذه النظريات ، بما يشكل لنا خلفية نظرية عن جمهور الصحافة الإلكترونية كما يلي :

1-أ- نظرية الفروقات الفردية: Individual Differences theory :

تركز هذه النظرية على مقولة "إعطاء الجمهور ما يريد"، وبما أن أفراد الجمهور مختلفون من حيث الأذواق و المصالح و الاهتمامات و الإدراك، فإن نجاح الوسيلة إعلامية ما مرتبط بتقديم محتواها للجمهور على أساس الدراسة و التجريب.

1-ب- نظرية اختلاف مصادر الترفيه: Differential leisure Ressources :

تركز هذه النظرية على الاستعدادات و الفائدة من استقبال الرسائل الإعلامية من قبل الجماعات الاجتماعية، كما أنها تتوفر على ثلاث عناصر :وقت الفراغ المتوفر، المستوى التعليمي ووفرة المال .

1-علي قسايسية، محاضرات مقياس دراسات الجمهور للسنة الثالثة اتصال و علاقات عامة. قسم علوم الإعلام و

الاتصال، جامعة الجزائر، شبكة عالم الجزائر n: www.dzworld http:// زيارة يوم:2010/02/13.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

1-ج- النظرية الوظيفية : Functionnal Theory

تتمحور على الحوافز التي تدفع الجمهور إلى استعمال وسائل الإعلام الجماهيرية بهدف إشباع حاجاته ، وحل مشاكله النفسية و الاجتماعية ، وحاجته إلى الإعلام و الترفيه فهذا يحدد حجم الجمهور و نوعه .

1-د- نظرية التفسير السوسيو ثقافي: Socio cultural Explanation

تصنيف هذه النظرية جديدا عن النظريات السابقة، فبينما تهمل الأخيرة السياقات الثقافية و الاجتماعية التي يوجد فيها الجمهور، ترى هذه النظرية أن الأفراد و الجماعات يميلون إلى الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المتعلق بالمحيط القريب و المؤلف لديهم و يخضعون للقيم الاجتماعية و الروحية السائدة.

وبعد عرضنا المقتضب لبعض النظريات الإعلامية المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام ، يمكن القول أن أفراد جمهور الصحافة الإلكترونية متميزين في اهتماماتهم و ادراكاتهم ، و مختلفين في إمكانياتهم المادية و الثقافية و متنوعين في حاجاتهم ، لهذا لا ينبغي إهمال مختلف السياقات الخاصة و العامة المرتبطة بهم كأفراد اجتماعيين عند إخضاعهم للدراسة ، وعلى أساس النتائج المتحصل عليها يمكن فهم تكوين و طبيعة جمهور الصحف الإلكترونية.

2- الدراسة الميدانية لجمهور وسائل الإعلام :

2-أ- البحث الأمبريقي:

بفعل توسيع تطبيق مناهج العلوم التجريبية على العلوم الاجتماعية بما فيها علوم الإعلام و الاتصال ظهرت " الأبحاث الأمبيرقية " Empirical Researches ، كنوع من الدراسات

الميدانية التي تعتمد على المعطيات الواقعية أكثر من اعتمادها على النظريات.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

وما يميز الأبحاث الأمبريقية في الإعلام و الاتصال ما يلي:(1)

-الكمية:بمعنى ترجمة الظواهر إلى بيانات و أرقام في إطار نزعة علمية دقيقة

-الموجبية: تنطلق من مبدأ أن وسائل الاتصال هي أدوات اجتماعية في الأساس لذا ينبغي دراسة كيف تكون فعالة أكثر في تحقيق الترابط الاجتماعي و الاقتصادي.

-الوظيفية:كل منتج إعلامي أو وسيلة إعلامية إلا ولها وظيفة اجتماعية.

-الموضوعية: تطبيق الأساليب العلمية في الدراسة من أجل الوصول إلى حقائق علمية دون اللجوء إلى أحكام قيمية مسبقة.

-أنها تهتم بالوقائع و الظواهر القابلة للقياس.

وتركز الدراسة الأمبريقية على ثلاث افتراضات أساسية هي:

*افتراض موضوع قابل للدراسة.

*الفرضيات هذه قابلة للإثبات أو الإلغاء ولا تهتم بالتجريد الفلسفي.

*يمكن للباحثين صياغة طرق مختلفة لدراسة الواقع موضوعيا.

وللاستفادة علميا وعمليا من نتائج الأبحاث الأمبريقية ، يوصي أهل الاختصاص بضرورة الاستمرار مع النتائج السابقة ، وضرورة الانسجام بين محتوى الفرضيات و النتائج المتوصل إليها وكذا احترام صارم للأمانة العلمية وأخلاقيات البحث ، لتفادي التلاعبات السياسية التي غالبا ما تحاول توجيه نتائج الدراسة وأخلاقيات البحث،وبخاصة في ميدان سبر الآراء(2)

1-عبد الوهاب غالم،محاضرات مقياس نظريات الاتصال للسنة الثالثة اتصال و علاقات عامة.جامعة عبد الحميد

بن باديس مستغانم،منشورة في موقع شبكة منتديات طلبة الجزائر،<http://etudiantdz.com/vb/t39542.html>.

2-علي قسايسية، محاضرات مقياس دراسات الجمهور. مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ويمكن حصر أهم جوانب الدراسة الأمبريقية فيما يلي: (1)

أولاً : الأبحاث الأمبريقية التي يشار إليها في الأدبيات الأنجلوسكسونية عادة بأبحاث الجمهور (Audience Research) ، ترتكز بالأساس على العمل الميداني ، أي جمع المعطيات المتعلقة بحجم الجمهور و بنيته الديمغرافية و المهنية و السوسيو ثقافية و أنماط التفاعل مع الرسائل الإعلامية من الجمهور نفسه.

ثانياً : أساليب الأبحاث الأمبريقية الشائعة هي أخذ عينة تمثيلية للجمهور المراد بحثه وقياس حجمه و كيفية تشكيله و أنماط استجاباته للرسائل الإعلامية ، إلى جانب قياس فئات العينة مثل: السن و الجنس و المستوى التعليمي. و الوضع الاجتماعي أو مستوى الدخل و المهنة و الدور الاجتماعي و مكان الإقامة، و تأخذ بعين الاعتبار الخصائص السيكولوجية و السوسولوجية و السياقات الاجتماعية و السياسية و الثقافية التي يجري فيها التفاعل بين الجمهور و الرسائل الإعلامية وهناك ثلاثة أساليب تستعمل على نطاق واسع في دراسة جمهور الوسيلة الإعلامية: (2)

- **أسلوب البحث التجريبي :** يستعمل خاصة في عملية الكشف عن الخصائص السيكولوجية و الاجتماعية و التفاعل الاجتماعي ، وتأثير سياقات المتنوعة في استجابة الجمهور للرسائل الإعلامية.
- **أسلوب دراسة الحالة :** ويستخدم الملاحظة و متابعة الحالة المدروسة لفترة زمنية معينة ، و المقابلة الجماعية أو الفردية و الوثائق ، وهو أسلوب لبحث ظاهرة معينة في فضاء معين ، لكن نتائجها غير قابلة للتعميم.
- **أسلوب المسح :** أسلوب يقوم أساساً على الاستجابات و الاستثمارات لتحديد فئات الجمهور على أساس الجنس و السن و المستوى التعليمي و الوظيفة و المواقف و الآراء

1- علي قسايسية، محاضرات مقياس دراسات الجمهور. مرجع سبق ذكره.

2- المرجع السابق نفسه.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

وما ينطبق مع أسلوب دراستنا من بين هذه الأساليب هو أسلوب المسح ، كمنهج علمي يقوم على جمع المعلومات من أفراد جمهور الصحافة الإلكترونية، وقد استخدمنا أداة الاستمارة.

2-ب- القياس الكمي الإلكتروني لجمهور وسائل الإعلام :

لقد أصبحت المؤسسات الإعلامية توظف منهجيات عديدة لدراسة الجمهور ، وهي ذات فعالية فائقة بفضل التراكم التاريخي للتجربة في هذا المجال وخاصة بالنسبة للتلفزيون ، وتستخدم هذه المؤسسات تكنولوجيات باهضة و معقدة لقياس المشاهدة (لحظة بلحظة)، إضافة إلى استخدامها للمناهج الكمية و الكيفية التي توفرها العلوم الاجتماعية ، و تسمح هذه المعطيات المتنوعة الطبيعة و المصدر بمعرفة من يشاهد؟ماذا؟متى؟وكيف؟ (1)

تمثل آليات دراسة الجمهور التي ابتكرها المهنيون " لاصطياد المستخدم "على حسب تعبير " جوزيان جواي "، و المهنية العالية التي تتسم بها أدوات قياس يتم بفضلها ترجمة استخدامات الجمهور إلى معطيات كمية و شكلية لبناء المعادلة التسويقية الإعلانية ، بهدف رسم ملامح كبرى للمستخدمين كأهداف تسويقية لا يمكن أن تقضي إلى معرفة دقيقة و كيفية عن استخدامات هذا الجمهور (2)

فالمستخدم كذات يحافظ على غموضه الكامل، وحتى و إن كانت البرمجيات تحاول رصده و تعقبه حيثما يذهب، فإن الكم الهائل من المعطيات التقنية التي توفرها آليات دراسة الجمهور لا تتجاوز معرفة عدد زوار الموقع ، وعدد الصفحات المعروضة ، و الصفحات الأكثر زيارة ، و الزمن الذي يقضيه المستخدم في الموقع ، و التوزيع الجغرافي للمستخدمين.

1-الصادق الحمامي، تجديد الإعلام:فرضيات حول هوية الصحافة الإلكترونية، جامعة الشارقة،ص.34.

2-المرجع السابق نفسه،ص.34.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

ثالثا : مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية:

يلاحظ أن تطور وسائل الإعلام الجماهيري قد صاحبه أيضا نمو و تطور الجمهور معها ، ووفقا لتصنيف البحوث ، يمكننا أن نصنف تطور جمهور الصحافة الإلكترونية إلى تصنيفين ، وكل تصنيف يضم مرحلتين:

1-التصنيف الأول : يتناول هذا التصنيف جمهور الصحافة الإلكترونية في مرحلتين يرتبطان بمدى توفر الصحيفة الإلكترونية لأفراد المجتمع كما يلي :

أ- مرحلة الصفوة Elite : و فيها يكون جمهور الصحافة الإلكترونية صغير العدد

نسبيا ، تمثله القطاعات الأكثر تعليما و الأكثر ثراء (1)فمثلا اقتصرت أولى الصحف المطبوعة في أوروبا على جمهور صغير له اهتماماته الخاصة ، كذلك الأمر بالنسبة لجمهور الصحافة الإلكترونية ف مرحلته الأولى، لهذا نجد أن البعض من الناس إلى وقتنا الحالي ينظر إلى الصحافة الإلكترونية على أنها وسيلة إعلام نخبوية ولا تمثل الطبقة المتوسطة من المجتمع

1- بمرحلة الحشد Mass: تتيح شبكة الانترنت إمكانيات هائلة للحوار والمعرفة و التنقيف و التعليم و التأطير و التتوير لكل فئات المجتمع ، ولذلك فإن مرحلة الحشد يتكون فيها جمهور الصحافة الإلكترونية الفعلي من قطاعات المجتمع التي يبدو أنها تمثله أي الطبقة المتوسطة ، إذ يتم ربط المجتمع بالصحيفة بشكل يومي.

وبشكل عام يمكن القول أن قطاعات ضخمة من الجمهور في مجتمعات المعلومات، خاصة في الولايات المتحدة وغرب أوروبا واليابان تعيش الآن مرحلة الحشد (2)، بينما باقي قطاعات الجمهور في باقي دول العالم تعيش مرحلة الصفوة.

1-محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و مستقبل صناعة الصحف. السحاب للنشر و التوزيع،2005، ص.188.

2-المرجع السابق نفسه،ص.189.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

إلا أننا نجد الجمهور داخل البلد الواحد قد يعيش المرحلتين مجتمعيتين في الوقت نفسه ،
فبينما نجد أشخاصا ضمن مجموعات متخصصة قائمة بذاتها

منتديات الشروق أون لاين، لا يعلم البعض من الناس أنه يمكن الإطلاع على صحيفة
الشروق عبر شبكة الانترنت.

في هذا الإطار يذهب نموذج " روجرز " و "سفينينغ ROGERS AND SEVENING "

الذي وضعناه عام 1969 ،إلا أن التعرض إلى المستجد من وسائل الاتصال تتحكم
فيه بعض المتغيرات السوسيو-ديمغرافية ، بحيث أنه كلما كان الإنسان متعلما وله دخل
مرتفع نسبيا ومركز اجتماعي وغير طاعن في السن ويزور المدن الكبرى ،كان
تعرضه إلى وسائل الاتصال أكبر (1)

2- التصنيف الثاني: نعرض تصنيفا آخر خاص بجمهور الصحافة الإلكترونية
موضوع دراستنا، و يرتبط هذا التصنيف أساسا بعنصر التفاعلية، كما يلي:

أ- 2 المرحلة الأولى : مرحلة التفاعلية INTERACTIVITY

في هذه المرحلة تعتبر أدوات مثل المنتديات التعليقات و الاستفتاءات و المجموعات
البريدية و سجلات الزائرين هي الأكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش، و
إبداء الرأي في المواد المقدمة من خلال المواقع الإلكترونية.

فقد بدأت مرحلة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة و بأساليب تحاول
فيها أن تبقى المتلقي على اتصال دائم بالمحتوى الإعلامي مثل التعليقات و الاستفتاءات
،وبمنتج الرسالة الإعلامية عبر مجموعة من الآليات ، أبرزها البريد الإلكتروني و
سجلات الزوار ، ثم تطور الجمهور إلى الاشتراك في صنع محتوى الصحف عبر آلية
جديدة تمثلت في المشاركة في المنتديات الإلكترونية ،قبل أن يصبح هو من يشرف

1-السعيد بومعيزة، محاضرات مقياس الأثر السوسيوثقافي لوسائل الإعلام . السنة الأولى ماجستير، قسم علوم

الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007 .

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

على إدارة المنتديات في منزله، وبعدها انتقل إلى الاشتراك في القوائم البريدية ثم إلى شكل المجموعات البريدية التي تتيح لكل مستخدم القدرة على تبادل المحتوى مع غيره (1)

ب- 2 المرحلة الثانية : مرحلة ما بعد التفاعلية PRES INTERACTIVITY

تمثل المرحلة السابقة الذكر انطلاقة حقيقية لما يطلق عليه في علوم الإعلام التفاعلية، ومهدت بصورة كبيرة للمرحلة الثانية و التي بدأ تاريخيا عام 1995 مع بداية ظهور المدونات وانتشرت عام 2003 توكبا مع الحرب على العراق و الصدى الذي أحدثته إنها مرحلة ما بعد التفاعلية (2)

بدأت صحف إلكترونية كثيرة في العالم إدخال خدمات ما بعد التفاعلية في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 2.0 ، بهدف زيادة اشراك جمهورها في صنع محتواها مثلما فعل موقع قناة (البي بي سي) عندما خصص برامج بالتعاون مع اليوتوب You tube تعتمد على تحاور جمهور الموقع مع الخبراء، لذلك ففي هذه المرحلة يمكن كل فرد من أفراد الجمهور مرسلا للمعلومات، في الوقت الذي يقوم فيه بتبادل وجهات النظر و إقامة حوارات تفاعلية مع القراء و الصحفيين و السياسيين و المتقنين و نخب المجتمع المختلفة كمرحلة تفاعلية، ويطلق عليه هنا اسم " المواطن الصحفي " ، فنجده ينشط أكثر فيما يسمى المدونات أو البلوغرز و الموسوعات المفتوحة مثل موسوعة الوكيبيديا و المواقع والمساحات الخاصة MY SPACE الخ والتي تشكل نوعا خاصا من الصحف الإلكترونية، حسب تصنيف بعض الباحثين ، وهذا ما يسميه البعض الابتكار الأفقي أو الصاعد (Innovations Axendants) أي ابتكارات المستخدمين الذين لا

1-فاطمة فايز عبده قطب، استشراف الاتجاهات المستقبلية للانترنت. موقع أنفاس

http://www.anfasse.org/portail، زيارة يوم: 2009/10/04.

2-هبة ربيع، جماهير الانترنت تصنع الأخبار. موقع إسلام أون لاين، serf، http://www.islamonline.net.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

يكتفون باستهلاك المضامين و استخدام التطبيقات المتوفرة (1) ويسميا أيضا "أريك فون هيبيل" بـ "دمقراطية الابتكار."

هذه الأدوات الجديدة المسماة بخدمات ما بعد التفاعلية ، تتمحور فيها المواقع إلى قواعد بيانات مستندة لخوادم ضخمة ، مصحوبة بأدلة لتسيير استخدامها ، وعبر هذه المساحة الحرة أصبح الجمهور يتحكم في العملية الإعلامية بما فيها تحديد الرسالة و صياغة محتواها وتحديد المجتمع الذي يتم تداول الرسالة خلاله (2)

رابعا :أنواع جمهور الصحافة الالكترونية :

قبل التطرق إلى تصنيف جمهور الصحافة الالكترونية،سنحاول عرض أنواع الجمهور بصفة عامة ثم نسلط الضوء على جمهور الصحافة الالكترونية موضوع دراستنا ، و عليه فان الجمهور نوعان رئيسيان هما :

1- **الجمهور العام :** و هو نوع الجمهور المتلقي أي ينتمي إليه معظم الأفراد حين يتحدثون عن الجمهور العام لوسائل الاتصال ، و الفرد في هذا الجمهور يعرض نفسه إلى الوسائل الجماهيرية بصورة فردية و شخصية ومجزأة ،و هو لا يحس بأي نوع من الرفقة مع الآخرين ، و هو لا يفكر في نفسه كواحد من مجموعة من أي نوع ، و بالتالي فان العضو من الجمهور العام لوسائل الاتصال يتفاعل بشكل مستقل مع الرسائل الإعلامية .

و عندما نقول مثلا إن التلفزيون على الأقل من ناحية برامجه العامة وسيلة جماهيرية ،فذلك يعني انه اتصال أوله إمكانية الوصول إلى جمهور عام عريض و غير متجانس و هناك برامج معينة في التلفزيون قد توجه بصفة أساسية نحو شرائح محددة

1- cardon,D, **la traitoire des innovations ascendautes :inventiveté.** coproduction et collectifs sur internet : retrieved september 3,2009from http://Hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04PDF/cardon_Iur2006.PDF..

2- هبة ربيع،مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

أو قطاعات متخصصة من هذا الجمهور العام العريض و لكن التلفزيون نفسه ،ليس متخصصا وإنما هو عام (1)

2- **الجمهور الخاص :** و هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما، و يصبح بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه و تلبية حاجاته، بحيث يمكن إن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي و ينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز، و هذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات و تكيفها (2) و هناك من يصنف الجمهور بناءا على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع إلى الأصناف الآتية : (3)

أ- **أصحاب الاتجاه العلمي :** و هم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص و الأشياء و المعاني و أوجه النشاط الإنساني في إطار القوانين و النظريات و العلاقات العلمية و يتأثر سلوك الفرد الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم ، حيث إن الفرد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض بمعيار الموافقة أو القبول مع المعايير العلمية ، و كذلك بقيمة ما يضيفه العمل إلى المعرفة الإنسانية و يتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي وسعة الاطلاع على العلوم و الثقافات المختلفة .

ب- **أصحاب الاتجاه المادي (المنفعي):** و الفرد من أصحاب هذا الاتجاه يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة و العائد المادي ،وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك

1- محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، مصر ، 2007 ، ص 395.-

2-خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة. مذكرة ماجستير، غير منشورة ،قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2006-2007، ص.144.

3-محمد نصر مهنا، مدخل إلى الإعلام و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005، ص.101.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الاتصالي مع وسائل الإعلام، مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التي تفيد الفر في اتخاذ قراراته اليومية.

ج- أصحاب الاتجاه المعنوي : تتأثر أحكام الفرد من أصحاب هذا الاتجاه بالمنفعة أو العائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق و الانسجام و الإشباع الوجداني و العاطفي مثل الجمال و الإبداع الإنساني الذي يكون مصدره الفن و الأدب بفروعه المختلفة ، و بالتالي فهو عكس الاتجاه السابق تماما.

و في هذا الاتجاه تسود المعاني و الرموز الايجابية للعلاقات الإنسانية و التي تدعم الحب و الخير و السلام و الإخوة و التعاطف و المودة و الألفة الخ .

د- أصحاب الاتجاه الاجتماعي : و يرتبط هذا الاتجاه بإطار الأحكام التي تتوارثها الجماعات و المجتمعات لنمط السائد من التقاليد و الأعراف و العادات التي تحكم علاقة الفرد بالغير داخل الجماعات بأنواعها المختلفة مثل : العلاقات داخل الأسرة أو الجيرة أو الأصدقاء، إلا أن هذا التصنيف لا يقدم حدودا كاملة بين هذه الفئات ، و ذلك لاحتمال تداخلها مع بعضها البعض عند بعض الأفراد ، و لكن اختيارها قد يشير إلى سيادة اتجاه معين في التمسك بأنماط معينة من المعايير الثقافية ، و التي يمكن اتخاذها أساسا لتفسير العلاقات مع وسائل الإعلام . وتعتبر معرفة الجمهور هي أساس العملية الاتصالية ، و ذلك بتحديد الجمهور الذي يتم الاتصال به ومعرفته جغرافيا و قطاعيا . فبالنسبة لتحديد الجمهور جغرافيا فان طبيعة القائم بالاتصال هي التي توضح نوع الجمهور الذي يتجه إليه ، حيث يوجد جمهور يتميز بخصائص معينة تساعد على ما يتصل بالترفة بين الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي ، أو بين جمهور معادي و جمهور غير معادي ، أو بين الجمهور الصديق المؤيد و المحايد ، و دوافع كل منهم . وبناءا عليه يمكن إن تتضح المناطق الجغرافية التي يتعين على القائم بالاتصال إن يوجه رسالته الاتصالية إليها . أما فيما يخص تحديد الجمهور قطاعيا ، فيتم وفقا لمواقف فئات الجمهور من قضايا القائم بالاتصال ، ثانيا عدم الاهتمام بمعنى تلك التي لا تعبر

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

عن أي اهتمام ،و تعبر عن موقف سلبي (1)و يذهب الباحثان "جون ميرل" " رالف لوينشتاين" إلى تصنيف الجمهور إلى ثلاثة أصناف بسيطة نسبيا هي :

أ- **الجمهور الأمي** : و هذا النوع من الجمهور يضم أميين حقيقيين و كذلك أفراد ذو اتجاهات أمية ،بمعنى أشخاصا يستطيعون الكتابة و القراءة و لكنهم لا يفضلون ذلك غالبا ،و الفرد في هذا الجمهور مرتبط بوسائل الإعلام ارتباطا سطحيا فهو يبحث عن الترفيه و الإثارة في تعرضه للوسيلة، و لذلك يتعرض لرسائل الإعلامية الأكثر سطحية و تشبعا بالحركة .فالفرد الأمي يتصف بالخمول الذهني ،فهو مستهلك سطحي لا يستمتع إلا بالإثارة الصادرة من الرسائل في وسيلته الإعلامية ،حيث يبذل اقل جهد ممكن عند استقباله لتلك الرسائل ،و لذلك نجد أفراد الجمهور الأمي منعزلين ،لا تعنيهم المشاركة في النشاطات الاجتماعية و السياسية و لا يهتمون بأي نوع من وسائل الاتصال التي تجعلهم يفكرون أو يناقشون أو يصبحوا معنيين بالمشكلات و القضايا(2).

ب- **الجمهور العلمي أو الذرائعي** : الذرائعيون هم كائنات اجتماعية يرغبون في إغراق أنفسهم داخل ميكانيكية مجتمعاتهم ،و لذلك فهم يشاركون ويقودون الحملات و ينتخبون و ينتمون إلى المنظمات و لديهم هويات و هم يسافرون و يمتلكون سيارات و يشاهدون التلفزيون و يستمعون للراديو و يطالعون الصحف و المجالات و لذلك فهم غير خاملين ذهنيا ولا جسمانيا،و يرغبون دائما في أن يكونوا متميزين(3)

ج- **جمهور المفكرون (المثقفون)**: هو الجمهور الذي يمتلك قدرا مناسب من المعرفة و العلم و الإدراك و الوعي و يحلل و يفسر الأشياء و يرفض كل ما يتناقض مع وعيه و إدراكه(4)

1- جون ميرل و رالف لوينشتاين، مرجع سبق ذكره،ص.ص. 172،173.

2- المرجع السابق نفسه،ص.ص. 175،176.

3-محمد جمال الفار، مرجع سبق ذكره،ص.132.

4-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير . مرجع سبق ذكره،ص.196.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

و يذهب "هوريت" horfit " إلى تقسيم الجمهور إلى نوعين رئيسيين هما :

أ- **الجمهور العنيد** : أن أفراد هذا الجمهور لا يستسلمون لوسائل الإعلام التي تحاول تغيير مواقفهم و اتجاهاتهم و السيطرة عليهم، فوسائل الإعلام هنا ليست لها قوة اقناعية كبيرة لتغيير عقول الناس نظرا لتأثير عوامل الانتقائية (selectivity) على فعالية وسائل الاتصال الجماهيرية.

ب- **الجمهور الحساس** : إن وسائل الإعلام تأثر في بعض الأفراد أكثر من غيرهم ، و ذلك لا يرتبط بخصائص الشخصية لأنه لا توجد دلائل قوية تؤكد الفكرة القائلة بان بعض الأفراد أكثر اقتناعا من غيرهم بالرسائل الإعلامية ، غير إن الأمر هنا يتعلق بأشخاص أكثر حساسية من غيرهم ، و هؤلاء يفترض إن يكون بحاجة إلى حماية أكثر مثل :الأطفال ،النساء، المراهقين ،الشباب ،كبار السن (1).

و في ذات السياق يورد محمد منير حجاب أنواعا أخرى من الجمهور منها :الجمهور الذواق الجمهور الغامض و الجمهور الحاصل (2)

و بالنسبة لجمهور الصحافة الالكترونية ،فانه ووفقا للدكتور قسايسية قدم الباحث الأمريكي "كلوس" تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته (3)، ووفقا لهذا التحليل نعرض أنواعا جمهور الصحافة الالكترونية كما يلي :

1-الجمهور المفترض : جمهور الصحافة الالكترونية المفترض هو مجموع الأفراد المستعدين لاستقبال بث انترنت ،و من هنا فإن كل الذين يتوفرون على جهاز كمبيوتر و اشتراك دوري في الانترنت، حيث كان الاشتراك في الانترنت يتطلب امتلاك جهاز كمبيوتر و خط هاتفي و مودام، أما الآن فهو لا يتطلب سوى جهاز كمبيوتر شخصي pc أو محمول portale أو حتى تليفونا محمولا mobiles و اشتراكا في

1-محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية.مرجع سبق ذكره ، ص.ص. 259-265 .

2-محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة. مرجع سبق ذكره ،ص.396.

3-علي قسايسية، دراسات جمهور وسائل الإعلام : المفهوم العددي للجمهور الوسيط في الدراسات الجامعية.دار هومة للنشر و التوزيع،الجزء 2 ،2003،ص.ص.49-51.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

إحدى شركات مزودي الخدمة عن طريق جهاز مدام صغير الحجم USB Modem الذي أصبحت تقدمه كل شركات الهاتف في الجزائر مثل mobi connect، بالنسبة لشركة اتصالات الجزائر "موبيليس" يشكلون جمهورا مفترضا للصحافة الالكترونية.

2- الجمهور الفعلي : جمهور الصحافة الالكترونية الفعلي هو مجموع الأشخاص الذين يتصافحون فعلا المواقع الالكترونية للصحف مثل الموظفين على زيارة موقع صحفي معين ، ويسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة.

3- الجمهور المتعرض : الجمهور المتعرض في الصحافة الالكترونية هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها و عن الموقف الذي يتخذه منها ، فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الإعلامية، وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقهما مع احتياجاته و مصالحه المادية و اهتماماته الفكرية و الثقافية .

4- الجمهور الفعال و الناشط: جمهور الصحافة الالكترونية الفعال. هو جزء الذي يتفاعل و يتجاوب مع الرسالة الإعلامية ، سواء بالإيجاب أو السلب ، و يظهر خاصة في الصحافة الالكترونية التفاعلية التي باتت توفر فرصا حقيقية لإشراك جمهورها في صناعة محتواها العلمي ، بعد أن ظلت العلاقة محدودة و هامشية طيلة عمر الصحافة الورقية (1).

و لقد حدد الباحث IE Gruning ثلاثة أنواع من الجماهير، و رغم أن هذا التصنيف يعبر عن جمهور العلاقات العامة إلا انه ينطبق تماما عن جمهور الانترنت باعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية ، و هذه الأنواع الثلاثة هي : (2)

1- الجماهير الخاملة : أفرادها لا يدركون القضايا و المشكلات المطروحة بشكل جيد ، وقد يتأثرون بإحدى المواضيع غير أنهم لا يشتركون بأي نشاط يتعلق به.

1- علي قسايسة، مرجع سبق ذكره، ص.51.

2- عبد المنعم الميلادي، الإعلام. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص.138.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

2- الجماهير الواعية : يدركون القضايا و المشكلات بشكل كبير إلا أن مشاركتهم و ردود أفعالهم تكون محدودة .

3- الجماهير النشيطة : يدركون القضايا و المشكلات بشكل كبير، كما أنهم يشاركون و يقومون برد الفعل المناسب ، و لا يمنعهم من قيام برد الفعل المناسب إلا بعض القيود القليلة .

خامسا- أهمية دراسة الجمهور و علاقته بوسائل الإعلام و محتواها :

أ-أهمية دراسة الجمهور:

يعتبر الجمهور الهدف الأساسي و النهائي في عملية الاتصال ، إذا لم يكن لدى القائم بالاتصال الفكرة كاملة عن قدرات الجمهور العقلية و خصائصه النفسية و العاطفية و خصائصه الأولية ،فسوف يحد ذلك من قدرته على الوصول إليه و إقناعه، مهما كانت الرسالة مصممة تصميما جيدا،و مهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة، فهناك العديد من التغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه ، مثل : تفكيره و عواطفه و تعليمه و سنه و شخصيته و مزاجه و ميوله(1).

و دراسة الجمهور لا تعني التعرف عليه فقط، بل إن من أجل التوافق معه ،إذا لا بد من مراعاة اهتمامه، فالكاتب في الصحيفة و غيرها من وسائل الإعلام لا يكتب لنفسه، بل لقارئ محدد ، و هذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد الصحيفة تعكس اهتمامه و رغباته و مشاكله و توافق آراءه و اتجاهاته و ردود الفعل المتوقعة منه ، لهذا السبب تهتم الصحف و وسائل الإعلام الأخرى بالمحليات و القضايا و الحوادث الشخصية و الشخصيات المعروفة و القريبة من الجمهور كأحد عوامل الجذب لزيادة

1-منى سعيد الحديدي و سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع. الدار المصرية اللبنانية،ط1،

القاهرة،2004،ص.93.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

توزيع الصحف أو زيادة الإقبال و التعرض على أساس إن حب الاستطلاع لدى الجمهور يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب فالأقرب (1)

و لذلك تعتبر خطوة تحديد معالم فئات الجمهور خطوة أساسية و لازمة لنجاح الاتصال الفعال مع الأخذ في الاعتبار بأهمية انسياب المعلومات بدءا من الجمهور المستهدف، و ذلك بهدف إمكان تقديم الرسائل الاتصالية الفعالة التي تتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف و خصائصه (2)

و قد بدا الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام كموضوع دراسة مستقل عن المواضيع الإعلامية الأخرى منذ ثلاثينيات القرن الماضي ، مع تعاظم الإحساس بقوة تأثير البالغ الذي تمارسها وسائل الإعلام في علاقاتها بالجمهور كأفراد و جماعات نتيجة الخلاصات التي كانت قد توصلت إليها الدراسات السيكولوجية و السوسيولوجية في بداية القرن (3)

إن دراسة الجمهور وسائل الإعلام لم تأتي صدفة ، بل كانت نتاجا لعدة عوامل ساهمت في ظهورها و المتمثلة في كل من الدعاية و الرأي العام و الاحتياجات العلمية و الإعلان

الدعاية : حيث ارتبط ظهور دراسات الجمهور باستعمال وسائل الاتصال الجماهيرية كقنوات لنشر الدعاية على نطاق واسع خاصة في فترة ما بين الحربين لتمس أكبر عدد ممكن من الجماهير فنشر الدعاية و مواجهة الدعاية المضادة تقتضي دراسة الجمهور من خلال دراسة مضامين الدعاية ، و مدى تأثيرها في الجماهير المتعرضة لوسائل الدعاية .

1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر و التوزيع، المجلد 3 ، مصر، 2003، ص.960، 961.

2- سمير محمد حسين، الإعلام و الاتصال بالجماهير و الرأي العام. عالم الكتب، ط2، مصر، 1993، ص.130..

3- الطاهر بن خرف الله، مرجع سبق ذكره، ص.43.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

- **الرأي العام :** حيث كان ظهور دراسات الرأي العام كلازمة للأنظمة الديمقراطية ثم تلتها دراسات الجمهور، مع انتشار وسائل الإعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية ، و قد تكثفت بحوث الجمهور خلال النصف الثاني من القرن العشرين ضمن تطور الدراسات العلمية بصفة عامة ،حتى أصبحت صناعة قائمة بحد ذاتها متخصصة في مقياس الرأي العام تعمل لحساب الأحزاب و الحكومات و المصالح المالية و التجارب بما فيها و وسائل الإعلام نفسها .

و في نفس السياق تأثير الأفكار الجديدة حول الأجيال الجديدة لحقوق الإنسان .في تطور دراسات الجمهور خاصة بعد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1984 ،حيث أصبح من حق الجمهور أن يطلع على المعلومات و الآراء و حاجاته و تستجيب لاهتماماته، لذا استجواب فرض دراسات لمعرفة احتياجات الجمهور الإعلامية المتغيرة بتغير ظروف المكان و الزمان بصرف النظر عن كونه مستهلكا أو ناخبا.

-**الاحتياجات العلمية :** حيث برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة للأهداف علمية أكاديمية، بعد التقدم الهائل للدراسات المتعلقة بنظام الرسائل الإعلامية و مضامينها وسائل الإعلام و الآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور،و قد ازداد الاهتمام بهذه الدراسات و الحاجة إليها ،بعدها تبنت دول العالم الثالث أفكار الحداثة وفقا لنظرية الإعلام الإنمائي، أما البداية الفعلية و الاهتمام العلمي بجمهور و وسائل الإعلام فكانت مع ظهور فكرة الوظيفة التعليمية لتلك الوسائل (1).

الإعلان : منذ إن أصبحت الإعلانات هي المصدر المسيطر تمويل وسائل الإعلام عموما والصحف خصوصا ، زاد الاهتمام بإجراء البحوث الخاصة بالإعلان كناقل للرسائل التجارية ، و تم تطوير أدوات بحثية للتعرف على حاجات و رغبات الجماهير ، و قياس الخصائص الديمغرافية مثل :النوع ،العمر ،محل الإقامة ،و المستوى الاقتصادي الاجتماعي، و ذلك بوسائل مختلفة (2).و أساسا نجد أن قراء الجريدة

1-علي قسايسة، محاضرات مقياس دراسات الجمهور. مرجع سبق ذكره.

2-حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره،ص393..

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

أو المجلة هم الذين يحددون اختيار المعلنين الذين يصوبون عادة نحو هدف محدد، فإذا كان عدد هؤلاء القراء كبيرا فان خصائصهم و مقدرتهم الاستهلاكية (مستوى الدخل، ونمط الحياة)تقوم بدور حاسم(1) في هذا المجال ،وهو الأمر الذي دفع بالصحف إلى إجراء البحوث و محاولة التعرف على جمهورها ، و ذلك لتكييف مضمونها أولا وفق أدواقهم بشكل أفضل ،ومن ثم بيع هؤلاء الزبائن (جمهور) بشكل أجدى للمعلنين (2)

و عموما يمكن تقسيم بحوث الصحافة لجمهورها إلى نوعين :

1-دراسات عن جمهور القراء: و تقدم هذه الدراسات مجموعة من المعلومات الإحصائية تسمح بتحديد توزع كل صحيفة بين كتلة الزبائن (جمهور) حسب أعمارهم و جنسهم و مهنتهم و مستوى دراستهم و أنماط معيشتهم..... و تعد الحاجة الاقتصادية لدراسة الأسواق هي الموجة الأول لمثل هذه الدراسات قبل الاهتمام بالبحث العلمي .

2- دراسات عن سببية المطالعة و أجوائها: و تهدف هذه الدراسات إلى تحديد سببية مطالعة القراء للصحف ،و كيفية هذه المطالعة بشكل أكثر دقة(3)

كما انه يمكن الجمع بين النوعين في دراسة واحدة لجمهور أي وسيلة إعلامية سواء كانت صحافة مكتوبة أو إذاعة أو تلفزيون و حتى الانترنت. إن الجمهور يمثل أهمية مركزية في عملية الاتصال ،فلا اتصال بدون جمهور اتصال ،و مصدر نجاح و فعالية الاتصال يعتمد على :كيف يستقبل الجمهور،و يدرك و يفسر المادة الاتصالية (الرسالة) و كيف يتصرف الجمهور إزاء مصدر ؟ هل يتفاعل معه ؟ أم يقبل هذا المصدر فحسب؟(4)

1-بير ألبير، الصحافة ، ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب،1987،ص.ص. 66،67.

2-المرجع السابق نفسه، ص.71 .

3- المرجع السابق نفسه ،ص.72.

4-محمود منصور هيبية، علوم الإعلام و الاتصال بال جماهير. مركز الإسكندرية للكتاب،

الإسكندرية،2004،ص.104.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

إن الجمهور بلا شك هو الممثل الرئيسي للاتصال الجماهيري، لأنه و الذي يعطي لوسائل الإعلام .السبب في إن تكون اجتماعية و كذلك يمنحها أهميتها السياسية (1)

ب-علاقة الجمهور بوسائل الإعلام و محتواها :

إن من أهم مقاييس الحكم على نجاح الإعلامي لوسائل الاتصال العالمي هو مدى استجابة الجماهير للرسائل الإعلامية ، و لكي ينجح الإعلام و تحظى رسائله بالقبول و الاهتمام ، لابد أن نهدف إلى إشباع حاجات الجمهور النفسية و تلبية رغباته و تحقيق فائدة ملموسة في حياة أفراد(2) و قبل تحديد علاقة الجمهور بوسائل الإعلام و مضامينها ، ينبغي أن نتعرف أولاً على أهم العوامل التي تؤثر على اختيارات الجمهور لكل من الوسائل و الرسائل الإعلانية و يرى "جون ميرل " و رالف لوينشتاين" أن هناك عاملين هما الأكثر أهمية و تأثيراً و هما :توافر الرسالة و إمكانية الكسب الشخصي .فبالنسبة لتوافر الرسالة ، فان الجمهور يميل إلى أن يقرأ أو يستمع أو يشاهد الوسيلة الإعلامية و الرسائل التي يمكنه الحصول عليها ، فهو يسلك اقل الطرق جهداً .

أما بالنسبة لإمكانية الكسب الشخصي فان أفراد الجمهور يعرضون أنفسهم للرسائل الإعلامية التي تحقق لهم اكبر عائد مجز(3) فإذا أراد القائم بالاتصال أن يختار المتلقي رسالته، عليه أن يقلل من الجهد الذي سوف يتطلبه التعرض إليها و إدراكها(4)

1- علاقة الجمهور بالوسيلة : لقد ظلت الاتجاهات المهيمنة في إجراء أبحاث الاتصال الجماهيري حول الجمهور، و لا سيما الأبحاث المبكرة تنظر إلى آثار الوسائل الإعلامية المباشرة على الجمهور، و سادت التصورات التي ترى إن هذا الجمهور متفرق، سلبي و ذو طبيعة غير شخصية، كما أكدت على قابليته الشديدة للتأثر وسط الحشد بمحفزات وسائل الإعلام، غير أن هذه الرؤية قد استبعدت الآن لتحل محلها وجهات نظر أكثر تطوراً و تعقيدات تنظر لطبيعة الجمهور المشيدة اجتماعياً، و ساد

1- Larming Bernars et autres, **Histoire des medias audiovisuels**.Ellipses, paris,1999,p.149.

2 -جون ميرل و رالف لوينشتاين، مرجع سبق ذكره ، ص.180.

3 -خضرة واضح، مرجع سبق ذكره،ص.93 .

4-زهير إحدادن، **مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال**. ديوان المطبوعات الجامعية،ط4، بن عكنون ، الجزائر،ص.12.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

التأكيد على نتائج السياق اجتماعي على العلاقات القائمة بين أعضاء من جماعات اجتماعية مختلفة في المجتمع و منتجات وسائل الإعلام الجماهيرية ، حيث يسهم ذلك في تفسير السياق و تأويله علاقة وسائل الإعلام بجمهورها(1)

- **علاقة الجمهور بالرسالة :** إن وسائل الإعلام الجماهيرية تتلاقى مع جمهورها من خلال عملية اختيار متبادلة ، فالجمهور يختار من بين وسائل الإعلام على أساس المضمون الذي تقدمه ، و في المقابل تختار وسائل الإعلام جمهورها أيضا عن طريق مضمونها . و لذلك ينبغي على القائم بالاتصال تكيف رسالته وفق خصائص الجمهور ، و لتحقيق ذلك لابد أن يجيب القائم بالاتصال (المرسل) على الأسئلة التالية :

هل سيكون الجمهور قادرا على الإلمام بالموضوع على نحو جديد ؟ هل سبق له أن تعرض لمادة اتصالية حول نفس الموضوع ؟ كيف يهتم الجمهور و يشارك في الموضوع ؟ و ما هي الصعوبات التي تواجه الجمهور عند محاولته فهم الرسالة ؟(2) و يمكن تقسيم فئات مضمون أية وسيلة إعلامية في علاقتها بالجمهور إلى ثلاث فئات أساسية هي :

- **مضمون يتسم بانخفاض الذوق :** و هو المضمون الذي تتعرض له جماهير غفيرة ويتم توزيعه على نطاق واسع ، و هذا المضمون هو الذي يثير دائما غضب النقاد .
- **المضمون الذي لا تختلف عليه وجهات النظر .**

- **المضمون الذي يتسم بالذوق الرفيع :** و هو المضمون الذي يوزع على نطاق واسع ، و لكن لا يتعرض له عدد كبير من أفراد الجمهور و هذا المضمون هو الأفضل من ناحية الذوق ، فهو

1- محمود منصور هيبية، مرجع سبق ذكره، ص.ص.110،111.

2- بشير عباس العلق و علي محمد ربابعة، الترويج و الإعلان التجاري، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2007، ص.228.

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

تعليمي و يرفع المستويات الأخلاقية كما انه ملهم بشكل ما(1)

سادسا : خصائص جمهور الصحافة الالكترونية و تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عليه :

أ-خصائص جمهور الصحافة الالكترونية:

بما أن جمهور الصحافة الالكترونية يتفاعل مع أكثر من مستوى، انطلاقا من المحتوى مرورا بالأفراد المكونين له وصولا إلى المرسل ،و في هذا الإطار يمكن تحديد خصائص جمهور الصحافة الالكترونية بناءا على هذه المستويات :

1-جمهور الصحافة الالكترونية كبنية : يتضمن جمهور الصحافة الالكترونية كجزء من وسائل الإعلام في بنيته الظاهرية ، العديد من الخصائص التي تميزه عن الأشكال الأخرى ،و كان " دينيس ماكويل " قد حددها في عدة عناصر كما يلي :

1/أ الحجم الواسع (large size) (2)

جمهور الصحافة الالكترونية واسع الحجم ، و ما يجعله كذلك هو استفادته من شبكة الانترنت كوسيلة عالمية تصل إلى كل الأماكن حول العالم ،مما يزيد من شعبية الصحيفة حول العالم .

1/ب التشتت (dispertion)

تتواجد عناصر جمهور الصحافة في أوضاع و أماكن متباعدة ،ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة و خاصة الانترنت ،اكتسب جمهور الصحافة بعدا كونيا (global) جعله غير محدد في المكان ،و أضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان و في نفس الزمن (wbipuitons)، مع التشارك في التعرض لرسائل إعلامية عبر وسائط تكنولوجية حديثة .

1-خضرة واضح، مرجع سبق ذكره،ص.95.

2-علي قسايسة، محاضرات مقياس دراسات الجمهور.مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

فإذا كان التلفزيون يقوم على مبدأ جمع المواطنين في مكان و زمان مشترك (النشرة الأخبارية الرئيسية مثلا)، فإن الانترنت تقوم على مبدأ تمايز المكان و الزمان (تعدد المواضيع و تباين زمن التلقي و أطره)، و تؤسس الشبكة حينئذ لزمنية جديدة غير تزامنية (desynchronized) النقاش العام (1)

1/ج عدم التجانس (heterogeneity)

يراد بالتجانس مدى الاختلاف بين أفراد و طبقات الجمهور و فئاته في عدد من المتغيرات المحددة، و أفراد جمهور الصحافة الالكترونية غير متجانسين و متمايزين في احتياجاتهم و اهتماماتهم و مصالحهم و إدراكهم، الأمر الذي يجعلهم يختلفون في سلوكهم الاتصالي و تفاعلهم مع المحتويات الإعلامية .

1/د غياب التنظيم الاجتماعي: (lack of social organization)

بسبب تباعد عناصر الجمهور، و عدم معرفة بعضهم البعض، فهم يفتقدون للقدرة على التوحد و التضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.

1/ه اللامادية: و يقصد بها تواجد أفراد جمهور الصحافة الالكترونية في كل مكان من خلال صوته أو أفكاره المكتوبة دون إمكانية تلمسه ماديا (2) و بذلك فقد تحرر الجمهور لأول مرة من قيود حجمه و إيقاع زمنه، و أصبح من الممكن اصطناع عوالم لا وجود لها في الواقع (3) و هناك خصائص أخرى جاءت في بعض الدراسات مثل:

1/ و-جمهور شبابي: أثبتت العديد من الدراسات المتخصصة أن جمهور الصحيفة الالكترونية كنوع من جمهور الانترنت هو في الغالب من فئة الشباب، نذكر في سبيل

1-الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص.ص.37،38.

2-علي قسايسة، محاضرات مقياس دراسات الجمهور. مرجع سبق ذكره.

3-عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيايات الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني. المكتب

الجامعي الحديث، 2005، ص.334.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

المثال ما توصل إليه الدكتور "لعقاب" (اغلب متصفح الانترنت تتراوح أعمارهم بين 15-45 سنة) (1)

1/ جمهور نخبوي: إذ يتمتع بقدر من الوعي في مجال المعلوماتية و معرفة بأبجديات اللغة الانجليزية (لغة النت)، كما انه جمهور مدني و له إمكانيات مادية لا باس بها.

2- جمهور الصحافة الالكترونية في علاقته بالمحتوى :

1/2 الحرية الكاملة: يتمتع قارئ الصحافة الالكترونية بالحرية المطلقة ، مع تخطي الحدود المحلية و الإقليمية و الدولية ، و حدود القانون و الرقابة ، بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قيد التعديل من قبل الناشر لأكثر من مرة وفقا لسياسة و توجهات الصحيفة .

2/ب الشخصية : وتعني هذه الميزة أن بإمكان القارئ في الصحافة الالكترونية إيجاد نسخة مفصلة حسب احتياجاته على حدة، ذلك لان بيئة عمل الصحافة الالكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على التكنولوجيا المعلومات ،بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع الصحفي قادرا على أن يحدد لنفسه . و بشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع (2) فيركز على أبواب و مواد بعينها و يحجب أخرى ، وينتقي بعض الخدمات التفاعلية و يلغي الأخرى ، و يقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه ،و بإمكانه أيضا تعديله وقت ما يشاء ،و في كل الأحوال هو يتلقى و يستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية و ليس ما يقوم الموقع ببثه .

2/ج الحدود المفتوحة: من أهم السمات التي تميز النشاط التفاعلي للجمهور في الصحافة الالكترونية، و هي خاصية تفتقد إليها باقي وسائل الإعلام الأخرى ،التي

1-محمد لعقاب، مجتمع الإعلام و المعلومات: ماهيته و خصائصه. دار هومة للطباعة و النشر، الجزائر، 2007،ص.374.

2-الجورنالحي نقلا عن: جمال غيطاس، المؤتمر الرابع للصحفيين. موقع الخيمة : <http://www.khayma.com/lifriars/archive/lis/199htm>. يوم الزيارة: 12/11 /2009.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

يواجه المتفاعلون فيها مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر ، و هذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الالكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة .

فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع، لا تجعل هناك قيودا تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم التعليق أو بالإضافات ،سواء كانت نصوصا أو صوراً أو تسجيلات ،يضاف لذلك إن تكنولوجيات الانترنت خاصة منها تكنولوجيا النص الفائق و الروابط النشطة ،تسمح بتكوين نسيج متنوع وذي أطراف و تفرعات لانهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع من معلومات .

2/د التمكين : في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة ،لكن الصحافة الالكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة و عملية الاتصال ككل ، من خلال الاختيار ما بين الصوت و الصورة و النص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء كانت أخبارا أو تقارير أو تحليلات ،فالقارئ ليست أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية ،بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق ،و روابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية ،و بين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها (1)

2/ه جمهور ذي سلطة : يتمتع جمهور الصحافة الالكترونية بحرية واسعة تمكنه من تصفح أكثر من موقع ،و بالتالي فهو قارئ في موضع القوة، حيث لم يعد ذلك القارئ الذي تفرض عليه الصحيفة الورقية انتظارها كل صباح ، أو يفرض عليه التلفزيون أو الإذاعة الاستماع إلى كل فقرات البث قبل أن يحين موعد برنامجه أو وصلته الإذاعية المفضلة، و في هذا السياق نشير إلى التقنيات الجديدة التي تسمح للجمهور بإعادة تبويب المواد الإعلامية و إدراجها في فئات من ابتكاره ،و التي تسمى **folxonomy** كإدغام لكلمتي شعب **folk** و تصنيف **taxonomy** و تشير هذه

1-الجورنالجي نقلا عن: جمال غيطاس، مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

الظاهرة إلى سلطة جديدة يتمتع بها جمهور الصحافة الإلكترونية كانت حkra على الصحفي ، و تمثل تجربة MIXX (1) أكثر التجارب أهمية .

3- جمهور الصحافة الإلكترونية في علاقته بالمرسل :

3/أ -المجهولية : (ANONYMITY) عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بذواتهم مجهولون لدى القائم بالاتصال ، و قد تعززت مجهولية الجمهور بسبب تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الحديثة ، و رغم تطور آليات قياسه من حيث معرفة عدد أفرادها ، و مكان تواجدهم و ما هي الأخبار التي يطلعون عليها و غيرها ، إلا أن هذه القياسات لا تستطيع توفير معلومات عن خصائصه الشخصية ، و بذلك فقراء الصحف الإلكترونية يمكن أن يعرفوا بإعدادهم ، لكنهم غير معروفين بذواتهم .

3/ب اختفاء الحدود بينه و بين المرسل : إن تغير موقع الجمهور كمستقبل في العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني ، وفي ظل ثورة الإعلام الإلكتروني، صار بينها نوع من التداخل و التطور النوعي ، فأصبح الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية ، و ابرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي .

و قد تعددت المصطلحات لوصف عملية تحول الجمهور من وضع التلقي إلى فعل التأليف عبر إنتاج خطابات ذات أشكال و مضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد ، نذكر منها " المواطن الصحفي " و "إعلام النحن" "إعلام الجماهير" و "إعلام المواطنين" و "الإعلام الاجتماعي" . (2) و تحيل هذه المصطلحات جميعها إلى ذات الظاهرة و التي مثلت اتجاها كاسحا في الإعلام الإلكتروني الغربي ، أي ظهور الجمهور المؤلف .

1-أنظر: [http:// www.Miscsc.com/popular](http://www.Miscsc.com/popular)

2- الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره،ص.33.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

4- جمهور الصحافة الالكترونية في علاقة أفراده ببعضهم البعض :

4/أ الاتصال البيئي :تتيح الخدمات التفاعلية الاتصال بين عناصر جمهور الصحافة الالكترونية ، حيث تقدم بيئة عمل الصحافة الالكترونية للجمهور سلسلة من خدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة و الآنية ، و التي تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية أو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة و منتديات الحوار و قوائم البريد و غيرها ، و بذلك تطور منطق الاتصال المبني على فكرة (من واحد إلى كثيرين) إلى منطق (من عديدين إلى عديدين) (1)

و من خلال تعداد خصائص جمهور الصحافة الالكترونية الذي يتمتع بالتفاعلية الفائقة ، سنحاول التطرق لأثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجمهور .

ب-أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على جمهور وسائل الإعلام :

يمكن في إطار التحليل السابق لسمات جمهور الصحافة الالكترونية تحديد بعض آثار التكنولوجيات الإعلام و الاتصال الراهنة على الجمهور في عدة جوانب ، نوجزها بعد أن نضع الفرق بين الأثر و التأثير للتكنولوجيا الأثر : هو ما تحدثه التكنولوجيات سواء كان اثر سلبيا أو ايجابيا ، كتعدد الوسائط و تخصص الجمهور و تفتيت الجماهير و عزلهم .

أما **التأثير** : فهو ما تحدثه هذه التكنولوجيا من عزل للأفراد على سبيل المثال ، إذا أصبح لكل فرد برنامجه الخاص و قنواته الخاصة ، و أصبح نتيجة لذلك محدود الخبرات (2).

مما لاشك فيه إن المستحدثات التكنولوجية للاتصال و الإعلام كمثيلاتها من التقنيات الحديثة المختلفة لها آثارا على المستخدم المستفيد منها ، و على المضمون ، و على المعلومات، و على التقنية نفسها ، و هذه التأثيرات إما سلبية و إما ايجابية ، و قد تكون

1- Sophie Falguères.Presse quoticienne nationale et ibteractivité , trois journaux face à leurs publics. www.loiseaugerard.free.fr/DEL colloque/DEL Falguères.pdf,3/12/2010

2-علياء عبد الفتاح رمضان، محاضرات في الإعلام التربوي، كلية الإعلام التربوي، جامعة طانطا.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

بناء على ذلك إما مرغوبة أو غير مرغوبة⁽¹⁾، و فيما يلي نحصر عرض بعض آثار تكنولوجيايات الاتصال على الجمهور كما يلي :

1- التفاعل بين المستقبل و المرسل :

تتسم التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بسمة أساسية و جديدة في الوقت نفسه على عالم صناعة الاتصال ، و هي التفاعل بين المستقبل و المرسل و إمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية ، و هذا يعطي المستقبل سيطرة اكبر على عملية الاتصال مما يساعد على التكيف مع انفجار المعلومات و السيطرة عليه كما و كيفا من خلال الانتقاء و الاختيار⁽²⁾.

و يتمثل التفاعل بعدا أساسيا في بناء خصوصية الإعلام الجديد ، و ذلك من خلال تفاعل الجمهور بواسطة مدونات القراءة و تعليقات على المقالات و المشاركات في المنتديات و إرسال المقالات ... الخ⁽³⁾

2/ تعدد قنوات الاتصال أمام الأفراد :

تعدد قنوات الاتصال و برامج المسموعة و المرئية و المقروءة أمام الفرد⁽⁴⁾

و تشمل وسائل الاتصال الجماهيرية من صحيفة و تلفزيون و إذاعة بأشكالها التقليدية و الالكترونية الحديثة ، بمعنى زيادة عدد الصحف و المجالات المطبوعة و الالكترونية ، كذلك الحال بالنسبة لقنوات التلفزيون و الإذاعة .

1- شريف درويش اللبان، المخاطر الصحية و البيئية لتكنولوجيا الصحافة . دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية العالمية و المصرية، ص.8.

2- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص.333.

3- الصادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص.12.

4- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص.332 .

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

3/ عادات استخدام الجمهور لوسائل الاتصال:

لقد أصبحت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال و الإعلام لها تأثيرها على عادات و استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ، فالجمهور يحصل دائما على فرص جديدة و متسعة لزيادة إمكانية و فعالية استقبال الوسائط (1) و قد أدى الحل التجاري الذي اتبعته الصحف منذ بداية السبعينات إلى تركيز على المواد الخفيفة و التسلية و الرياضة و الفضائح و الجنس ، و هكذا أصبح معظم أفراد الجمهور يفضل الخبر السريع و الملخص و هو ما توفره وسائل الإعلام الجديدة خاصة منها الصحف الالكترونية حيث دائما ما تنشر الخبر بعنوان و فقرة واحدة أسفل العنوان تلخص الخبر مع كتابة كلمة (المزيد) لمن يريد الاطلاع على التفاصيل و قد فتحت هذه الطريقة الباب لإرسال الرسائل الإخبارية على الموبيل SMS لتقدم كخدمة إخبارية من بعض المواقع الإخبارية أو من وكالات الأنباء ، و هي وسيلة تجذب الجمهور كثيرا لأنهم يقرؤون عنوان الخبر فقط و يعرفون ما يحدث من حولهم دون الحاجة لخوض تفاصيل و قراءة كثير من التقارير و التحقيقات

و في هذا الإطار وصف "روبرت ميردوخ" رئيس مجموعة نيوز كورب الإعلامية . الإعلام الحديث بأنه : " مثل الوجبات السريعة ، يستهلكها الناس خلال حركتهم ، حيث يشاهدون الأخبار و الرياضة و الأفلام خلال السفر على أجهزتهم الجواله ، و إن " جيلا جديدا من مستخدمي الإعلام نما على أن يحصل على محتوى ساعة شاء كيفما شاء " (2)

4- التواصل العلمي : إذا كانت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تيسر النشر على مستوى البلد و خارجه ، فإنها قادرة على تسيير الاتصال على مستوى العالمي، و هو ما يتم في الوقت الحاضر في مواقع الصحف الالكترونية و محطات البث الإذاعي

1- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره ،ص.332.

2-علي الطالقاني ،روبرت ميردوخ: إمبراطور الإعلام في العالم. شبكة النبا المعلوماتية:

<http://www.annabaa.org/indesc.htm>.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

و الاتصالات الفضائية و مواقعها الالكترونية ، التي لا يقف حائل بينها و بين الجمهور في أية بقعة من الأرض ، و لا تعرف حواجز و تصل إلى الجمهور في أي مكان .

5- عزل تجميع أفراد الجمهور :

نتيجة لتلك الانتقائية التي إتاحتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة و التي تتيح لكل شخص استقبال المادة الإعلامية و تنهي عصر الجماهيرية وسائل الاتصال ،فانه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي، قد يجدونها غير متفقة مع إدراكهم أو مخالفة لميولهم و رغباتهم ،و بزيادة عمليات الإدراك الانتقائي و التعرض الانتقائي قد يتطور الأمر إلى القضاء على شكل الحاد من المنافسة الإعلامية المفيدة التي يحتاجها المجتمع (1) .

6-الاتجاه إلى التخصص : لقد أدت تعددية وسائل الإعلام إلى تحول الخدمات الاتصالية من التعامل مع الجمهور العام إلى التعامل مع جماهيرية محدودة ،فإلى جانب الخدمات التي تتجه إلى الجمهور العام، توجد خدمات أخرى تخص في نوعية .خاصة من الموضوعات التي تهتم جماهيرية محدودة ، فهناك قنوات و مواقع التي تخصصت في الأخبار و برامج الأحداث الجارية ، التي تخصصت في الرياضة أو المرأة أو الأطفال أو الشباب أو برامج الفكاهة أو الأفلام السينمائية و الروائية القديمة أو الحديثة (2)

7-خاصية الفردية المفتقدة في الاتصال الجماهيري :

تحقق تكنولوجيا الاتصال الجديدة خاصية الفردية المفتقدة في الاتصال الجماهيري حيث يمكن تبادل الرسالة الواحدة مع كل فرد في جمهور ضخم ،و بذلك فإننا أمام

1-محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره،ص.190.

2-علياء عبد الفتاح رمضان نقلا عن سعد لبيب، مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

اتصال شخصي غير مواجهي وهذا يعني أن السيطرة و التحكم في أنظمة الاتصال من منتج الرسالة إلى مستهلك الوسيلة (1)

8-تدني مستوى البرامج : إن التعدد الهائل في قنوات الإعلام الذي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة أدى إلى التنافس الحاد بينها للحصول على أكبر نصيب من الجمهور المتلقي ، و الخضوع للذوق الشعبي العام ، و رغباته و ليس احتياجاته ،من شأنه أن يؤدي إلى تدني مستوى البرامج و الاعتماد على وسائل الإثارة الرخيصة و التكرار الممل في مضامين البرامج و أشكالها الفنية ، الأمر الذي أصبح موضع شكوى الفئات العليا ثقافيا حتى في المجتمعات الغربية ،وأدى إلى محاولة القنوات و المواقع الإعلامية العامة غير التجارية الوقوف في وجه هذا التيار و لكن بقدر من الحذر حتى لا تفتقد جمهورها (2)

9- تقلص خبرات الجمهور المشتركة :

حيث أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة التي تتيحها وسائل الاتصال الجماهيري مع معظم أفراد المجتمع ، ليحل مكانها خبرات مشتركة مع أفراد من نفس الطبقة المتجانسة التي تشترك في نفس السمات و الخصائص ،في حين تحقق وسائل الاتصال الجماهيري خبرات مشتركة أكبر و أفضل تماسكا لأفراد المجتمع ، و يؤدي هذا التماسك إلى ضمان تحقيق الأهداف المشتركة لصالح المجتمع من خلال التعاون لتحقيق هذه الأهداف (3)

10-التعامل مع الإنتاج الإعلامي باعتباره سلعة :

لقد كان من نتيجة انفتاح السوق و اتجاهه للحصول على البرامج التي تسد حاجاته بصرف النظر عن قيمتها الثقافية ،أن اتجهت مراكز الإنتاج بدورها إلى تدعيم نوعية البرامج التي ترضي هذا السوق ،و أصبحت البرامج سلعة تعامل بمنطق السوق ،فتقاس

1- علياء عبد الفتاح رمضان نقلا عن سعد لبيب، مرجع سبق ذكره.

2- سعد لبيب، عالمية الاتصالات و الوطن العربي، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 1991، ص.205.

3- علياء عبد الفتاح رمضان ، مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

جودتها بحجم جمهورها و مدى الإقبال عليها بصرف النظر عن أي اعتبار آخر يتعلق بالمعايير الثقافية أو الأخلاقية للجمهور (1)

11-خطورة المواد الإعلامية الأجنبية على هوية الجمهور :

بسبب عدم قدرتها على سد احتياجاتها من البرامج ، يسعى المشاركون في الانترنت على سبيل المثال إلى تدعيم محتواها ب مواد أجنبية ،مما يعود اثر ذلك سلبا على الجماهير المستقبلية لتلك المواد الأجنبية، التي تختلف اختلافا تاما عن عادات و قيم و ثقافات تلك الدول التي استوردت منها البرامج ،مما يهدد هويتها الشخصية و من جهة أخرى يؤدي استيراد برمجيات الكمبيوتر و المواد المرسلة من تلك الدول الأجنبية إلى فقدان القدرة على الإبداع الذاتي و المبادرة و بالتالي الاستسلام للآخرين (2)

12-تصنيف اهتمامات الجمهور:

تؤدي تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى تصنيف اهتمامات الأفراد، حيث يميل الفرد إلى تجنب المعلومات التي لا يألّفها أو لا يهتم بها، فنحن عندما نتعرض لوسائل الاتصال التقليدية من الصحف و التلفزيون و الراديو نجد انه من الصعب تجنب التعرض لبعض الأخبار الأجنبية مثلا، حتى إذا كنا لا نهتم بها، و في حالات كثيرة يؤدي هذا التعرض غير المرغوب فيه إلى زيادة اهتمامنا بالأخبار الأجنبية، و توسيع مداركنا و أفاننا بصددها ، و حتى إذا لم يحدث ذلك فان هذا التعرض يمنح كلامنا بعض المعارف عن شؤون العالم و يحقق اندماجا أساسيا مع توجهات الرأي العام (3)

1- علياء عبد الفتاح رمضان نقلا عن سعد لبيب، مرجع سبق ذكره.

2- ليلي عبد المجيد، السياسات الاتصالية و الإعلامية و آثارها في الثقافة و العلوم.مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، العدد 1 و 2، أوت-سبتمبر، أكتوبر-ديسمبر، الكويت، 1994، ص 69..

3- علياء عبد الفتاح رمضان ، مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع — اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

13- إتاحة فرص التعبير عن الآراء:

تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية و الثقافية لوسائل الإعلام و لوسائل التعبير في المجتمع.

فالانترنت لم تسهل فقط الوصول إلى المعلومة ،بل أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحور و الدردشة و المدونات و الصفحات الشخصية ،ففي زمن الوسائل الإعلامية الكلاسيكية كانت النخب السياسية و الثقافية و الإعلامية تحتكر إنتاج الخطابات العامة.

أما اليوم و بفضل الانترنت فقد أصبح للأفراد و الجماعات حق الكلام في فهذا المجال ،تظهر هذه الخطابات الفردية و الجماعات في أشكال عديدة منها المدونات (1).

و نلخص مما سبق إلى أن التكنولوجيات الحديثة للاتصال ولإعلام بقدر ما أفادت جمهورها، و عملت على نقله زمنيا و مكانيا عشرات السنين إلى المستقبل ،فإنها لا تخلو من السلبيات كما أن الاعتراف و التأكيد على نشاط الجمهور و فعاليته ،لا يعني استقلاله بالكامل ، وفي هذا الإطار لابد من تفاعل خلاق للجمهور يقدم رؤى و برامج و مصطلحات و رموز مستمدة من تجاربه و محيطه الخاص (2).

1-الصادق الحمامي ، مرجع سبق ذكره،ص.13.

2- أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني و المعلوماتي و الرقمي.الدار العربية للنشر و التوزيع،ط.1.

الفصل الرابع ————— اتجاهات جمهور وسائل الإعلام

خلاصة :

نستخلص من خلال ابرز محتويات هذا الفصل أن الطريق الأمثل لدراسة الجمهور ، هو قياس اتجاهات هذا الأخير ، فهناك ترابط كبير بين المفهومين ، كما أننا لا يمكن تحديد سمات جمهور وسيلة معينة و لا تقييم نجاح أو فشل وسيلة دون محاولة معرفة اتجاهات جمهور هذه الوسيلة نحو ما تقدمه.

و على الرغم من اختلاف أصناف جمهور الصحافة الالكترونية كما لاحظنا في هذا الفصل و تعدد سماته و خصائصه ، تبقى الميزة الخالدة على هذا الجمهور و التي تفرضها تغلغات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة في أوساط العمل الإعلامي، هي التفاعلية الفائقة .

فالقراء يملكون فرصة التواصل و التعبير عن أنفسهم و التعليق عن الأحداث بلغتهم السهلة و السريعة ، و التي جعلت الجمهور ليس فقط متابعاً بل مفكراً و مشاركاً في الأحداث من حوله لعلّ هذا ما قد يكون حافزاً لقياس اتجاهات جمهور الطلبة ، ويسهل علينا ضبط المواقف و آراء هذا الجمهور من حيث قبوله أو رفضه للصحافة الالكترونية - شكلاً ، مضموناً ، تفاعلاً ، استخدامات مصداقية - و هو ما نريد بلوغه من خلال هذه الدراسة.

الفصل الخامس: الانترنت

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى الشبكة العنكبوتية الانترنت

أولاً: تعريف الانترنت.

ثانياً: نشأة الانترنت و تطورها

ثالثاً: خصائص الانترنت

رابعاً: عوامل انتشار الانترنت و أهدافها

خامساً: أهمية الانترنت و وظائفها الإعلامية

سادساً: مزايا الانترنت و عيوبها

المبحث الثاني: التطبيقات الشبكية للانترنت

أولاً: الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت

ثانياً: أنواع المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت

ثالثاً: مستويات استفادة الصحافة الالكترونية على شبكة الانترنت

رابعاً: اثر الانترنت على عناصر العملية الاتصالية في الصحافة الالكترونية

خامساً: واقع الانترنت في الوطن العربي

سادساً: واقع الانترنت في الجزائر

خلاصة

تمهيد :

تعتبر الانترنت من ابرز المستحدثات التكنولوجية و وسائل الإعلام الجديدة في عالم ثورة المعلومات،حتى أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي و نمط للتبادل المعرفي ، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أهم معالم العصر الحديث لما أحدثته من آثار عميقة و تغيرات جذرية في أساليب و أشكال التواصل و الاتصال المباشر و غير المباشر.

فالانترنت وسيط اتصالي له طبيعة مختلفة عن غيره من الوسائط الأخرى ، و تحمل مواقعها تفاصيل الحياة الإنسانية بخيرها و شرها من خلال ملايين المواقع على الشبكة،التي تأتي من ملايين المصادر، و يتعامل معها الإنسان بشكل فردي و شديد الخصوصية ،و هي تكتسب جمهورا جديدا كل يوم وصل إلى حد كل فرد من اثنين في أوروبا و أمريكا يستخدمها ، و في العالم العربي تنطلق من دائرة النخب إلى الفئات المتوسطة سعيا إلى الجماهير العريضة و عموما سنحاول في هذا الفصل تعريف الانترنت وضبط مراحل تطورها و ابرز خصائص هذه الشبكة ،و عوامل انتشارها و أهميتها و ايجابياتها و سلبياتها ،كما أننا سنتطرق لتطبيقات الشبكة العنكبوتية و الصعوبات التي تواجهها في الوطن العربي و الجزائر .

الفصل الخامس: _____ الانترنت

المبحث الأول: مدخل إلى الشبكة العنكبوتية الانترنت

أولاً: تعريف الانترنت.

ثانياً: نشأة الانترنت و تطورها

ثالثاً: خصائص الانترنت

رابعاً: عوامل انتشار الانترنت و أهدافها

خامساً: أهمية الانترنت و وظائفها الإعلامية

سادساً: مزايا الانترنت و عيوبها

الفصل الخامس: الانترنت

المبحث الأول : مدخل إلى الشبكة العنكبوتية الانترنت

أولاً : تعريف الانترنت

يصعب تحديد تعريف الانترنت، نظراً لتعدد التعاريف الذي تحاول حصر مفهوم الانترنت لكل الاستعمالات، لكن هذا لا يمنع من محاولة تحديد تعريف شامل للانترنت على النحو التالي.

في الوقت الحالي، الانترنت عبارة عن مجموعة من شبكات الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم التي تتيح للمستخدمين الاتصال بمصادر مختلفة من المعلومات و الخدمات ، و رغم إن العديد من هذه الخدمات تمت جذورها إلى شبكة اربانت و لوحات الإعلانات الالكترونية القديمة ، فإن بعض الخدمات الأخرى أصبحت ممكنة بعد توفر الويب و إمكانيات تعدد الوسائط الموجودة في أجهزة الكمبيوتر الحديثة (1)

و شبكة الانترنت هي شبكة لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية، العلمية، الطبية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، و الإعلامية و تعتبر شبكة الانترنت أداة لربط العالم ببعضه البعض، مما يجعله قرية صغيرة نستطيع من خلالها التعرف على حضارات و عادات و علوم العالم (2)

إن كلمة الانترنت INTERNET مشتقة من NETWORK

INTERNATIONAL أو الشبكة العالمية (3)

إن الانترنت هي أكبر شبكة اتصالات ، أنها البديل النظري للعالم الجغرافي ، و الانترنت في الواقع ليست شبكة اتصالات تجارية ، كما أنها ليست شبكة اتصالات واحدة بالمعنى الحرفي بل هي عدة شبكات اتصالية فردية و جماعية و مجموعة

1- محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية.المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص.314.

2- الممدوح ثمار، رأي الانترنت: اقتصاد القرن الحادي و العشرين. موقع مجلة انترنت العالم

العربي. [http:// www.jwamag.com](http://www.jwamag.com) زيارة يوم: 2008/08/19.

3- مصطفى محمد رجب، الإعلام و المعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة.الوراق للنشر و

التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص.217.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

حاسبات متناثرة و موزعة في جميع أرجاء العالم مرتبطة معا في كتلة لم يتبلور لها شكل معين حتى الآن اتحاد كونفدرالي مفكك الأوصال، على الرغم من أنها لم تبدأ بالأصل كذلك، و الانترنت مملوكة لكل الأفراد و المؤسسات لكنها ليست مملوكة لأحد، و ليس ثمة جهة إدارة مركزية أو تحكم على الانترنت (1) ، و عملية الاتصال عبر الانترنت لا تستلزم دفع مبلغ لجهة مركزية واحدة في العالم، تتم العملية بشكل مشابه للاتصالات الهاتفية، حيث يقوم المستفيد بتسديد المبالغ المستحقة لقاء اتصالاته إلى الشبكة الوطنية، ما الحصول على المعلومات و الخدمات، فهو شيء آخر فقد يكون مجانيا أو تتم تسديد قيمته بالتراضي بين مقدم الخدمة و المستفيد منها، إما مباشرة أو عبر وسطاء (2)

و في التقرير العالمي حول الإعلام و الاتصال لسنة 1999 الصادر عن اليونسكو، نجد أن الانترنت عبارة عن: " شبكة معقدة تجمع حواسيب فردية، و أيضا أنظمة كبيرة كالتالي يستعملها الباحثون و هذه الآلات مرتبطة في ما بينها بأنسجة متنوعة و متعددة كالشبكات الكبيرة التي تربط الجامعات أو الربط البسيط مع معدل مودم و خط هاتفي (3) و يرى الباحث الدكتور " بهاء شاهين " أن الانترنت ليست سوى مجموعة من الشبكات تتألف من العديد من الأجهزة المضيفة، التي تنقل رزم من المعلومات بين بعضها البعض، بموجب اتفاق خاص متمثل في بروتوكول الانترنت (internent) (Ip) (4)protocole

وهناك من يرى بان الانترنت صورة من صور الطريق السيار السريع للمعلومات فمن بينهم: فيليب كو (philipe quea) يرى أنها- الانترنت - صورة من صور الطريق

1- عبد الفتاح التميمي ، الشبكات المحلية و الأترنت. الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، مصر، 2008، ص.42.

2- عارف طرابيشي، انترنت تقديم و لمحة تاريخية، مجلة معلوماتية: الحاسوب و التقنيات. السنة الخامسة ، عدد خاص 46، سوريا، أوت 1996، ص.19.

3 -rapport mondial sur l'information et la communication (R M IC)edition unisco .1999.

4- بهاء شاهين، الانترنت و العولمة. عالم الكتاب، طاب القاهرة، 1999، ص.100.

الفصل الخامس: الانترنت

السريع للمعلومات (الإعلام) و هي في نفس الوقت حل علمي فعال لمشكل يصعب حله ،اتصال مرن و علمي للمعطيات في أدمغة الالكترونية مختلفة التصور(1)

أما "بيل جيتس" فيرى أن الانترنت هي عبارة عن " مجموعة من الكومبيوترات الموصلة معا ،و تستخدم بروتوكولات قياسية لتبادل المعلومات ،و الواقع أن الطريق طويل أمامها لتصبح طريق المعلومات السريع ،لكنها تبقى مع ذلك الاقتراب الأكبر لنا اليوم منه ، وسوف تتطور بالفعل لتشكل طريق المعلومات السريع (2)

و تعد الانترنت وسيلة اتصال الألفية الثالثة فهي تختزل الوقت و المسافات ،وتساهم في رفع مختلف الحواجز التي تحول دون المرور الحر للمعلومات و تشكل قيودا و عائقا لها إرسالا و استقبالا ، سواء كان ذلك على مستوى الأفراد أو على مستوى المؤسسات أو الهيئات. فالانترنت إذا وسيلة اتصالية واسعة الانتشار ، لها عدة أبعاد منها الثقافية ، الاقتصادية الاجتماعية و السياسية ،و تتميز خصوصا ببعدها الإعلامي ، و ترتبط بها مجموعة من الحواسيب بشكل اختياري و حر، بحيث تسمح للمشاركين فيها بالتنقل و الإبحار بين المواقع و الاستفادة من مجموع المعلومات و الخدمات التي تقدمها كما يتم نقل الملفات فيها من حاسوب لآخر دون الاعتماد على حاسوب مركزي للتوزيع ليستفيد منها الجميع بشكل متساوي ، و كما أنها تدار بواسطة الأعضاء المشتركين فيها

ثانيا : نشأة الانترنت و تطورها .

فقد ظهرت الانترنت إلى الوجود كثمرة لمشروع حكومي أمريكي بدأ تنفيذه عام 1960،و تحقق وجوده النهائي عام 1969، و قد سمي الأربانت -Sarpant كلفت بتنفيذه وكالة مشروعات البحوث المتقدمة projects agency ARPA Advanced Research التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية و من هنا اكتسبت الشبكة التسمية المشار إليها(3) و يرجعها البعض إلى عام 1957 مثل الدكتور شوقي سالم الذي يذكر السنوات

1- محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره،ص.31 .

2-بيل جيتس، المعلوماتية بعد الانترنت (طريق المستقبل). ترجمة: عبد السلام رضوان، سلسلة المعرفة، الكويت،1998، ص.152.

3- عبد الفتاح التميمي، مرجع سبق ذكره،ص.42. اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

المهمة في حياة الانترنت من عام 1957 إلى 1997 ... حيث يبين أن عام 1957 شهد إطلاق أول قمر صناعي ذكي - روسي - (سبوتنيك) كما شهد إنشاء وكالة المشروعات و الأبحاث المتطورة تحت مظلة وزارة الدفاع الأمريكية بهدف قيادة الولايات المتحدة الأمريكية حركة العلوم و التكنولوجيا المتصلة بالنواحي

العسكرية (1) و كما هو معروف بدأت فكرة إنشاء شبكة معلومات من قبل إدارة الدفاع الأمريكية في عام 1969 ، عندما طلبت وزارة الدفاع الأمريكي من خبراء الكمبيوتر إيجاد أفضل طريقة للاتصال بعدد غير محدود من أجهزة الكمبيوتر من دون الاعتماد على كومبيوتر واحد ينظم حركة السير ، و كان الدافع هو الخوف من اعتماد على شبكة تدار مركزيا مما جعلها هدفا سهلا لهجوم مباغت يقضي عليها ، و قد كان الاعتقاد أن الانتصار التكنولوجي هو الذي سيحدد المنتصر خلال الحرب الباردة مع روسيا التي وصلت إلى نقطة الغليان (2)

و قد ضمت وكالة مشاريع الأبحاث لمتقدمة أربع مواقع مشاركة في الشبكة ، و هي جامعة كاليفورنيا في مدينة سانتا باربارا (UCSB) و جامعة كاليفورنيا في مدينة لوس أنجلس (UCLA) ، و معهد ستانفورد للأبحاث (SRI) و جامعة يوتا (UTAH UNIVERSITY) (3) و عن طريق تمويل مشروع من اجل وصل الإدارة مع متعهدي القوات المسلحة و ذلك من اجل إنشاء شبكة سميت باسم "أربا" (ARPA) و صممت "أربا " عن طريق خاصية تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي (dynamic rerotinj) ، و تعتمد هذه الطريقة على تشغيل الشبكة بشكل مستمر حتى

1- المجلة العربية للمعلومات، المجلد الثاني و العشرين، العدد الثاني، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس، 2001، ص.108.

2-مليك محمد، النشر الالكتروني و مستقبل الصحافة المطبوعة. دراسة نظرية وصفية، رسالة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة يوسف بن خدة الجزائر، 2005/2006، ص.23.

3- عامر إبراهيم قندلجي، شبكة المعلومات و الاتصالات. دار الميسرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص.140.

الفصل الخامس: الانترنت

في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل تقوم الشبكة بتحويل الحركة إلى وصلات أخرى (1)

في عام 1972 تم توصيل 72 جامعة و مركز أبحاث بتلك الشبكة و كانت تلك الجامعات و المراكز تعمل في مشاريع و أبحاث خاصة بوزارة الدفاع الأمريكية ، و في السنة نفسها (2) تم عقد مؤتمر الأول لاتصالات الحاسوب ، و ظهرت خدمة البريد الإلكتروني على الاربانت و قد كان أول المنظمين لشبكة الاربانت من خارج الولايات المتحدة هما بريطانيا و النرويج ،و بذلك أصبحت شبكة الاربانت نموا بمعدل حاسب جديد كل عشرين (3) يوما بحيث شهدت فيها تطورات تقنية ،ففي عام 1974، اخرج "فينتون سيرف" (vinton cerf) احد مؤسسي شبكة الاربانت بروتوكول الانترنت (internent protocole) و يرمز له بـ IP و بروتوكول التحكم في الإرسال و الذي يرمز له TCP (transmission control protocole) ، و لهذين البروتوكولين الفضل في تحديد الطريقة التي تنقل بها الرسائل و الملفات و المعلومات بين شبكات الكمبيوتر داخل الانترنت (4)

و قد شهدت الاربانت تغيرات ففي عام 1972 حدث هناك اتصال بين الباحثين في مجال الشبكات حول العالم ، وكان ذلك من في جامعة كاليفورنيا في "سانتا باربارا" حيث كانت أول محاضرة عالمية للاتصالات الآلية بواشنطن .

ثم تأسست مصلحة المحاضرات و التي تسمى (usent) في عام 1979 من طرف " جيم إليس " (jim ellis) و " توم تريكوت " (tom tricotte) و الهدف من هذه المصلحة هو تبادل المعلومات بين مستعملي اونيكس (Unix) في جامعتي " ديك و كارولينا الشمالية "" بالولايات المتحدة الأمريكية، و في سنة 1981 ظهرت شبكة (bit net) اختصار لـ (because Its time Networks) حيث كان تأسيسها

1- خليل جابر، تاريخ شبكة المعلومات العالمية: "الانترنت".

<http://www.angelfire.com/big/kh98maqlat-mhadrat/internet-history.htm>.

2- محمد رضا البغدادي، تكنولوجيا التعليم و التعلم. دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1998، ص.308 .

3- المرجع السابق نفسه ،ص.308.

4- محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص.26.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

بجامعة نيويورك ، و كان هدفها تعليمي ، فهي تقدم عدة خدمات كخدمة المحاضرات الالكترونية .

و في عام 1982 أصبح المحددان أو البروتوكالان المعروفان باسم بروتوكول النقل و السيطرة قاعدة اتصال بالانترنت(1)

ففي نفس السنة 1982 وصل عدد الحاسبات حوالي 254 حاسب ، و بحلول عام 1983 انقسمت الاربانت إلى قسمين و ذلك بعد أن اكتشف العسكريون بان اختراعهم هذا قابل للجوسسة فانقسمت إلى : (2)

1- ميلنت (milnet) : اختصار لـ (Military network) أي شبكة العسكرية و التي ربطت بالشبكة العسكرية الأمريكية (defence data network)

2- الأربانت (arpanet) : احتفظت بهذا الاسم و تواصلت في المجالات المدنية و التي خصصت للعلماء و الباحثين الذين انضموا بكثافة للشبكة و بقى تمويلها عسكريا ، الأمر الذي سمح بربط الجامعات و مراكز البحث العلمي بعضها ببعض ، وهي التي أصبحت تشكل النواة الأساسية للانترنت و منذ سنة 1984 أصبحت تديرها شبكة NSF (fondation national service) ، و في سنة 1986 ظهرت شبكة جديدة تعتمد على الاربانت و تستخدم بروتوكول للانترنت سميت (NSF net) * ، وذلك نظرا للمشكلات التي ظهرت في استخدام الاربانت ، و بعد أن انتقلت إدارة أربانت إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية (NSF) 1984.

و قد ازداد عدد مراكز المعلومات المرتبطة بالشبكة (الاربانت) بشكل كبير. ففي عام 1985 كان عددها 2000 مركز ليرتفع سنة 1988 إلى 55000 مركز، و في عام 1989 تم ربط (كومبيوسيرف) للشبكة لتصبح أول شبكة تجارية بالانترنت، و بلغ عدد الحواسيب المرتبطة بالشبكة حوالي 100 ألف حاسوب ، وفي سنة 1990 أدمجت شبكة مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية (NSF net) في الانترنت و أصبحت القاعدة

1- عامر إبراهيم قنديلجي ، مرجع سبق ذكره، ص.141 .

4- Arnand Dufour , " internet" .que sais-je ,puf,France 2000.p29.

الفصل الخامس: الانترنت

الأساسية لشبكة الانترنت (1) و يتمثل جديد الانترنت في النمو الغير عادي الذي شهدته خلال التسعينات ، حيث تشير الإحصائيات المتوفرة إلى تضاعف عدد عقد الشبكة أكثر من أربع مرات ما بين عام 1993، 1996 و قد ازدادت أعداد مستخدمي الشبكة حول العالم لتصل إلى عشرات الملايين (2)

فقد أدى إنشاء شبكة ويب العالمية عام 1992 ، وظهور المتصفحات ذات وجهات استخدام الرسوبية لمختلف أنواع النظم التشغيل إلى اتساع هائل في شعبية الانترنت ، و حسب إحصائيات سنة 1998 فإن الانترنت تقوم بوصل حوالي ما يقارب العشرة ملايين حاسب في أكثر من مئة دولة في العالم (3) ، و لقد تضاعف عدد الأجهزة الموصولة بالشبكة ليصل سنة 2000 إلى أكثر من 124.2 مليون جهاز مرتبط بالشبكة عبر مختلف أنحاء العالم.

ثالثا : خصائص الانترنت :

إلى جانب السمات التي تميز الانترنت، في سرعة و ضمان انتشار المعلومات ،وسرعة تبادل المعلومات و المستندات و الحديث المشاورة و سهولة الاستعمال فان الانترنت تنفرد بخصائص و سمات إعلامية من أبرزها

— تعدد الوسائط (الوسائط المتعددة) (multi media) :و نقصد بها تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت ، و من نص و صوت و صورة ثابتة و لقطات فيديو في منتج واحد ، و ليس بالضرورة أن تجمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها (4) ،وبسبب هذه السمة

1- NSF* اختصار ل National Science foundation مؤسسة العلوم الوطنية، تأسست عام1986 و هي خليفة الانترنت .- عن عبد الملك ردمان : الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ،م .س . ص 19(لا يوجد إخلاف في التاريخ).

2- مصطفى محمد رجب، مرجع سبق ذكره،ص.217.

3- محمد صلاح سالم، العصر الرقمي و ثورة المعلومات: دراسة في نظم المعلومات و تحديث المجتمع. الدراسات و البحوث الإنسانية و الاجتماعية، ط1، 2007،ص.79.

4-رضا عبد الواحد أمين، ، مرجع سبق ذكره، ص.72
اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

تكتسب شبكة الانترنت مميزات كل أنواع الاتصال فهي تكتسب ميزة اتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، و تكتسب ميزة اتصال التلفزيوني من خلال تقنية الصورة و لقطات الفيديو و الرسوم المتحركة و غيرها (1)

- النص الفائق " HTML " (HYPER TEXT TRANSPORT)
PROCOLE : وهي لغة برمجية تستخدم لإنشاء وثائق ونصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر وأصبحت صورة قياسية لهيكل المعلومات ووضعها في وثائق.

— التدفق الشحني : يعني التدفق الشحني أن المعلومات على الشبكة تنقل في شحنات و ليس في تدفق خطي ، و ذلك عبر طرق الانترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع نمطا خطيا في تقديم مادتها (مساحيا في وسائل المطبوعة ، و زمنيا في الوسائل الالكترونية) فان التدفق في الانترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها ، واستعراضها ، و الخروج منها إلى شحنات أخرى (2)

— التزامنية و اللاتزامنية : فشبكة الانترنت كوسيلة إعلامية تجمع بين صفتي التزامنية و اللاتزامنية ، طبقا لما يريده المستخدم و طريقة تعامله معها ، التزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد ، و الحداثة و الحالية ، بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، و تكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ففي البريد الالكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال و استقبال رسائل فورية ، كما يمكنه استقبال رسائل في غير وقت إرسالها ، ويتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به (in box)
لحين دخوله إليه ، و يستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد (3)

1- رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 72.

2- المرجع السابق نفسه ، ص 72.

3- برينيس نعيمة ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات: دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية التلفزيون الجزائري. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ،

جامعة منتوري ، قسنطينة، 2010/2009، ص 119.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

— التفاعلية : و تعد هذه السمة من أهم السمات التي تتميز بها شبكة الانترنت، و تتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الانترنت كالتخاطب الفوري (chat) وخدمات البريد الالكتروني، فهي تعد احد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل، وتمكنه من إدارة عملية الاتصال ، فمن خلال شبكة الانترنت تم التحول، و الانتقال بين طرفي عملية الاتصال، من مستقبل الرسالة إلى المرسل لها خاصة من خلال منتديات التفاعل و الحوار ، حيث تمكن المتصفح لموقع ما من التحوار كاتبه، الأمر الذي يعطي رجع الصدى سمة الفورية و المباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى (1)

— سهولة الاستعمال : تعد خاصية سهولة الاستخدام احد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الانترنت لها ، و زيادة إقبال الجمهور عليها ،حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي و عقلي كبيرين لفهمها و استيعابها ،فالمرء لا يحتاج لان يكون خبيراً معلوماًتياً أو مبرمجاً أو مهندساً حتى يتمكن من استخدام الانترنت ،فإمكان أي كان استخدامها بكل سهولة و يسر(2)

رابعا : عوامل انتشار الانترنت و أهدافها :

أ-عوامل انتشار الانترنت:

يمكن اعتبار الشبكة العنكبوتية (web) جزءاً مهما و كبيرا عن تطبيقات و خدمات الانترنت ، فقد كان لظهور الشبكة اثر كبير في توسع استخدام الشبكة العالمية للمعلومات « الانترنت » و يعود نجاح الشبكة العنكبوتية المرتبطة بالانترنت إلى أسباب عدة شكلت عوامل بارزة لانتشار هذه الأخيرة أهمها : (3)

1— استخدام تقنية لغة النص المترابط أو المتشعب (hyper text makeup langage) و الذي يشار إليه اختصاراً (HTML) ،و الذي قام المختبر الأوربي لفيزياء

1- سالم محمد صلاح، مرجع سبق ذكره،ص.81 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص.82.

3- عامر إبراهيم قنديلجي، شبكة المعلومات والاتصالات، مرجع سبق ذكره،ص.141.

الفصل الخامس: الانترنت

الجسيمات (CERN) بتطويره عام (1993)، و هو يسهل الوصول إلى مختلف أنواع المعلومات عن طريق التنقل بين الصفحات و الملفات المخزونة في مواقع مختلفة ،وفق نظام يسهل على الباحث التشعب من خلال عدد من العبارات المفتاحية المرتبطة مع بعضها ، بشكل عنكبوتي ، يسميها البعض الوصلات (links) أو النقاط الساخنة (hot points) و التي يمكن تمييزها بلون حروفها المختلفة عن بقية النصوص و العبارات ،و يستطيع الباحث الضغط المؤشر (النقر على السهم) بواسطة الفارة للوصول إلى المعلومات المتوفرة عن هذه العبارة المميزة

2- الوصول إلى المعلومات المرئية و المسموعة، كالصور الثابتة، الرسومات ،الصور المتحركة animation و الصوت ،اللقطات الفيلمية و الفيديوية ، إضافة إلى النصوص. وعلى هذا الأساس فان الوثيقة المسترجعة عن طريق الويب تحتوي على مختلف أنواع عناصر الوسائط المتعدد. و من هذا الاتجاه ظهر مصطلح النص الوقي أو المترابط للوسائط المتعددة

3- تسهل استخدام تقنيات و فضاءات فعالة مثل « غوغل » و تسهيل الوصول إلى معلومات الشبكة بواسطة آلية نظام آخر يسمى "غوفر" ،ومن الجدير بالذكر أن تطورا كبيرا جدا قد حدث في استخدام شبكة الانترنت بعد انضمام الشبكة العنكبوتية إليها ، و قد تطورت المواقع المتوفرة على الشبكة من (130) موقعا في عام (1991) ليصل إلى حوالي (800 ألف) موقع في عام (1998) ثم حوالي 16 مليون موقع (1999)، كما أننا لا يجب إغفال التسهيلات الفنية في استخدامات الانترنت و الشبكة العنكبوتية نذكر منها : (1)

– تسهيل النفاذ إلى معلومات الشبكة العالمية ،عن طريق استخدام قوائم خيارات رئيسية و فرعية

– البحث عن الوثائق ، وقواعد البيانات ،و فهارس المكتبات ،و قراءة المطويات الالكترونية ،و الكتب و الإعلانات

1- عامر إبراهيم قنديلجي، شبكة المعلومات والاتصالات مرجع سبق ذكره ،ص.157.

الفصل الخامس: الانترنت

— المشاركة بالمناقشات و تتمثل بالمشاركة في مجاميع النقاش المتفاعلة و المتبادلة و تأمين التعاملات الصوتية

— التبادل بالتعاملات التجارية، الإعلانات، المبيعات، شراء المنتجات، و تأمين الخدمات على الخط المباشر.

— تأمين المتعة، و المشاركة بالألعاب الالكترونية، و مشاهدة الأفلام و الاستماع إلى الموسيقى و قراءة المجلات، و حتى المشتملة منها على رسوم المتحركة(1)

و بذلك توسع عدد المستخدمين و المشاركين في الانترنت ، سواء كان ذلك على مستوى عدد الحواسيب أو عدد الشبكات المرتبطة بها هذه الحواسيب أو عدد المستخدمين لخدماتها و تسهيلاتهما و تطبيقاتها المختلفة عبر العديد من دول العالم، التي أقدمت على الارتباط بها بشكل متنامي، وخاصة في مطلع عقد التسعينيات من القرن الماضي، بعد ظهور الشبكة العنكبوتية الويب (web) ، و انضمامها إلى الانترنت بضوء ما ذكرناه من تميز للشبكة العنكبوتية، وإضافتها للكم الهائل من المعلومات التي زاد حجمها على المليار صفحة .

فعندما نعرف بالانترنت فلا بد لنا من الإشارة إلى الشبكة العنكبوتية (web)، التي هي ليست الانترنت ككل بل أنها جزء منها ، و لكن هذا الجزء مهم و جوهري ، حيث تشتمل على بحوث و معلومات مهمة و حديثة تقدر بمليار صفحة ، و على هذا الأساس فقد جاء دخول هذه الشبكة إلى الانترنت توسع كبير في استخدام الشبكة العالمية للمعلومات (2)

كما أننا لا يجب أن نغفل على مجموع العوامل الأخرى السياسية و الثقافية و التكنولوجية و المادية و البشرية التي ساهمت في انتشار و تطوير استخدام الانترنت.

1- عامر ابراهيم قنديلجي، شبكة المعلومات والاتصالات، مرجع سبق ذكره ، ص. 158.

2- المرجع السابق نفسه، ص. 156، 157.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

ب- أهداف الاتصال بالانترنت:

يشترك الناس في الانترنت للبحث و العلم و التعلم و الدراسة و الاستفادة من الاتصال بالناس و الاحتكاك بانجازات العلم و الاطلاع عليه.

و البعض يحقق الثروات و المكاسب التجارية و البيع و عرض المنتجات و البحث عن الوظائف بينما يعتبرها البعض مقصد هوايات و تكوين صداقات ، و هناك أصحاب السوء الذين ينشرون عليها الموبقات و شر الأفكار.

و عندما يتم الاتصال بشبكة الانترنت يصبح من الممكن الوصول إلى الموارد العامة في الشبكة التي تتكون من شبكات عديدة فيها ملفات للمعلومات و الصحف الالكترونية و الصور و اللقطات الفيديو و الموسيقى و أفلام الحركة و غيرها.. و مواقع الشركات و الأفراد بشرط معرفة الأماكن التي تريد أن ترتادها(1)

خامسا : أهمية الانترنت ووظائفها الإعلامية :

أ-أهمية الانترنت:

تزايدت أهمية الانترنت في الآونة الأخيرة ، حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية جديدة بحد ذاتها ،يمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية و أصبح من السهل على الفرد التعامل معها بمنتهى السهولة و الحرية من دون تعقيد أو معوقات ، حيث فرضت الانترنت نفسها بقوة لأنها موجودة في معظم البيوت كوسيلة للإعلام و التثقيف و التعليم و الترفيه.

و قد مثلت الانترنت الثورة السادسة في عالم الاتصال الإنساني بعد الثورة الأولى التي تمثلت في اكتشاف الكلمة المنطوقة ، و الثانية التي بدأت باختراع الكتابة ، و الثالثة المتمثلة في اختراع الطباعة ، و الرابعة التي نتجت عن اكتشاف و تطور الالكترونيات التي ولدت معها الهواتف و البرق و الراديو ،و التي أعقبها نقل الصور بخطوط المواصلات السلكية و بعد ذلك تحركت الصورة على شاشة السينما ثم صاحبها

1-محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره،ص 313.
اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

الصوت و جاء التلفزيون بعد ذلك ،كما تعتبر الانترنت اكبر اتحاد عالمي حيث يضم أكثر من مليار شخص يجمعهم حب الانترنت، و نظرا لان الانترنت ليست شيئا ماديا يمكن الإشارة إليه، فهو عبارة عن العديد من الأشياء المتداخلة المكملة لبعضها البعض و للانترنت الفضل في ربط العالم كقرية واحدة صغيرة، و أسهمت أيضا في إجراء الأحاديث و تبادل الصفقات و المعلومات بين أفراد و الهيئات و يستفيد من هذه الشبكة كل أفراد المجتمع، و نجد الآن الأطفال و الشباب أكثر استخداما لشبكة المعلومات في البحث و المعرفة مما يدل على سهولة الاستخدام و عموما الفائدة ، و تكمن أهمية الانترنت في عولمة وسائل الاتصال و الترويج للمواضيع المنشورة في وسائل الإعلام التقليدية ، مثل الصحف ذات الطبعات المحلية و التوزيع المحدود، بحيث يمكن نشرها على الصعيد العالمي من خلال شبكة الانترنت ، و يمكن لأي صحفي أن يكون كاتباً مشهوراً على مستوى العالم ، و تصل إليه ردود أفعال القراء من خلال بريده الإلكتروني (1)

و للانترنت أهمية بالغة في شتى مناحي الحياة في التعليم ،الطب، التجارة ..إلخ، كما سنراه لاحقا،و قد ساهمت الانترنت في تقليص التكاليف فيعمل الجهاز الخادم (server) في شبكة الانترنت على تقليل الحاجة إلى وجود نسخ متعددة من البرامج و قواعد البيانات (data Bases)

لان هيكله موقع شبكة الانترنت مطابقة تماما لبنيته على الانترنت ، و تسمح هذه البنية بخدمة تنزيل (down loading) الملفات و التطبيقات بسهولة ويسر، كما أن الوصول إلى البيانات المشتركة يمكن أن ينفذ عن طريق قاعدة بيانات مشتركة يتم الوصول إليها من المستخدمين كلا تبعا للصلاحيه (permission) الممنوحة له ، كما يمكن للشركة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات و النماذج الورقية التي تقدم للانترنت حلولا الإلكترونية لها مثل : دليل الهاتف (phone book) و طلبات الصيانة

1- ريم الجابي، انترنت عام 1997 مجلة المعلومات القومي، عدد 63 دمشق، كانون الثاني،

الفصل الخامس: الانترنت

(maintenance request forms) و الخدمات الإدارية المتعددة ، كما أن الانترنت توفر الوقت حيث يخفض استخدام الانترنت الكثير من الوقت الضائع في الاتصال(1)

ب- الوظائف الإعلامية للانترنت :

عندما تصدت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال ، و التي اشتهرت باسم (لجنة ما كبريد) لتحديد معنى الإعلام ، فقد توصلت بعد بحث طويل إلى أن المفهوم يجب أن يشمل الجمع و معالجة المعلومات ، ونشرها من اجل فهم الظروف المحيطة بالأحداث ، للوصول إلى وضع يمكن الشعوب من اتخاذ قرارات المناسبة(2) ، كما يقصد بوسائل الإعلام الأدوات التي تؤدي بها الرسالة الإعلامية أو القنوات التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، و قد تكون الوسيلة إما مكتوبة أو شفوية أو سمعية بصرية، و تختلف كل وسيلة عن الأخرى في نوع الجمهور الذي تتصل به ، و في نوع الرسالة التي تحملها ، و في التأثيرات التي تحدثها (3)

و لهذا فان الإعلام الدولي يعني : الانتقال الحر للمعلومات بواسطة التكنولوجيا الحديثة بين دول العالم ،حتى يستفيد العلماء و المختصون و الجمهور العام من هذه المعلومات ، حيث أصبحت المعلومات احد عناصر قوة الأمة المعاصرة في النظام العالمي الجديد للاتصال و المعلومات ، و تدفق لمعلومات الكترونيا عبر الحدود السياسية (4)، و أثارت تكنولوجيا الانترنت ضجة كبيرة في الأوساط الإعلامية كسابقاتها من الاكتشافات الجديدة في الميدان الاتصالي و المعلوماتي ، فعند ظهور أي وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها ، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية ذات خصائص و مميزات مبهرة للمستمعين ، اعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية ، كما أن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة و الإذاعة و نفس الإحساس و التوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الانترنت لما تمتلكه هذه

1- عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت. دار الراتب الجامعية، ط1، بيروت، 2000، ص.98.

2- المرجع السابق نفسه، ص.98.

3- برينيس نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص.121 .

4- أحمد بدر ، دراسات في الاتصال و الدعاية الدولية. ط1، القاهرة، 1998، ص.65.

الفصل الخامس: الانترنت

الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى ، و رغم كل التنبؤات فان جميع الوسائل الإعلامية ، حافظت على وجودها ،كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها(1) ، و قد أظهرت دراسة أجرتها وحدة الدراسات و البحوث بدار الخليج للطباعة و النشر نشرت نتائجها في ديسمبر 2003 و التي شملت عينة قوامها 500 شاب في دولة الإمارات العربية المتحدة ، أن نسبة 38،28% من الشباب يقضي معظم أوقاته أمام الانترنت في مقابل 5،21% يلجا إلى قضاء أوقات فراغه أمام التلفاز ، و نسبة 11% يفضلون قضاء وقت فراغهم في القراءة و القيام ببعض الأعمال التطوعية (2) ، و يمكن القول أن ظهور الانترنت دفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها و أساليب عملها ،لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية على هذا كان لظهور شبكة الانترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي و شكل الفني، حيث ساعدت شبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية ، وذلك من خلال الخدمات المباشرة ، و كذلك من خلال الاختصار و الدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية ، و أسهمت منتديات الانترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام ، و ساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في وسائل إعلامية و جمهور هذه الوسائل ، و هو ما يطلق عليه اتصال التفاعلي(3) ، بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها و استفادت جميع الوسائل التقليدية الإعلام من الانترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر ، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود و كان أول دخول لوسائل الإعلام إلى شبكة الانترنت عام 1992 حيث صدرت صحيفة " شيكاغو أون لاين (CHICAGOON-LINE) ثم الإذاعة عام 1993 و ظهر انتشار الصحف على الشبكة عام 1994، كمزوج للأخبار الإلكترونية ،

1- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة. الدار المصرية اللبنانية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2001، ص.98.

2- السيد أحمد مصطفى عمر، تأثير استخدام الانترنت على مشاهدة التلفاز. متوفر على الرابط: <http://www.arabicmediastades.net> . زيارة يوم: 2010/11/12.

3- أبو عزام، الوظيفة الإخبارية لشبكة الانترنت. <http://www.arabicmediastades.net> . يوم الزيارة: 2010/12/11.

الفصل الخامس: الانترنت

و يمكن الآن متابعة الإذاعة و التلفاز مباشرة من خلال شبكة الانترنت ،شريطة توافر برنامج صوتي خاص يمكن من خلاله متابعة البث الإذاعي أو التلفزيوني عبر الشبكة مثل برنامج (MEDIA player) (1) و السبب الأساسي لدخول وسائل الإعلام إلى شبكة الانترنت هو المنافسة والبحث عن فرص الأخبار و المعلومات و الصور ، أي كل ما هو جديد يحقق سبق الصحفي، بالإضافة إلى استفادة من خدمات الشبكة في مجال نشر و استقبال المواد الإعلامية نظرا لسرعة نقل الانترنت لها ،فاحتواء الانترنت على كم هائل من المعلومات و الأخبار جعل لها بروزا و دورا حضاريا في المجتمع . فعندما تقع أحداث إخبارية ما فان المهتمين بها يبثون رسائل عبر الانترنت مباشرة للآخرين لكي يقرؤوها، و تمثل هذه الوظيفة تحولا مهما عن وسائل الإعلام التقليدية، كما أثارت هذه التكنولوجيا في زيادة مساحة المشاركة و التبادل ،و القابلية للتحرك و التوصيل و الشبوع و الانتشار و القابلية و التحويل (2)

فعلى المستوى الإعلامي ،يندر أن تجد وسيلة إعلامية ليس لها وجود إلكتروني على شبكات الانترنت ، و الاستفادة من الكم الهائل من المعلومات المتجددة و المتنوعة في جميع الحقول و الميادين ، كما تحتوي على أخبار السياسية و الاقتصادية و الثقافية و الرياضية و العلمية و التعليمية و الترفيهية و غيرها ، و تقدم العديد من الشركات المتخصصة كثيرا من البرامج المجانية ، التي تسمح باستقبال الأخبار من مواقع البث بشكل مباشر(3)

كما توفر الانترنت ما يسمى بالتجوال الحر في فضاء الشبكة ، و الإبحار غير المنتهي في عالمها ،و وجود الروابط ذات الصلة بموضوع بحث أي نص الفائق و استخدام التقنيات الحديثة في إخراج الصفحات الإلكترونية ، الاستفادة من التكنولوجيا الوسائط المتعددة ، و من خدماتها الإخبارية التي تقدمها المستعرضات و آلات البحث بالنص

1- أبو عزام، الوظيفة الإخبارية لشبكة الانترنت،مرجع سبق ذكره.

2- السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية و الصحفية و التعليمية و القانونية. دار الكتاب الجامعي، ط1، العين،2004،ص.ص. 17، 18 .

3- <http://www.minshawi.com/vb/member>.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

و الصورة و الصوت كمستعرضات نتسكاب و الميكروسوفت اكسبور ، كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الإعلام مثل فوكس نيوز (1)

سادسا: مزايا الإنترنت و عيوبها :

تعد الانترنت وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ، ولهذا فهي لا تختلف عن مثيلاتها في أن تكون سلاحا ذو حدين وسيلة توظف أو تستخدم استخداما ايجابيا ، أو استخداما سلبيا .

أ- ايجابيات الانترنت :

لقد حظيت الأجيال الراهنة بوسيلة الانترنت فقد حققت لهم الكثير من المنافع المختلفة سواء كانت اجتماعية، نفسية، أو اقتصادية....الخ، فأصبحت منصب اهتمام الشرائح الاجتماعية العديدة بغية الاستفادة من مضاهايتها العلمية والأدبية والفنية و غيرها، لتحقيق مآرب أخرى، و من أهم ما حققته الانترنت من محاسن للأفراد تتمثل في(2)

-تنمية مهارات الاستطلاع و التعلم الذاتي حيث صاغت الانترنت شكلا جديدا للتعليم و التعلم الاستكشافي و المشوق .

-تنمية مهارة الأسلوب التفاعلي و المشاركة بالمعلومات و الآراء والتجارب.

-تعلم فن البيع و الشراء عبر التجارة الإلكترونية و فن الإنتاج و التسويق الإلكتروني.

-استكشاف العالم و متابعة كل ما يطرأ عليه من مستجدات في جميع المجالات الثقافية و الفنية و الرياضية .

-تعلم اللغات الأجنبية المختلفة، و تنمية المهارات و الهوايات كل حسب اهتمامه وهواياته المفضلة.

-متابعة المستجدات و الابتكارات و المكتشفات في جميع أنحاء العالم.

1- <http://www.minshawi.com/vb/member> . مرجع سبق ذكره

2- عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث و الانترنت. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص.89.

الفصل الخامس: الانترنت

- ممارسة الألعاب الجماعية خاصة التعليمية منها و العاب الذكاء كالشطرنج

-اكتساب الأصدقاء على مستوى العالم من خلال المحادثة و المراسلة.

- تعلم المهارات التواصل و الحوار مع الجنسيات المختلفة و الاطلاع على ثقافات الشعوب.

- تعزيز اللغة العربية قراءة و كتابة ، في حين استخدام المواقع العربية و كذلك تقوية اللغة الانجليزية في حالة الاطلاع .

و من الفوائد الايجابية كذلك للانترنت و التي يمكن أن نستشفها من خلال دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1995 على 170 شركة ، اتضح أن 11% من هذه الشركات نفذت انترنت intranet بالفعل و أن 12% تقوم بالتنفيذ.، والباقي قيد الدراسة و اتخاذ القرار. و قد لخصت الشركات التي نفذت الشبكة الفوائد التي جنتها من استخداماتها الايجابية لها بما يلي:

- سهل وجود انترنت الاتصال بين المستخدمين و التعامل فيما بينهم لأداء العمل بكفاءة و فعالية .بمعنى أن وجود الانترنت حسن مستوى الرضا الذي يشعر به المستخدمون اتجاه عملهم من خلال التطبيقات المختلفة التي تتيح لكل منهم إبراز دوره في الشركة من جهة ، و تعاونه مع الآخرين من جهة أخرى.كانت حصيلة وجود الانترنت تحقيق توفير في النفقات ، مع زيادة إنتاجية العمل كما و نوعا.و تشير إحصائيات صدرت عام 1997 إلى أن معظم المؤسسات الأمريكية باتت تملك أو تقوم بإنشاء انترنت خاصة بها إضافة إلى اتصالها مع الانترنت (1)

-كما أن للانترنت فوائد اتصالية كبنية ارتكازية للمؤسسات إدارة الأعمار الإلكترونية ، حيث تؤمن الاستخدامات العالمية لتكنولوجيا سهلة الاستخدام ، و تكنولوجيا معيارية ، يمكن أن يجري تبنيها من قبل جميع المنظمات ، و يتم تبني و استخدام مثل تلك التكنولوجيا المعيارية بصرف النظر عن نظم الحواسيب المستخدمة فيها ، أو أرضية

1- عبد الفتاح التميمي، مرجع سبق ذكره،ص.52.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

تكنولوجيا المعلومات المعتمدة .و بعبارة أوضح فان الانترنت تزود الأفراد و المؤسسات بتكنولوجيا سهلة الاستخدام ،و معايير بالإمكان تبنيها و استخدامها من جميع مؤسسات ، بغض النظر عن أي نظام حاسوبي يستخدم أو منصات وأرضيات لتكنولوجيا المعلومات التي تستخدمها (1)،وهي اتصال مباشر بين الأطراف المعنية بعمل وإدارة المؤسسات من دون وجود وسطاء و جهات تؤخر ،و يعقد من إجراءات التواصل و على أساس ما تقدم فان تكنولوجيا الانترنت تؤمن وصول مباشر واسترجاع مباشر للمعلومات من عدة آلاف من المؤسسات و الجهات المشاركة المنتشرة في مناطق مختلفة من العالم ،كما تؤمن الانترنت خدمات حول الساعة ، أي متواصلة و مستمرة ، حيث أن الانترنت و مواقع الشبكة العنكبوتية متاحة 24 ساعة في يوم، بالإضافة إلى إمكانات التوسع في قنوات الربط ، و التخفيض في نفقات المراسلات التجارية فالتكاليف التي يدفعها الباعة عادة و المشترين و ما شابه ذلك من التكاليف، تتقلص كثيرا حيث تؤمن الانترنت بدائل سهلة الاستخدام لتنسيق النشاطات،مقارنة بالشبكات القطاعية الخاصة،حيث تقلل من التعاملات التجارية للمنظمات. كما ساعدت الانترنت إلى الحد من وسطاء في إدارة الأعمال ، ومن الممكن أن تستخدم القدرات التفاعلية للشبكة العنكبوتية في بناء علاقات وثيقة مع العملات في التسويق و دعم المستهلكين، كما أن العديد من نماذج الأعمال الإلكترونية الجديدة والمبتكرة قد برزت و توفرت على الانترنت ،بما في ذلك الواجهات الافتراضية و صانعي البوابات ،مجهزي المحتوى الإلكتروني،و مبادلات البحث المباشر و مؤسسات النشر ، و مجهزي الخدمة على الخط المباشر(2)

و تؤمن الانترنت قدرات التسويقية ،من خلال عروض للمنتجات و الخدمات و المعلومات الخاصة عبر الاستخدام السهل و المثير للشبكة العنكبوتية.

1- عامر إبراهيم قنديلجي، شبكة المعلومات والاتصالات،ص 148.

2- المرجع السابق نفسه ، ص.ص.150،149.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

و إضافة عما قيل ،فهناك استخدامات ايجابية أخرى متنوعة و عديدة للانترنت في مختلف المجالات ،حيث دخلت خدماتها مجالات التعليم و التجارة و أصبحت جزءا هاما من حياة المواطن العادي ، نذكر من بين هذه الاستخدامات الايجابية :

أ/1 التعليم عن بعد: يعرف التعليم عن بعد أو التعليم البعادي (distance learning) بأنه احد طرق التعليم الحديثة نسبيا ،فهو نقل برنامج تعليمي من موضعه في حرم مؤسسة تعليمية ما إلى أماكن متفرقة جغرافيا ،ويذكر العالم "شاندر" أن التعليم عن بعد باعتباره عملية تعليمية جوهرها يتمثل في كون الطالب يكون : مفصولا أو بعيد عن المعلم بمسافة جغرافية ،يتم عادة سدها باستخدام وسائل الاتصال الحديثة و وسائط النقل التعليمية الإلكترونية ، التي قد تشمل الأقمار الصناعية و أشرطة الفيديو و الأشرطة الصوتية ، و الحاسوب ، ووسائط الميديميا ، وغير ذلك من الوسائط المتاحة لنقل المعلومات(1)

أ/2 استخدام الانترنت في المكتبات :معظم المكتبات اليوم على اختلاف أنواعها وأحجامها أصبح لها موقع إلكتروني عبر الشبكة العالمية ، و أصبح بالإمكان الاطلاع على فهارسها انطلاقا من مكان تواجد المستفيد ،و ذلك بالاعتماد على تقنية "opac"(online public Access catalogue) ،كما تتيح شبكة الانترنت إمكانية الحصول على الوثائق باستخدام تقنية "FTP" ،وهذا في إطار الإعارة المتبادلة بين المكتبات ،وكذلك استخدامها في عملية البحث عن الوثائق في إطار عمليتي الاختيار والافتاء (2)

أ/3 الانترنت و البحث عن المعلومات :تشكل المعلومات محور الحديث و السبب الرئيسي للولوج إلى عالم الانترنت ، و بالتالي فإن البحث عنها داخل الشبكة هو الهدف الذي تسعى إليه هي المؤسسة أو الفرد فهناك مواقع مخصصة في مجال

1- محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية و التطبيق. دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة،ط1، الأردن،2004،ص.401.

2-Jacquesson Alain,l'information des bibliothèques -historique, stratégies perspectives. cercle de la librairie,paris,1995. p232.

الفصل الخامس: الانترنت

المعلومات و الأخبار ، و هناك وكالات الأنباء المختلفة التي تبث حصيلتها من المعلومات . (1)

ونذكر من أهم المصادر المعلوماتية ما يلي : (2)

- المواقع الحكومية :تعمل على إنشائها الحكومات أو بعض الدوائر الحكومية و تقوم بتوفير المعلومات للمواطنين (مواقع لبعض الوزارات ،مصالح إدارية ...) و تنتهي عناوين هذا النوع من المواقع باللازمة " gov "

-مواقع المؤسسات : حيث تكون تابعة لمؤسسة ما ، و تعمل لجلب مستخدمي الانترنت إليها بتوفر كم هائل من الخدمات و المعلومات، كمعلومات قانونية ، أخبار مسابقات ، عروض عمل ، تجارة و شغل ، و تكون هذه المواقع معروفة من خلال اللازمة " com "

-المواقع غير الحكومية وغير تجارية : وهي تابعة لمختلف الهيئات و الجمعيات والمنظمات غير الحكومية ، و التي لا تهدف للربح المادي بل إلى التعريف بنفسها و الخروج إلى العالمية ، و عادة ما تنتهي هذه المواقع باللازمة " org " أو لازمة تدل على التواجد الجغرافي للمنظمة أو الجمعية dz ، ca ، uk ، fr

-المكتبات و مراكز التوثيق : وذلك من خلال خلق مواقع لها على الشبكة، و تحويل رصيد ملفاتها الورقية إلى رقمية افتراضية ، و عادة ما تنتهي عناوين المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات باللازمة " EDU "

- مواقع الصحافة : تعتبر أيضا من بين أهم مصادر المعلومات على الشبكة ، من حيث غنى المعلومات و حداثتها ، فمعظم وسائل الإعلام حولت منشوراتها على الشبكة وفقا محتويات متخصصة (أخبار ، ملفات ، قواعد ، المعلومات....) ، و تنتوع وسائل الإعلام من مكتوبة إلى سمعية إلى سمعية البصرية

1- العامري خالد، الأترنت تقنية قد تكون نعمة. http://www.alwatan.com/graphics .Heads, jt2.html.

يوم الزيارة: 2003/09/19

1 - Leonormand patrick :trouver sur internet, micreception. paris, 2001, p22. 129.

الفصل الخامس: الانترنت

- مواقع صفحات الأشخاص :وهي عبارة عن مواقع و صفحات ويب خاصة بالأشخاص معينين ،وهي توفر كما معتبرا بكيفيات و توجهات مختلفة ،إلا أن ما يعاب على هذا النوع من المواقع هو مصداقية المعلومات ،قضية التحسين الخاصة بمعلوماتها أ/4 استخدام الانترنت في العلاقات العامة :

كان مجال العلاقات العامة يسعى دائما للوصول إلى طريقة مرنة ،لإنشاء شكل معين لنشر المعلومات (مثل المؤتمرات ،اللقاءات الصحفية ،الصحف الداخلية و غيرها)،وهذا يسمح باستخدام المعلومات بطريقة أكثر سهولة ،و الآن هناك طريقة جديدة لتحقيق هذا الأمر من خلال الويب ،حيث تبرز في الوقت الحاضر لغة جديدة هي "XML"(extensible markup language)،كطريقة جديدة ،يمكن من خلالها مجال النشر و إدارة الأعمال والكثير من العمليات التجارية الأخرى، أن تستخدم تنسيق مشترك للمعلومات ،حيث أصبح بالإمكان المشاركة في كل المعلومات و البيانات عن طريق شبكة الويب العالمية،وغيرها من الطرق الأخرى (1)

أ/5 الإعلان الإلكتروني :يعرف الإعلان عبر الانترنت هو احد أنواع الإعلانات ،وما يميزه هو نوع الوسيلة التي يبث عبرها ،ويعرف بأنه جمع أشكال العرض الترويجي المقدم من معلن معين من خلال شبكة الانترنت ، فالانترنت أدخلت شكلا جديدا للإعلان يقوم على تقديم خدمة خاصة للعملاء تبعا لأذواقهم،وبنسبة تكاليف اقل من الطرق التقليدية،ويميزه عرض غير محدودة (2)

أ/6 التجارة الإلكترونية عبر الانترنت :تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها، مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج ،وتوزيع، وتسويق ،وبيع المنتجات(3)

1- برنيس نعيمة، مرجع سبق ذكره،ص.144.

2-حسين عبد الجبار، اتجاهات الإعلام الحديث و المعاصر. دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص.86.

3- أبو القاسم محمد أحمد، التسويق عبر الأنترنت. دار الأمين، ط1، مصر، 2000،ص.18.

الفصل الخامس: الانترنت

وحسب "بريون أيك" مدير الاتصالات على مستوى شبكة proding الأمريكية فإنه توجد أربع امتيازات تجعل من الشركات تسعى إلى إثبات وجودها على الشبكة وهي :

(1)

1-تقديم عام لخدماتها و منتجاتها بكيفية جيدة .

2-العمل على وضع أسعار تنافسية.

3-ضمان و جودة الخدمات.

4-تطوير وتحسين العلاقات مع المستهلكين

أ/7 الطب عن بعد باستخدام الانترنت: استخدمت شبكة الانترنت في التعاون الطبي وتبادل الخبرات الطبية ،لما تقدمه من تواصل فوري بالصوت و الصورة ،فبإمكان طبيب مبتدئ القيام بعمليات جراحية متقدمة بإشراف طبيب عالي المهارة عن بعد، كما بالإمكان إجراء التحليلات المخبرية ،وما شابه ذلك من تسهيلات ،وتعود جذور فكرة الطب عن بعد إلى الستينات ،عندما اثبت العلماء العاملون في وكالة الفضاء الأمريكية مراقبة الوظائف الفسيولوجية، كضغط الدم ،وسرعة ضربات القلب و حرارة الجسم، لرواد الفضاء خلال رحلاتهم الفضائية، وذلك بواسطة الأطباء على الأرض(2)

ب - سلبيات الانترنت :

رغم الجوانب الايجابية والمزايا والفوائد التي وفرتها شبكة الانترنت ،من حيث الكم الهائل من المعلومات المفيدة في مختلف المجالات والأنشطة وإسهامها في ربط المجتمعات والهيئات والدول بعضها بعضا، إلا أن الخطر يكمن في هذا تدفق المعلوماتي غير مسيطر عليه ،والاستعمال اللاعقلاني لهذه شبكة ،وهذا ما أدى إلى نتائج وافرقات سلبية تتجلى في :

3 -breeds claires finidori, jean cristophe, marketing direct sur internet. thomson puffling, paris, 1997 ,p14-15.

2- مشعل عبدالله حميدان، الطب عن بعد . www.itrafic.org/medecin.htm : http// يوم الزيارة:2008/03/22.

الفصل الخامس: الانترنت

ب/1التبعية الإعلامية: حيث رسخت الانترنت مفهوم التبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية وطبيعة توظيفها، حيث استغلت خدماتها في عمل الدعائي أو التخريبي المسيطرة على التكنولوجيا -الغرب عموما وأمريكا خصوصا-وبكل سلبياتها، ومواقفها العدائية المعروفة من الشعوب النامية ومنها العربية(1)

كما برزت تساؤلات حول سيادة اللغة الانجليزية على الشبكة، حيث تبلغ 77% من الصفحات والمواقع على الانترنت باللغة الانجليزية، وسيادة المضمون الأمريكي الذي ينسجم مع أسبقية الولايات المتحدة في ابتكار الانترنت و استخدامها -على مستوى المدني -على نطاق واسع، حيث يبلغ الأمريكيون نصف مستخدمي شبكة الانترنت في العالم (2)

ب/2وجود مواقع غير مناسبة ولا أخلاقية:ومن المخاطر التي تحيط بشبكة الانترنت انه توجد مواقع على هذه الشبكة للحب والزواج والعلاقات غير الشرعية، كما توجد مواقع للدردشة وتبادل المعلومات عن الجنس.ويتم عبرها أحيانا بث صورة عارية للأطفال الذين باستطاعتهم أيضا الوصول إلى المحادثات الجنسية، و يتبادلون صور المعاشرة الجنسية (3)، كما قد يصل المتجول إلى معلومات لا تتفق مع معتقداته الدينية أو القومية و يتعارض مع عاداته و تقاليده، ففي صيف 1998 قامت إحدى المنظمات المشبوهة من خلال شبكة الانترنت بمحاولة لتشويه القرآن الكريم، حيث طالبت هذه المنظمة من زوار موقعها بتأليف سور تحاكي سور القرآنية الكريمة، في محاولة منها إقناع جمهور الشبكة العالمية بأن القرآن ليس معجزة إلهية من عند الله(4) وهو من صنع البشر، كما يتم عبر الشبكة الانترنت نشر معلومات تهدد استقرار المجتمع، و تعلم على بث الرعب فيه من خلال تشجيع العنف و الإرهاب، و كمثل على ذلك الكتاب "إرشاد الإرهابيين" الذي استخدمت معلوماته لتنفيذ عملية تفجير

1- عبد المالك ردمان الدرناي، مرجع سبق ذكره،ص.120.

2- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره،ص.82.

3- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات و التأثيرات الاجتماعية. المكتبة الإعلامية، ط1، القاهرة، 2000، ص.183.

4- محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره،ص.373.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

المبنى الحكومي بولاية اكلاهوما الأمريكية ، إضافة إلى مسالة غسل الأموال و اختلاسها ، و سرقة بطاقات الائتمان ...الخ

و قد حاولت بعض الدول وضع قوانين للحد من هذه المخاطرة الأخلاقية ، حيث أقر الكونغرس قانون حماية الأطفال من الانترنت في 15 ديسمبر 2000، و أصدرت تونس في 22 مارس 1997 و السعودية مراسيم و إجراءات لمنع بعض المواقع (1)

ب/3 مشكلة المصادقية : حيث لا يستطيع المستخدم تقييم مصداقية المعلومات التي يتحصل عليها لضمان القيام بتغطية موضوعية فيما يتعلق بالصحفيين ، أو بناء مواقف متزنة و موضوعية للمستخدمين بشكل عام ، فالمعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل ولا يمكن التأكد من دقتها و لا معرفة مصدرها ، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات أو تستخدم الادعاءات الملفقة (2)

ب/4 المخاطر النفس وصحية : إن قضاء الباحثين و الإعلاميين ، وقتا طويلا في البحث عبر الانترنت عن مواضيع شتى ، قد يؤدي إلى عدم تركيزهم على الموضوع الأصلي و في ذلك مضیعة للوقت ، إضافة إلى الإصابة ببعض الأمراض النفسية أو ما يعرف بالهزة النفسية ، أو الصدمة النفسية، أو التكنوسترس (tachon stress) ، التي تحدث القلق و الغضب و الانطواء على النفس، ناهيك عن الأمراض الجسمية كالإصابة بالتعب المتكرر و تقوس ، كما تعمل على تعطيل القدرات الذهنية للعقل البشري بشكل لا يحتاج معها بذل جهد عقلي أو إبداع فكري (3)، مما يقلل من دور الجهد العقلي للصحفي ، و قدرته الإبداعية في التحليل و التفكير و قراءة ما بين السطور فيسود التقليد و الروتين .

ب/5 صعوبة رقابة شبكة الانترنت : أصبحت خدمات و تطبيقات الانترنت تتعامل مع مختلف أنشطة و مجالات الحياة ، و أضحى من السهل تبادل المعلومات بين الأفراد

1- أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام و الموجة الرقمية الثانية. إيتراك للنشر و التوزيع، القاهرة، 2008، ص. 183.

2- عامر إبراهيم القندلجي، مرجع سبق ذكره، ص. 306.

3- عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 87. اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

و المؤسسات دون قيد قانوني، بما في ذلك الدعايات و التحريف المقصود للأخبار و نشر معلومات محرض نشرها في وسائل الإعلام المحلية و قد حاولت بعض الحكومات و الهيئات المسؤولة وضع برامج، و استخدام طرق، و أدوات تخصص للقيام بهذه المهمة، و ذلك لحجب المواقع التي تقوم بنشر مواد سيئة و منافية للقيم و معلومات تحدث هزات اجتماعية، بما في ذلك الحكومات و الدول العربية عن طريق أجهزة حاسوب جهة توفير خدمة الانترنت في هذه البلدان (1)

ب/6- القرصنة و انتهاك حقوق التأليف و الملكية الفكرية: و يقصد بالقرصنة الاستخدام أو النسخ غير المشروع لنظام التشغيل أو برامج الحاسوبية المختلفة و الاستفادة منها شخصيا أو تجاريا، فهي عبارة عن استغلال غير مشروع لمواد تتمتع بحقوق النشر و التأليف أو ببراءة الاختراع (2)

و هناك ثلاثة فئات للقرصنة عبر شبكة الانترنت تتفاوت درجة خطورتهم على حسب قدراتهم المعلوماتية و تكتلهم و هي:

- 1- محترفو الشبكة و يعرفون باسم الهاكرز (network harkers) أو المتطفلون: وهم الأشخاص الذين يخترقون شبكات الحاسوب، و لهم القدرة على التعامل الفني العالي مع الحاسوب و لا يتسببون بأضرار مادية (3)
- 2- المخربون أو الكراكرز (crackers) و يعرفون على أنهم قراصنة البرامج وهم المتخصصون في فك شفرات البرامج بعد خرق مقاييس الحماية، و يعملون على تخريب و تدمير كل ما يصلون إليه من ملفات و برامج (4)

1- نرمين عبد القادر، رقابة شبكة الأترنت <http://www.cybrarains.info/journal/nel/internet.html>، يوم الزيارة 2006/03/29.

2- <http://www.minchawi.com>، مرجع سبق ذكره.

3- شوقي حسام، حماية و أمن المعلومات على الانترنت. دار الكتب العلمية، القاهرة، 2003، ص.45.

4- مصطفى موسى محمد، أساليب إجرامية بالتقنية الرقمية: ماهيتها و مكافحتها. دار الكتب القانونية، مصر، 2005، ص.26.

الفصل الخامس: الانترنت

3 – الفيروسات: و هي برامج تكرر نفسها على نظام الحاسوب عن طريق دمج نفسها في البرامج الأخرى

و قد تأتي الفيروسات في أشكال و أحجام مختلفة ، و هي متفاوتة الخطورة(1)

كما أن للانترنت قدرة على عولمة توزيع الخدمات غير المادية دون مراقبة فعالة لمضامينها التي قد تبث دعايات سياسية مفروضة ،ناهيك عن التدفق المعلوماتي غير المسيطر عليه ، وعدم امتلاك بعض المجتمعات المتلقية الخيار في الانتقاء و هذا ما أدى إلى إفرازات سياسية و بروز ظاهرة سوء الاستخدام لها من قبل بعض المشتركين، كما لها مخاطر كخلق العزلة الاجتماعية بين الأفراد ، حيث أن الانترنت أفقدت الوحدات التقليدية التي كانت مسؤولة عن التنشئة ، و أصبحت بديلا عن التفاعل مع الأقارب و الأصدقاء ، بالإضافة إلى دعوة الميل إلى أفكار غريبة متناقضة للقيم و التي تعرض بأساليب تبهر المراهقين مثل عبارة الشياطين و العلاقات الغريبة الشاذة، و التشجيع على الانتحار(2)، و تعتبر الأخلاق الأكثر عرضة لشبح الانترنت و نظرا لظهور مخاطر لا أخلاقية عديدة ،وضعت قوانين منظمة، فقامت الولايات المتحدة بسن أول قانون باسم القانون الفيدرالي للبقاء الاتصالات الذي تم إقراره في فبراير 1996، و في 15 ديسمبر 2000 اقر الكونجرس قانون حماية الأطفال من الانترنت،و بعد هجمات سبتمبر أصدرت الولايات المتحدة قانون تقديم الوسائل المناسبة المطلوبة لاعتراض و إعاقة الإرهاب و الذي تم إقراره في 26 أكتوبر 2001 (3) ، كما أن للانترنت تأثيرات سلبية على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد خصوصا داخل الأسرة ، كما أن الانترنت تتسبب في الحد من العلاقات الاجتماعية(4) يمكن القول أن الطبيعة الدولية لشبكة الانترنت تعني انه لا يمكن الرقابة عليها ،و لكن لا يعني هذا بأنه لا يمكن عمل أي شيء حول مضمون الانترنت فالاستراتيجيات المتاحة

1-برينيس نعيمة، مرجع سبق ذكره،ص 150.

2- عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سبق ذكره،ص 89 .

3-أمين سعيد عبد الغني، مرجع سبق ذكره،ص 110.

4- انشراح الشال، الدش و الانترنت و التلفزيون: في إطار علم الاجتماع الإعلامي. المدينة

برس،2003،ص 153.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: _____ الانترنت

للتعامل مع هذه القضايا المثارة على الشبكة ، و التي عرفتھا هيئة الإذاعة الاسترالية (DBA) تتمثل في (1):

– تطوير قواعد الأداء للمشاركين في الانترنت.

– تطبيق التشريعات و القوانين الحالية ، أو إدخال تشريعات معينة تحرم التعامل مع محتوى معين ،مع إنشاء خطوط بريد إلكتروني سريعة لتحديد المحتوى غير القانوني

– تطبيق التطورات الفنية في الرقابة على وصول الصغار و الأطفال إلى مضمون الانترنت ، من خلال تحميل برمجيات تعلم و تصفية المحتوى غير المناسب.

– تثقيف و توعية المستخدمين بمزايا و مضار الانترنت

إن شبكة الانترنت إذن استطاعت نقل الإعلام إلى عصر معايشة الحدث باللمحة، كما كان لها اثر عميق في تسريع العمل الإعلامي ، و تسهيله و تزويده بكافة المعلومات من خلال خدماتها و ما تحمله من ميزات ، وهذا ما يفسر كثرة المواقع الإعلامية و تزايدها بشكل كبير ، و اعتمادها كأداة رئيسية لجمع المعلومات و الأخبار.

1- محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات و شبكات المعلومات. المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص.229.

الفصل الخامس: _____ الانترنت

المبحث الثاني: التطبيقات الشبكية للانترنت.

أولاً: الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت .

ثانياً: أنواع المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت .

ثالثاً: مستويات استفادة الصحافة الإلكترونية من الانترنت .

رابعاً: اثر الانترنت على عناصر العملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية.

خامساً: واقع الانترنت في الوطن العربي .

سادساً: واقع الانترنت في الجزائر .

الفصل الخامس: الانترنت

المبحث الثاني: التطبيقات الشبكية للانترنت

أولاً: الخدمات الاتصالية الانترنت:

تتوفر شبكة الانترنت على عدد كبير من الخدمات، مما يجعل منها الشبكة ذات الإقبال الواسع من طرف كافة الشرائح المجتمع، و لكل غرضه من الإبحار خلالها فمن البحث عن المعلومات، إلى ندوات النقاش، إلى تبادل الرسائل الإلكترونية، و غيرها من الخدمات التي تضمنها شبكة الانترنت لمستخدميها، و نورد أهم هاته الخدمات فيما يلي :

1- البريد الإلكتروني (e-mail): يعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر استخداماً و شيوعاً على شبكة الانترنت، إذ يوفر إمكانيات تبادل و إرسال و استقبال الرسائل من حاسب إلى آخر داخل شبكة المعلومات، و قد تم اختراع هذه الخدمة من طرف الأمريكي "ري توماس" 1972 لينتشر استعماله فيما بعد كخدمة عامة، بلغ عددها سنة 2002، 31 مليار رسالة (1) و البريد الإلكتروني معناه إرسال الرسائل و استقبالها إلكترونياً، وهو من أكثر الخدمات شعبية في الانترنت، و يعد من بين الأسباب الأولى للاشتراك في الانترنت لدى عدد كبير من مستخدميها، ولإرسال البريد يجب أن يعرف عنوان المرسل إليه، و هذا العنوان يتركب من هوية المستخدم الذاتية متبوعة بإشارة "a" متبوعة بموقع حاسوب المرسل إليه (2) و هناك شركات كثيرة تؤمن خدمة البريد الإلكتروني على مواقعها الخاصة مثل "microsoft" التي تؤمن خدمة "hotmail" و شركتي "yahoo" و "google" و نتيجة لإقبال الكثير على هذه الخدمة، تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني، فقدمت "google" خدمة البريد الإلكتروني بمساحة 1 جيجابايت هذا، بالإضافة إلى تطوير الخدمات الملحقمة بخدمة البريد الإلكتروني كتحويل الرسائل "forwerding" (3)

1- عبد الله إسماعيل صوفي، التكنولوجيا الحديثة و التعليم و التربية. دار الرواق، عمان، 2002، ص.126.

2- عبد المالك بن السبتي، محاضرات في تكنولوجيا المعلومات. مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2003، ص.155.

3- موقع الرياض. www.ariadh.com : http//، يوم الزيادة: 21/01/2011.

الفصل الخامس: _____ الانترنت

وتتميز خدمة البريد الإلكتروني بالسهولة الكبيرة و السرعة في التواصل، و انخفاض التكاليف، مهما كان حجم الرسالة والمكان المرسل إليه، كما يمكن نقل كل أشكال الملفات الإلكترونية: نصوص، صور، برامج... شرط أن يكون للمرسل عنوان خاص به (1)

ومن شروط البريد الإلكتروني كذلك، كتابة الرسالة و التي يتم إرسالها بواسطة أجهزة الكمبيوتر بعد أن تقوم البرامج بتجزئتها و التي نستطيع الرد عليها في أي وقت بعد لحظات قصيرة ، و التأكد من أنها وصلت إلى الشخص الذي أرسلت إليه ، كما يمكن وضع رسوم و صورة و إرفاق الملفات برسائل صوتية معها ، ويمكن تصديرها إلى جهات متعددة

مع الاحتفاظ بنسخة منها ، كما يمكن إرسالها إلى عدة أشخاص في مجموعة بريدية في نفس الوقت (2)

و في إطار البريد الإلكتروني هناك " القوائم البريدية " " mailing lists " و يقصد بها نظام إدارة و تصميم الرسائل و الوثائق على مجموعة من الأشخاص المشتركين في القائمة عبر البريد الإلكتروني ، وهي تغطي مجالات شتى ، إذا تمكن المشاركين من تقديم إرشادات أو طرح أسئلة مع تبادل الخبرات (3) ، فخدمة القوائم إذن هي مراسلة عن طريق البريد الإلكتروني ، لأشخاص يستطيعون المشاركة المنظمة في حوارات ، بواسطة مواضيع مناقشة (dixussion topics) (4)

2_ الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات: (world wide web)

و يطلق عليها كذلك شبكة الويب (web) أو (www) أي (w3) و يرجع الفضل في إنشائها إلى مركز (CERN)

1- برينيس نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص.130.

2- محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص.329.

3- عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص.24.

4- عامر إبراهيم قندلجي، شبكة المعلومات والاتصالات ص.163.

الفصل الخامس: الانترنت

(le centre européenne de recherche nucléaire)

الذي طور المشروع و إلى صاحبي الاختراع : البريطاني "تيم بيرنر سلي" و زميله البلجيكي "روبرت كانيو" و كان ذلك عام 1989، و هو عبارة عن برنامج سهل الاستخدام لأي شخص، كونه يعتمد على النقر مباشرة على عنوان الموقع المراد تصفحه(1)

فالشبكة العنكبوتية العالمية بمثابة شبكة مؤلفة من مواقع شبكة متعددة (web sites) يتم تصميمها من طرف منظمات و مؤسسات و حتى أفراد(2) ، حيث تتيح الوصول إلى العديد من المعلومات، و تستخدم أسلوب النص الفائق (hyper texte) لنشر النصوص باستخدام مجموعة من الرموز تسمى لغة الترميز نص المترابط "HTML" (hyper texte mark up langage) ، أي لغة تحديد النص الأفضل سواء كان نصوص أو رسوم أو صور أو أصوات أو أشرطة فيديو أو صور متحركة(3)

يتم استعراض الصفحات على شبكة الانترنت باستخدام متصفح أو مستعرض (browser) يساعد على حل رموز لغة ترميز النص المترابط (HTML)

و يمكننا التمييز بين نوعين من متصفحات الويب ، و ذلك طبقا لوجود التفاعل أو غيابهما (4)

أ- صفحات الويب الساكنة: (static web sites) و هذه الصفحات لا يتغير محتواها كثيرا ، كما تتميز بغياب التفاعل مع المحتوى ، حيث يكفي المتلقي بقراءتها لغياب أدوات التفاعل مع محتواها ، فهي صفحات في اتجاه واحد من الكاتب أو المؤسسة إلى المتلقي .

4 -Jean François, **comprendre la bourse sur internet**. édition d'organisation , paris, 2001.p11.

2- بشير عباس العلق ، الاتصالات التسويقية الإلكترونية: مدخل تطبيقي. الوراق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، ص.97.

3- برينيس نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص.131.

4- محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت. عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2007، ص.ص.86-

الفصل الخامس: الإنترنت

ب – صفحات الويب المتحركة (dynamic web sites) هي تلك الصفحات التي يتغير محتواها على الدوام ، وهي قادرة و مهيأة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة و بأدوات خاصة للتفاعل ، مثل إتاحة الوصول إلى ارتباطاتها ، و البحث في قواعد البيانات و المعلومات ذات العلاقة بموضوعاتها ، أو الإجابة على الأسئلة ، أو طلب المساعدات أو إبداء الآراء في موضوعات معينة .

و للوصول إلى مختلف المواقع الإلكترونية و المواضيع على شبكة الإنترنت ، يمكننا الاستعانة بمحركات البحث في الإنترنت ، وهي برامج مصممة لمساعدة الزائر للعثور على المعلومات المخزنة على الشبكة العنكبوتية العالمية أو على الحاسوب الشخصي (1)

و تنقسم محركات البحث إلى ثلاث فئات رئيسية و هي(2):

– محركات البحث العامة : و تشمل البحث عن المعلومات في مختلف المجالات بطريقة سهلة ، و من أمثلتها نجد : google ، alta vista ، hot ot...

– محركات البحث المتخصصة :و تهدف إلى تغطية أعمق و أكثر شمولاً لموضوع محدد، و من أمثلتها هذه المحركات : "search edu com" متخصصة في التعليم "search mil" المتخصصة في العلوم العسكرية

– محركات البحث الفائقة (الباحثات الشاملة) :و عادة ما تسمى بمحركات البحث المتشعبة ، و تقوم بترجمة مصطلح البحث ، وإرساله للعديد من محركات البحث العامة أو متخصصة ، وفي النهاية تقوم باستعراض مجموعة من النتائج التي حصلت عليها من كل أداة ، و من أمثلة هذه الفئة (meta crawler،ASK jelves)

3– الربط عن بعد: (tel net) التيلنت عبارة عن برنامج خاص ،يتيح للمستخدم أن يصل إلى جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم و أن يرتبط بها ،ليتمكن بذلك من

1- الموسوعة الإعلامية ويكيبيديا: www.wikipedia.org/wiki :http// .يوم الزيارة:2011/01/23.

2-محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الإنترنت مرجع سبق ذكره،ص.ص.218-220.
اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

الوصول إلى بيانات و البرمجيات الموجودة في إحدى خدمات التلنت ،الموجودة في أي مكان في العالم ، فهذه الخدمة مفتوحة لجمهور شبكة الانترنت دون استثناء (1)

حيث تسهل للجمهور تشغيل الحاسب عن بعد ،و البحث في ملفاته و تخزينها كدخول مكتبة الكونغرس ،و مشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية بها ،و استخدام عروض المعلومات المتواجدة فيها ،إضافة إلى البحث و الاستعلام حول الموضوعات و المؤلفين و هي عبارة عن نظام يتيح الدخول الكمبيوتر ما موجود في مكان على الانترنت (2) ، و تعد هذه الخدمة من اكبر الخدمات المطلوبة على شبكة الانترنت ، إذ أنها تمكن المستخدم في أي مكان و على مسافة آلاف الكيلومترات من استخدام الكمبيوترات الموجودة مثلا في الولايات المتحدة أو أوروبا ،و كأنما يجلس المستخدم في نفس الغرفة و أمام نفس الأجهزة التي يستقي منها المعلومات (3)

4 – بروتوكول نقل الملفات : (FTP)(file transfert protocole)

يسمح بروتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين ،فبفضل هذه الخدمة يمكن جلب الملفات و تحويلها من حاسب إلى آخر عبر الشبكة العالمية ،و هذه الملفات عبارة عن تقارير أو برامج ،و بالتالي هذه الخدمة تعتبر وسيلة للتبادل السريع ،و عموما يستعان بهذه الخدمة في تحديث مواقع الانترنت،و نقل الملفات في خدمة تسمح بنقل الملفات من و إلى الحاسبات المرتبطة بالانترنت ،و هي من أهم الخدمات المطلوبة و المميزة لشبكة المعلومات العالمية ،تحتوي على النصوص أو الصور أو الفيديو

1- برينيس نعيمة، مرجع سبق ذكره،ص.133.

2- مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل إلى الاتصال و تقنياته الحديثة. دار أسامة للنشر و التوزيع،ط1، عمان، الأردن،ص.248.

3- رشيد حليمي، بالأرقام العرب مدمنوا الانترنت. الموقع الإلكتروني لجمعية الأفق للطفولة و الشباب،زيارة

الفصل الخامس: الانترنت

أو البرامج التي يمكن تنفيذها على الحاسبات المختلفة ، والتي يتم توزيع معظمها مجاناً عبر شبكة الانترنت (1)

5 – المنتديات: (form) واحدة من تطبيقات المشاركة التفاعل ، و الإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة ، بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم. و هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على موقع الإعلامى ، أو أي مواقع أخرى على شبكة الانترنت ، حيث تسمح لمستخدميها بالتعبير عن آرائهم كتابة حول موضوع معين يحدد على أساس اشتراك في المجموعة، و يستخدم البريد الإلكتروني كمبدأ عمل ، فكل رأي يدلي به يوزع فوراً أو أوتوماتكياً على بقية المشاركين ، و لكل واحد منهم الحق للإدلاء برأيه أو عدم الرد(2)

و المنتديات نشاط يعود إلى عام 1995 و يطلق عليه عدة أسماء مثل : منتديات الويب (web forum) ، منتديات التراسل (discussion groups)، أما عربياً فيوجد لها اسم آخر و هو المنابر(3)

وتعمل بعض المنتديات كالمنابر لجماعات سياسية ، أو دينية ، أو ثقافية ، أحادية التوجه تنشر أفكارهم و برامجهم ، ففي السنوات الأخيرة لعبت بعض المنتديات دوراً إعلامياً في ترويج الأفكار ، ونشر البيانات المكتوبة و المصورة ، بل و أصبحت وسائل الإعلام التقليدية بما في ذلك وكالات الأنباء تلجأ لها عند الكتابة و تعيد بث الصور التي تعرض فيها، و في بعض البلدان يشتهر موقع واحد باعتباره منتدى قومي مثلما هو الحال في اليابان التي يستقبل فيها منتدى اسمه "Channel2" الملايين من الرسائل و في الوطن العربي يوجد العديد من المواقع التي تتيح المنتديات النقاش مثل : الساحة ، عرب ، الوادي ، النسيج(4)

1- محمد كمال الدين و آخرون، مستقبل طباعة الصحف العربية رقمياً .الدار المصرية اللبنانية ،المكتبة الإعلامية، القاهرة،2007،ص.209.

2- برييس نعيمة، مرجع سبق ذكره،ص.134.

3- المرجع السابق نفسه،ص.134.

4- مجدي عبد السلام ، الانترنت. دار الياس المصرية، القاهرة، 2001،ص.35.

الفصل الخامس: الانترنت

6 - خدمة غوفر (gopher): هي أداة من أدوات الاسترجاع المعلومات والاستعراض، ظهرت على شبكة الانترنت ،و تم تطويرها عام 1991 في جامعة منيوتشا الأمريكية ، و كانت الأولى من نوعها التي يمكن من خلالها الوصول إلى معلومات لاعتمادها على عرض قوائم أوامر نصية تظهر على الشاشة(1) ، تسمح خدمة غوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات و تساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم و تعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية و تكاملا ، إذ تسمح بالنفاز إلى برامج أخرى محتواة ضمن tel net و FTP ، عندما نستخدم غوفر ننتقل عبر الانترنت كلما تنقلنا من خطوة إلى أخرى في عمق قائمة استعراض غوفر ، ونستطيع النفاذ إلى قوائم المكتبات و إلى الملفات و إلى قواعد المعلومات ، وهناك برمجيات veronica و jughead حيث تساعد jughead في البحث على عناوين الأدلة فقط(2)

7- خدمة وايس (WAIS) (wide area information servers)

و هي من أهم أدوات البحث خلال كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة و دقيقة للوصول إلى معلومات معينة ، و تعمل هذه الخدمة على تنظيم المعلومات على هيئة قواعد بيانات ضخمة ،تسمح للمستخدم بتحديد قاعدة البيانات المحتوية على المعلومات التي يريدتها ثم إدخال مجموعة من الكلمات المفتاحية ، التي تساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة(3) حيث يقوم جهاز خدمة وايس بعرض قائمة الوثائق التي تحتوي على الموضوع المراد ،مرتبة بناءا على ما يقوم البرنامج بتقدير ما يرى انه مناسب للإجابة على الاستفسار الموجه إليه ، بالبحث عن الكلمة أو الكلمات

1- جودة أحمد سعادة و عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب و الانترنت في ميادين التربية و التعليم. دار

الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ،2007،ص.67.

2- عبد المالك بن السبتي، مرجع سبق ذكره،ص.157.

3- محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره،ص.250.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

التي وصلت إليه للبحث عنها مع وضع تقدير لكل نص من درجات تبدأ من 1 إلى 1000 ، حيث يكون رقم 1000 هو اعلي تقدير للنص الذي يحصل عليه(1)

و يوجد حوالي 340 مزود من مزودات وايس ، تسمح بالوصول إلى ما يقارب 200 قاعدة بيانات و فهارس مكتبات ،بالإضافة إلى المقالات الإخبارية و تسجيلات من قائمات المناقشة على الانترنت و تكون عملية تعيين قواعد البيانات يوميا ، فهناك مزودات وايس في أكثر من ثماني دول ، أما المستعملين فيزيد عن 25 دولة، و يحتوي الوايس على مواد مختلفة من العلوم و الفنون و الآداب(2)

8 - خدمة ارشي (archie) : هو برنامج للبحث عن الملفات العامة لنقلها ، و يشبه نظام الفهرسة في المكتبات ، حيث تقوم أجهزة خدمة الارشي بفهرسة المحتويات مواقع نقل الملفات و يتطلب برنامج الارشي معرفة الاسم أو جزء من اسم الملف المطلوب ، ليقوم الارشي بالبحث في قواعد البيانات أدلة نقل الملفات لإيجاد الملف المطلوب ، حيث يظهر اسم الملف و موقعه و المسار ليتمكن الحصول على نسخة من الملف عن طريق نقل الملفات(3)

و يمكن الاتصال بأجهزة خدمة الارشي من خلال ثلاث طرق هي : (4)

- الاتصال مباشرة من الجهاز الشخصي "pc" اذ وجد برنامج جهاز العميل .
- الاتصال من خلال شبكة ربط متصلة بأحد أجهزة خدمة ارشي .
- توجيه رسالة إلكترونية إلى احد أجهزة خدمة ارشي.

9-الدرشة (chat):وهو نظام متعدد المستخدمين يعرف باسم "irc" (internet.relay.chat) يتيح للمستخدم التحدث بطريقة مباشرة "on-line" مع

1- محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره،ص.334 .

2- فلاوكس أوارديجي، نظرة شاملة على الانترنت: نشأتها، مستقبلها، قضاياها.ترجمة بن حميدة خميس، المجلة العربية للمعلومات، المجلد1، تونس،1995،ص.96.

3-محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره،ص.333.

4- جودت أحمد سعادقو عادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص.101.

الفصل الخامس: الانترنت

مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه، أن هذه الخدمة تؤمن وسيلة اتصال في الزمن الحقيقي بين الأفراد، فعلى سبيل المثال قد يطبع المستخدم من موقع ما تعليقا، و يصبح في اللحظة نفسها متوفرا لجميع الأشخاص حول العالم المتصلين بقناة أو غرفة معينة ، و عندئذ يمكنهم أن يقوموا بالرد ، وقد تم تطوير خدمة "chat" في فنلندا عام 1988، بواسطة العالم كارينين حيث تتم المحادثة في قناة اتصال كتابة بواسطة لوحة مفاتيح أو صوتا، وقد تضاف إليها الصورة في برامج معدة خصيصا لهذا الغرض (1)

و يتوفر نظام الدردشة على مجموعة من الخدمات أهمها معرفة الشخص دعوة احد المشاركين في جلسة راهنة إلى غرفة خاصة، تجاهل أو وقف عرض مستخدم معين، إمكانية الحصول على معلومات مشترك معين تسجيل جلسة الدردشة، اختيار رمز أو صورة تمثل حضور المستخدم، توفر التعبيرات الرمزية: (الابتسامة، الغضب ، الضحك) (2)

10- صناديق الاقتراع أو الاستفتاء: (poll box): من أكثر الأدوات انتشارا في صحف الشبكات ، حيث تطرح الصحف الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ، و يطلب من القارئ المشاركة بالتصويت ، أو الاقتراع على الفكرة ، أو السؤال المطروح للإجابة . وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل في الصندوق ، الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة و تعتبر هذه الأداة من أدوات التفاعل المتزامن مع الموقع أو الصحيفة ، حيث تظهر له مباشرة بالإضافة التي حققها قيامه بالتصويت(3)

11- خدمة الأصبع للتقصي : و هي خدمة مجانية يتم تقديمها خلال شبكة الانترنت و تسمح بالسؤال و الاستفسار عن مستخدم معين له عنوان بريدي على الشبكة ، من

1- محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت. مرجع سبق ذكره، ص 81..

2- محمد عبد الحميد بسيوني، الشبكات و الانترنت في ويندوز إكس بي . مكتبة ابن سينا ، السعودية، 2002، ص.47.

3- محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت. مرجع سبق ذكره، ص.87.

الفصل الخامس: الانترنت

خلال رقم شخصي (userio) يدل على اسمه و عنوانه ، و أية معلومات أخرى خاصة به متوفرة على الشبكة ، كما تخبر خدمات الأصبع (Finger-servers) بموعد آخر دخول للمستخدم على حاسوبه الشخصي كما يمكن التعرف على إمكانية وصول بريد معين إلى هذا الشخص ، و إذا ما تمت قراءته أم لا(1)

12 – اجتماعات الشبكة : تستخدم اجتماعات برامج الشبكة لإدارة لقاءات و مؤتمرات عبر شبكة الانترنت ، و يمكن عقد مؤتمرات فيديو مع هؤلاء الأشخاص (صوتا و صورة) باستخدام وسائل سمعية بصرية تتمثل في لوحة التقاط بيانات الفيديو، كاميرا رقمية ، بطاقة الصوت ، برامج لعقد مؤتمرات الفيديو عبر الانترنت ، مودم ، ميكروفون ، سماعات (2)

13 – برامج الويكي : (wiki) كلمة (wiki) تعني بلغة شعب هاواي الأصليين "بسرعة" (3) أما بلغة التكنولوجيا فهي نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت ، و التي تعد كمصدر للحصول على المعلومات و هناك من يطلق على الويكي " الموسوعة الإلكترونية : " مثل الوكيبيديا wikipedia والتي تقوم على الفكرة الجوهرية للويب و هي مساهمة الزوار ، فمبدأ برامج الويكي يقوم على أن الزائر يستطيع الكتابة و التحرير و إضافة التعديلات(4) وفي عام 1995 قام كل من "وارد"، "كنغهام" و "بوليوف"، بإنشاء أول موقع ويكي و هو "wiki web" ، و الذي شكل مجتمعا متعاوننا مفتوحا للجميع ، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير و زيادة محتويات الموقع ، و منذ ذلك الوقت و حتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة ، و اعتمدت كثيرا من المواقع على هذه البرامج. و الهدف لا هو تبسيط عملية المشاركة و التعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن و يمكن استخدام الويكي لأغراض

1-جودت أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي، مرجع سبق ذكره، ص.99.

2- المرجع السابق نفسه، ص.ص.107،108.

3-موقع السردال. http://www.serdal.com. يوم الزيارة:2010/12/22.

4- http://www.dev.holidi.com.

الفصل الخامس: الانترنت

كثيرة ، و من وسيلة الاحتفاظ بملاحظات الشخصية إلى إنشاء قاعدة بيانات معرفية ،
مرورا بإنشاء مواقع تقليدية(1)

14 – المدونات: (bloges): واحدة من أهم تطبيقات الإعلام الجديدة و يسمى "blog"
(weblog) و هي عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة يومية إلكترونية
تركز على موضوع معين مثل السياسة أو الأخبار المحلية ، و تنشر المدونات
بالنصوص ، صوت ، الفيديو ، كما تحمل وصلات لمدونات أخرى كمواقع الانترنت
أو وسائط أخرى متعلقة بالمقالة ، و يكون وراء المدونات – الصحفية – صحفيون
أو أناس عاديون يدعون بالمدونين "bloggers" يكتبون بطريقة صحفية ينقلون أحداثا
يومية ، أو يعلقون على قضايا ، أو يقدمون أفكارا أو اقتراحات في شكل صحفي اقرب
لكتابة العمود أو المقال (2)

15 – مجموعات الأخبار : news groups : هي مناقشات جماعية تغطي شتى
الموضوعات – و هي تشبه القوائم البريدية و لكنها أكثر شعبية –من ناحية الفنية –،
مجموعات الأخبار ليست جزءا من الانترنت لأنها تستخدم بروتوكول UUCP ()
اختصار (copy protocole uwixto Unix)

ولا تستخدم بروتوكول IP/TCP الخاص بالانترنت(3) ، و هي شبكة تدعى use net
تستعمل الانترنت لخلق نظام مناقشة أو نظام إخبار، و تستعمل هذه الشبكة عددا كبيرا
من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة بشكل دائم بالانترنت، و تعرض بشكل مستمر على مدار
الساعة رسائل و أسئلة و تعليقات و أخبار و أجوبة على أسئلة يريد القراء ، و يمكن
أيضا للمستخدم قراءة و متابعة مئات الصحف و المجالات الموجودة على الشبكة أما
عن طريق موقع النشريات المطبوعة ، أو من مواقع إعلامية مستقلة مثل " online
newspapers" و غيرها

1- www.serdal.com ، مرجع سبق ذكره.

2- برييس نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 138 - 139.

3- محمد سيد فهمي، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 322..

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

16 – التجارة و التسويق: بدأت الإنترنت في التحول إلى المجال الاقتصادي منذ أوائل التسعينات (1) ، و التجارة الإلكترونية هي تقديم العروض و الكتالوجات و الأدلة الإلكترونية ، مع إمكانية الاستعلام و تبادل الرسائل في عمليات الطلب، و دفع التكلفة إلكترونياً بين المستهلك و البائع للخدمة عبر تقنية البريد الإلكتروني ، كما أنها تتيح الفرصة للشركات و المؤسسات التجارية المختلفة لتبادل البيانات المتعلقة بجمع المعاملات التجارية. (2)

17 – برامج التعليم و التسلية : يمكن استخدام الانترنت في الترفيه و التسلية ، فيستطيع المستخدم أن يلعب الشطرنج مثلا مع مستخدم آخر في دولة أخرى ، كما يمكن للباحث العلمي أن يتابع رسالته ، فيتناقش مع أستاذه أو المشرف في بلد آخر أو دولة أخرى ، و يتبادل معه المشورة ، كذلك يمكن عمل فريق بحثي من دول مختلفة للمناقشة في موضوع ما ، من خلال الشبكة التي أدت إلى توفير السفر و الوقت ، و يتم من خلالها أيضا تنظيم المؤتمرات و غير ذلك .

18 – الحقيقة الافتراضية: virtual reality

هي طريقة لعرض المناظر المجسمة المركبة، و التي يتم توليدها عن طريق الكمبيوتر ، و السماح للمستخدم ليس فقط بمشاهدتها و لكن بالتفاعل معها، و من ثم يشعر المستخدم انه داخل الحدث نفسه ، و أحد هذه التطبيقات التصوير المعماري ، حيث يعطي هذا النظام الإحساس بالتجول داخل المنزل الذي لم يتم بناؤه بعد ، و يحس الزائر بإتساعه و تجربة نظم الإضاءة و شكل الأثاث، فيمكنه إبداء ملاحظاته على كل التفاصيل من تصميم و ديكور ، و بذلك يأخذ المهندس المعماري و أخصائي الديكور تلك الملاحظات بالاعتبار قبل البدء في التنفيذ (3)

1- أرنود دوفور، أنترنت. ترجمة منى مليحس و نبال أدلبي، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت، 1998، ص.115.

2- ماجد سالم تريان، الانترنت و الصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2008، ص.70.

3- كريمة بوفلاقة، مرجع سبق ذكره، ص.35.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

ثانيا : أنواع المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت :

يقسم الدكتور "محمد جاسم فلحي" أنواع المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت ، من زاوية المحتوى و المضمون الذي يتم بثه عليها كما يأتي : (1)

1- مواقع تجارية : تتولى هذه المواقع دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع ، من خلال الإعلان عنه و تسويقه عبر الشبكة ، و لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية ، ولا تستخدم غالبا قوالب إعلامية أو صحفية ، بل تقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة و التعريف بالسلع و الخدمات التي تقدمها ، و ربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى ، و عمل إعلانات تجارية لسلع و خدمات غالبا ، ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية، كما لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة ، و غالبا ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة ، و يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة تحديث بياناتها.

2- مواقع تفاعلية : تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال المنتديات و ساحات الحوار المكتوبة ، و غرف الدردشة و الحوارات الصوتية التفاعلية ، و المجموعات البريدية .

و لا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة ، و تقتصر في الغالب على عملية المتابعة و المراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار ، و لا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها ، و لكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش و التفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع

1-محمد جاسم فلحي، مقرر الفصل الأول لمرحلة الماجستير. قسم الإعلام و الاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة

الدنمارك، 2006/2005. <http://www.Ao-academy.org>. يوم الزيارة 2010/11/02.

الفصل الخامس: الانترنت

3- مواقع تعريفية : تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة و فعاليات المؤسسات التي أسستها ، و هي غالبا ما تكون مؤسسات غير ربحية ، مثل المؤسسات الخيرية و العلمية و الفكرية و الثقافية ، و غالبا ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية الإعلامية ، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية أنشطتها و فعالياتها ، و قد تقدم بعضا من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين ، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع (1)

4- مواقع إعلامية تكميلية : تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية ، سواء كانت صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية ، مثل مواقع الصحف الورقية و المحطات الفضائية ، و تتسم هذه المواقع بعدد من الموصفات أهمها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها و تدعم دورها الإعلامي، ولا تنتج هذه المواقع مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية ، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة ، بما يتلاءم مع طبيعة شبكة الانترنت .

و نلاحظ أن معظم مواقع الصحف الجزائرية المتواجدة على الشبكة يتلاءم عرضها مع مواصفات هذا النوع من المواقع

5- مواقع صحفية : و تعد هذه المواقع الصحفية الكترونية بحتة ، فهي لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية ، و لم تنشأ مكملة لمؤسسة إعلامية ، و لكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية ، و تتميز هذه المواقع أنها تعتمد على هياكل إدارية منتظمة ، على محترفين في المجال الصحفي و تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية (2)

1- عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية و الضوابط. موقع إسلام أون

لاين <http://www.islamonline.net/servlet/satellite> : يوم الزيارة: 2008/07/23.

2- عادل الأنصاري، مرجع السابق نفسه.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: _____ الانترنت

ثالثا : مستويات استفادة الصحافة الالكترونية من الانترنت:

أصبحت الانترنت الآن وسيلة إعلامية لها خصائص جعلت منها وسيلة لنشر الصحف، و قد سعت المؤسسات الصحفية و راء استخدامها و نشر صحفها من خلالها و جعلتها منافسا حقيقيا للوسائل التقليدية(1)

و في إطار خدمات الانترنت، تحدث بعض الخبراء الصحافة عن إمكانية استفادة الصحافة من شبكة الانترنت على أكثر مستوى كما يلي:

1- كمصدر للمعلومات : و ذلك من خلال مساعدتها في التغطية الإخبارية و مدها بالمصادر السياسية لتغطية الأحداث الإخبارية العاجلة من المواقع الإخبارية الأخرى ، كما يمكن الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات و التفاصيل و الخلفيات عن الأحداث ، و في التعرف على احدث الكتب و الإصدارات. (2)

2- كوسيلة اتصال: سواء داخلية كنظام اتصالات داخلي للمؤسسة، أو خارجية يتم عبرها الاتصال بالمندوبين و المراسلين و المصورة بواسطة البريد الإلكتروني، وتلقي رسائلهم المكتوبة والمرسومة والمصورة، و الاتصال بمصادر الصحفية المختلفة، كما يمكن عبر الانترنت عقد الاجتماعات التحريرية (3)

3- كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور:

تتيح الانترنت للمستخدم عن طريق "البحث" الذي توفره المؤسسات الصحفية على مواقعها ، أن يقوم بعمل بحث عن معلومة إخبارية معينة ،و أن يختار الوقت الملائم لهذا البحث .(4) و الأهم من هذا هو التفاعلية التي توفرها الانترنت من خلال توسيع

1- محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره،ص.209.

2- فيصل علي فرحات المخلافي، المؤسسات الإعلامية في عصر التكنولوجيا المعلومات: دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية.المكتب الجامعي الحديث،2005،ص.130 .

3- محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص.252.

4- محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره،ص.209.

الفصل الخامس: الانترنت

فرص المشاركة لقراء الصحيفة ، و توفير قنوات اتصال الجمهور عبر البريد الالكتروني و الهاتف و التعليق و التصويت ، وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة .

4-كوسيط للنشر الصحفي: من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها، فقد تكون نصا ثابتا أو متحركا، و قد تكون الجريدة نفسها أو ملخصا لها، و كأرشيف للصحيفة أو إصدار جرائد و مجلات كاملة على الانترنت(1)

5- كوسيط إعلاني : و ذلك من خلال عرض السلع و المنتجات و التسويق و الدعاية و الإعلان لكل من الشركات و الأفراد عبر العالم (2) إذ تستفيد المؤسسات الصحفية التي تمتلك مواقع لها على الانترنت من الشركات المعلنة للسلع التي ترغب في وضع إعلاناتها على شبكة الانترنت ،مما يجعل من الصحافة المتواجدة على الانترنت وسيلة إعلامية إعلانية(3) و رغم أن العديد من المعلنين لا يرغبون في نشر إعلاناتهم في الصحافة الالكترونية خاصة في الدول الأقل إقبالا عليها ، إلا أن الاتجاه إلى ذلك أمر حتمي في المستقبل و هو ما يؤدي إلى إضافة دخل جيد للمؤسسة من خلال نشر إعلانات على موقعها الإلكتروني.

6- كأداة لتسويق خدمات المؤسسة: و يتم ذلك من خلال إنشاء المؤسسة لموقع إلكتروني أو أكثر يقدم معلومات أساسية عنها و عن تاريخها و تطورها و خدماتها، و يحدثها بشكل مستمر

7- لتقديم خدمات معلوماتية: يحدث من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بخدماتها إلى أي مشترك، و تقديم خدمات تصميم المواقع و إصدار الصحف و النشرات عليها لحساب الغير (4)

1-فيصل علي فرحات المخلافي، مرجع سبق ذكره، ص.131.

5 -Adele.F.Bane, **internet insights**. How Academies arousing The internet, computers in libraries, February,1995,p.p.32-36.

3-محمد كمال الدين و آخرون، مرجع سبق ذكره،ص.211.

4-محمد علم الدين، مرجع سبق ذكره،ص.254.
اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: _____ الانترنت

رابعاً: اثر الانترنت على عناصر العملية الاتصالية في صحافة الإلكترونية:

نمت وتطورت أطراف العملية الاتصالية، حيث أن التطور الأكثر موضوعية للصحفية الإلكترونية لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية، فثمة تغيرات تحدث وتؤثر على كافة أطراف العملية الاتصالية، وفيما يلي سنعرض الآثار التي أحدثتها الانترنت بدخولها عالم الصحافة:

1-القائم بالاتصال: المرسل هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال عادة، لكننا نلاحظ أن المرسل في ظل الصحافة الجديدة يخضع لرقابة صارمة من جمهوره الذي أتاحت له فرص التعليق وغير ذلك من الإجراءات الرقابية التي وفرتها الانترنت ليصبح في الكثير من الأحيان يحتل مكان المستقبل(1)

كما أن المحرر أو القائم بالاتصال في الصحيفة المطبوعة ليس بالضرورة أن يعرف كيف يستخدم الكمبيوتر والانترنت و الروابط الأخرى المتصل بها من جهاز "الساكنير"، و الكاميرات الرقمية لتنزيل الصور الثابتة ، و "الام بي ثري" "MP3" لتنزيل الأصوات ،أو "الام بي فور" "MP4" لتنزيل الصور المتحركة ،فضلا عن البرامج الأخرى لمعالجة الصور و الأصوات والصور المتحركة ،بينما في الصحيفة الإلكترونية، لا بد أن يعرف على الأقل استخدام الكمبيوتر و تصفح الانترنت ، و من جهة أخرى ، يتوقع الخبراء في المستقبل القريب أن يستفيد من الوكيل الآلي ليقوم مقام المندوب الصحفي العالمي الذي يبحث عن المعلومات على شبكة الانترنت ، و يضيفها إلى الموقع الصحفية الإلكترونية معتمدا على الذكاء الاصطناعي في هذه المسألة ،ومن المتصور أنه من الممكن في ظل هذه التحولات أن يصبح داخل المؤسسات الصحفية نوعان من العمالة ،الأغلبية و هي العمالة التي ستتحوّل إلى مجموعة من المستغلين

1- محمد سالم، أركان الصحافة الإلكترونية. موقع قناة الجزيرة

الإلكتروني: <http://www.aljazeera.net/member.php>: يوم الزيارة: 2011/03/16.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

، والأقلية التي تتمثل في الخبراء الذي يستولون عملية تحليل النظام و تطوير البرامج التي يعتمد عليها العمل داخل المؤسسات الصحفية(1)

2_ الرسالة : لا يختلف مضمون الرسالة الصحفية عبر الصحافة الإلكترونية تماما مع مضمون الرسالة عبر الصحافة المطبوعة ، ولكن الاختلاف يأتي من سهولة التعامل مع هذه الرسالة سواء في الوصول إليها أو حفظها أو تخزينها ، فقد وفرت الانترنت لصحافة ميزات كثيرة ، أهمها أن الرسالة لم تعد تلك الجامدة التي لا حراك فيها ، بل أصبحت الرسالة مدعومة بالصورة الثابتة ، و المتحركة و الصوت ، و الرسوم ، و الخرائط التوضيحية (2)

و تقترب الرسالة في الصحافة الإلكترونية من الوسيلة الناقلة لها ، بحيث يصبحان وجهين لعملة واحدة ، فالوسيلة هي الرسالة كما يقول "ماكلوهان" و لكن يأتي الاختلاف المهم في كتابة الرسالة و استقبالها ، فإذا كان الصحفي عازما على إعداد موضوعه للشبكة فانه يحتاج إلى تخطيط للوحدات الفوقية hyper links و للشكل غير الخطي non liner * من أخبار الشبكة

3_ الوسيلة : يختلف شكل الصحيفة المطبوعة التقليدي عن شكل الصحيفة الإلكترونية ، و تتزايد أوجه الاختلاف خصوصا في ظل دخول أنظمة الوسائط المتعددة ، حيث يمكن استقبال مادة الموضوع الصحفي على مستويات عديدة نصية ، و صور ثابتة ، و صور متحركة ، و هناك إمكانية لاستقبال هذه العناصر الخاصة بالموضوع إما على شاشات عديدة أو على شاشة واحدة منقسمة على أجزاء عديدة و من المؤكد أن دخول عنصر الصورة المتحركة في إطار الصحيفة الإلكترونية سيحدث تحولا جذريا في الشكل الإخراجي العام لها ، و إذا أضفنا العنصر السمعي فلنا أن نتصور حجم هذا التحول ،

1- محمود خليل، الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي. العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة، 1997، ص.25.

2- فيصل علي فرحات، مرجع سبق ذكره، ص.136.

*إن الصفحة غير الخطية تعني أن بإمكان القراء الدخول إلى الخبر و الصفحة عند أية نقطة، و للتحول من عنصر إلى آخر بالضغط على وحدات فائقة السرعة تتقلهم إلى موضوعات أخرى.

الفصل الخامس: الانترنت

فضلا على ذلك فان المادة الصحفية الواحدة داخل الصحيفة الإلكترونية ستعتمد على مجموعة من الملفات المعلوماتية المساندة التي يمكن فتحها بسهولة (1)

4- المستقبل : تساهم المعطيات التكنولوجية المتاحة في إطار الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على تقنية الحاسبات في تخطي مسالة القراءة يتكاسلون عن القراءة لسبب أو لآخر مما جعلهم يهربون عن الصحافة المطبوعة إلى الراديو و التلفزيون بصورة كبيرة .

إلا أن التكنولوجيا الحديثة في إطار الصحف الإلكترونية بإمكانها تخطي هذه العقبة ،

حيث يمكن لجهاز الوسائط الإعلامية المتعددة قراءة مضمون المادة الصحفية داخل الصحيفة الإلكترونية ، بل إنه من الممكن في حالة رغبة المتلقي الذي يجيد القراءة أن يوفر على نفسه عناء المتابعة البصرية في تصفح النص على شاشة الحاسوب ، أن يعطي إيعازا للبرنامج بقراءة المادة الصحفية المطلوبة (2) و قد برز جانب آخر في تعامل المتلقي مع الصحيفة الإلكترونية الذي يتمثل في إذكاء الجانب التفاعلي في التعامل مع الوسيلة الإعلامية بما يؤدي إلى تجاوز الأنظمة الاتصالية بشكلها التقليدي (3)

5- التغذية العكسية :تكون التغذية العكسية في الصحافة الإلكترونية تغذية مرئية منقولة بالصوت و الصورة و مباشرة بين المرسل و المستقبل ،بمعنى آخر هي التغذية تفاعلية تتم بصورة ثنائية مباشرة(4) و سنلخص في الجدول التالي أثار الانترنت على بعض عناصر العملية الاتصالية بدخولها عالم الصحافة ،كما حددها الأستاذ "محمود عبد المنعم" (5)

1- فيصل فرحات المخلافي، مرجع سبق ذكره،ص.137.

2- كارول رينش، مرجع سبق ذكره،ص.ص.26-28.

3- فيصل عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. جامعة بغداد، 2004،ص.58.

4- فيصل علي فرحان المخلافي، مرجع سبق ذكره،ص.138.

5- محمود عبد المنعم، الصحافة التقليدية و الإعلام الإلكتروني تنافس أم تكامل. <http://www.openarab.net/ar>

زيارة يوم: 2011/01/02.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: _____ الانترنت

الشكل رقم 01 : أثار الانترنت على بعض عناصر العملية الاتصالية بدخولها عالم الصحافة

الفصل الخامس: الانترنت

نوع الأركان	الصحافة الورقية / الصحف	الصحافة الإلكترونية
الرسالة	<p>— كانت ذات اتجاه واحد.</p> <p>— كانت تتمتع بطابع يميل إلى الثبات من حيث القواعد و سبل التناول.</p>	<p>— لغة الانترنت جعلتها أكثر فاعلية.</p> <p>— حولت مضمونها من توجيهي للرأي العام إلى فعل مؤثر ذي فاعلية.</p> <p>— غيرت من شكل الرسالة و قواعدها فأصبحت أكثر تحرك و جعلتها قصيرة مباشرة.</p>
المرسل	<p>— هو المؤسسة،و كانت صاحبة السيادة في طرح الرأي أحادي الجانب الذي يعبر عن صناع القرار بالمؤسسة .</p> <p>— هناك قاعدة تشير أن الإعلام في الماضي كان يتعامل بالكلام مع الناس بما يحبوا أن يسمعه "بينما نجد اليوم الانترنت فرض أسلوب أن يكتبوا ما يحبوا</p>	<p>— لم تعد المؤسسة هي الشريك الوحيد — تغيرت العلاقة بين الرسالة و المرسل و تحولت إلى علاقة تبادلية بين المرسل و المستقبل في توجيه و تكوين الرسالة من خلال التعليقات و غيرها</p> <p>— الصحافة الإلكترونية عملت على خلق مفهوم المواطن الصحفي أو صحافة المواطن من خلال التعليقات و الآراء ،مع الوقت تنامت الفكرة و برزت من خلال لغة المدونات</p> <p>— اختلف شكل المرسل عبر الشبكة العنكبوتية ،و بالتالي اختلفت رسالته</p> <p>— المرسل هو : مؤسسات إعلامية ، مؤسسات تجارية ،جهات حكومية ،الحكومة الإلكترونية،حكومات</p>

الفصل الخامس: _____ الانترنت

<p>،منظمات،أفراد ، قوى مهمشة.</p>		
<p>— أصبحت عملية الاستقبال و إرسال الرسالة عملية تبادلية</p> <p>— الجمهور هو: الغالبية العظمى من الشباب لان من أهم ميزاته الإقبال على التجربة و المغامرة، التعلم لديه قدرة على استئجار الانترنت، لديه قدرة مالية، يسكن المدن</p> <p>— كشف الإحصائيات أن القراءة على الانترنت أسرع 27 مرة من القراءة على الورق.</p>	<p>— هو الجمهور و لم يكن له دور و كان التأثير عليه أحادي الجانب</p> <p>— هناك قاعدة تقول: " الإنسان الذي بدون مرجعية ،مرجعيته الإعلام "</p>	<p>المستقبل</p>

خامسا: واقع الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

لقد كان الدخول العربي إلى الانترنت متأخرا نسبيا مقارنة بمقارنتها بنظيرتها من الدول الغربية المتقدمة، ذلك لان هذه الأخيرة تعتبر مهد و نشأة و تطور شبكة الانترنت، ليأتي بعد ذلك بسنوات دخولها إلى العالم الثالث و من بينها الدول العربية.

و تعتبر تونس أول دولة عربية وفرت اتصالا كاملا بشبكة الانترنت ،و كان ذلك في سنة 1992 ثم تلتها مصر عام 1993 ،حسب ما جاء في دراسة أجراها الباحث الدكتور محمود عفيفي نشرت سنة 1997 (1) ،و كان دخول مصر في البداية من خلال خط اتصال مباشر (lased line) مع فرنسا ،و تم تركيب هذا الخط من خلال بوابة (gateway) تمر من خلال المجلس الأعلى للجامعات و هي التي تقوم بالإشراف عليه(2)

و في سنة 1997 أصبح عدد الدول العربية المتصلة بشبكة الانترنت اتصالا مباشرا 12 دولة ، و على الرغم من اختلاف كلفة و مدى هذا الاتصال و هي : السعودية،الإمارات ،الكويت ،البحرين ،سلطنة عمان ،مصر ،لبنان ، الأردن ،تونس، الجزائر ، المغرب و فلسطين(3) و قد شهدت شبكة الانترنت ازدهارا حقيقيا في أواسط عام 1998 ،حيث قامت الجمهورية العربية السورية بالاتصال بالشبكة ،وتم الكشف رسميا عن أسماء الشركات التي رخص لها بتقديم خدمات الانترنت في المملكة العربية السعودية ،و الإعلان عن مشروع شبكة معلومات غرف دول مجلس التعاون الخليجي(4) ، ثم توالى بعد ذلك دول عربية أخرى في الدخول إلى شبكة الانترنت تباعا،و اخذ استخدامها من طرف الجماهير العربية في التوسع و الانتشار و لقد وصل عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الوطن العربي الى 09 ملايين مستخدم ، و هو ما

1- المجلة العربية للمعلومات، مرجع سبق ذكره، ص.114.

2- مصطفى رضا عبد الوهاب و آخرون، الأنترنت: طريق المعلومات السريع. إعداد محمد فتحي ،مجموعة كتب دلتا، القاهرة، 1996، ص.55.

3-المجلة العربية للمعلومات، مرجع سبق ذكره، ص.114.

4- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية. مرجع سبق ذكره، ص 105.

الفصل الخامس: الانترنت

يمثل نسبة 3% من مجموع سكان الوطن العربي (1)، بعد أن كان في سنة 1998 حسب إحصائية بثتها إذاعة مونت كارلو بتاريخ 26 مارس 1998 (2) في برنامج حول الانترنت بان الدول العربية يوجد بها 135 ألف مشترك و 350 ألف مستخدم للانترنت.(3)

و مثلما هو ظاهر في ارتفاع نسبة أعداد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي ، فان عدد المواقع العربية المنتشرة على شبكة الانترنت اخذ في ازدياد، حيث كان عددها في بدايات ظهورها في الوطن العربي يصل إلى 60 موقعا ، حسب ما أوردهته دراسة قامت بها نشرة

(الانترنت في العالم العربي) نشرت نتائجه عام 1997، عن مواقع استخدام اللغة العربية في الانترنت (4) ، ليرتفع عام 2000 إلى 7000 مواقع باللغة العربية من بين 65 مليون موقع موجود على الشبكة (5) ، و لعلنا نفسر الفرق بين المواقع العربية و عدد المواقع الأخرى العالمية و التي في معظمها إن لم نقل كلها تابعة للدول المتقدمة تكنولوجيا، و إلى عدد مستخدمي الانترنت ،فحسب ما جاء في تقرير التنمية البشرية لعام 1999 ،تبين فيه أن الدول الصناعية المتقدمة التي تمثل نسبة 15% فقط من سكان العالم و فيها حوالي 88% من مجموع مستعملي الانترنت في العالم ،بحيث أن دول جنوب آسيا بما فيها عرب آسيا تمثل 1/5 من سكان العالم فيها اقل من 1% من مجموع مستعملي الانترنت و الموقف أسوأ في قارة آسيا ،بما فيها عرب إفريقيا فعدد سكانها 739 مليون نسمة ،و هناك فقط 11 مليون خط هاتفي و هذا العدد اقل بكثير مما هو موجود في مدينة مثل منهاتن أو طوكيو ، و 80% من تلك الخطوط موجود في 6

1- مليك محمد، مرجع سبق ذكره، ص.29.

2-علي محمود العائدي، الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة. مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، ط1، أبو ظبي 1999، ص.ص. 61 ، 62.

3- أحمد حسين بكر المصري، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الأترنت. مجلة المعلوماتية الإلكترونية <http://www.iformatics.gove.sa/magazine/moudules.php> : يوم الزيارة: 2011/01/23.

4-شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية. مرجع سبق ذكره، ص.104.

5-مليك محمد، مرجع سبق ذكره، ص.30.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

بلدان فقط و إذا تحدثنا عن حالة شبكة الانترنت العربية في الوقت الحاضر ، نجد أن الوطن العربي لا يزال ضعيفا في هذا المجال مقارنة بدول أوروبا و آسيا التي قطعت شوطا كبيرا في هذا الحقل الاستراتيجي المهم لعوامل عدة من أهمها : (1)

— انعدام التخطيط الحكومي الشامل و المبرمج للاستثمار الواسع و الولوج بقوة في هذا الحقل ،مع بعض الاستثناءات البسيطة منها مثلا : "مركز المعلومات و اتخاذ القرار" التابع لمجلس الوزراء المصري الذي أنشئ عام 1986 ، و يهدف إلى أن تكون تقانة المعلومات حافزا.

— انعدام شبكة المواصلات السريعة التي تربط البلدان العربية بعضها ببعض الآخر ، و بالعالم الخارجي، و يجب الإشارة إلى انه بالرغم من توقع وصول شبكة الاتصالات السريعة إلى العديد من العواصم العربية خلال السنوات الثلاثة القادمة إلا انه لا توجد في معظم الأحوال خطط حكومية واضحة لإيصالها إلى المستهلك و لا توجد مؤسسات الإشراف الإداري المستقلة التي تضمن وصول هذه الخدمات إلى المستهلك بالتنوع المطلوبة.

— قلة استثمارات القطاع الخاص في تقنية الانترنت أو تقنيات المعلومات و الاتصالات بشكل عام.

— الرقابة السياسية و تخوف الحكومات العربية من عواقب حرية المعلومات.

و للانترنت أهمية إستراتيجية في الوطن العربي نوردتها فيما يلي :

— كسر احتكار المعرفة:من الممكن الآن الارتباط ببنوك المعلومات العالمية لمعظم المؤسسات العلمية و الحكومية، و لحصول بسهولة على معلومات علمية و اقتصادية مهمة.كما يستطيع الباحثون العرب تبادل المعلومات و الاتصال الإلكتروني بزملائهم في الدول الأخرى بشكل يومي و بسهولة و بتكلفة قليلة . فطريق الانترنت هو طريق ذو اتجاهين ،و اعني بذلك يجب التفكير بها كواسطة للتأثير في العالم حيث يستطيع

1-مجموعة من الباحثين، العرب و ثورة المعلومات. سلسلة كتب المستقبل العربي 44، مركز دراسات الوحدة

العربية ،ط1، بيروت لبنان،2005،ص.131.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

المفكرون العرب استخدامها لنقل معلوماتهم و نشرها على العالم بدون أية عوائق ، مما يمكن أن يساهم في تعريف العوالم الأخرى بالشعوب العربية و تراثها و سعيها للتقدم و الاستقلال .

— كسر احتكار السوق -سوق المعلومات و تقنياتها :كما ذكرت سابقا فالانترنت أصبحت واسطة مهمة للتبادل التجاري حيث يقدر حجم التبادل التجاري عبر الانترنت الآن بحوالي 200 مليون دولار ، و لهذا فإنها تعطي الفرصة للمنتجين العرب لعرض منتجاتهم في السوق العالمي ،لأنها تكسر كل الحواجز الاقتصادية.

— التسريع بوتيرة إنشاء سوق عربية اقتصادية و معلوماتية موحدة :

يجب التخطيط بجدية لإنشاء شبكة انترنت عربية موحدة تدعمها شبكة مواصلات حديثة تعتمد على خطوط الألياف البصرية الضوئية و الأقمار الصناعية و الاتصالات السلكية و اللاسلكية ، و عمادها العديد من البنوك المعلومات العربية تتأسس في الجامعات و مراكز البحوث تتبادل المعلومات و تساهم في التراكم السريع للمعرفة العربية ، و جنودها عشرات الآلاف من طلاب الجامعات المتطلعين إلى المعرفة و القادرين على الإبداع العلمي و الثقافي . (1)

من شأن هذه الشبكة أن تكون المحرك (الدينامو) لعجلة النهوض الثقافي و العلمي للوطن العربي ، و في هذه الشبكة يمكن اعتبار أي من بنوك المعلومات المحلية المرتبطة بشبكة الانترنت العربية " وسيط المعلومات " أي كمحطة المعلومات التي تساهم في تبادل المعلومات و الخبرات من مركز معلومات/إنتاج واحد إلى آخر

و شبكة الانترنت العربية لن تكون فقط واسطة لتبادل المعرفة ، على أهميتها القصوى ، وإنما ستكون واسطة أساسية للتجارة بين البلدان العربية تساهم بفعالية في إقامة السوق العربي المرتبط بالسوق العالمي ،كما أن من شأن شبكة الإنترنت العربية أن تكون أداة مهمة للنشاط الأكاديمي و التعليم في الوطن العربي (2)

1- مجموعة من الباحثين، مرجع سبق ذكره، ص.ص.129،130.

2- المرجع السابق نفسه ، ص.ص.130،131.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

إنشاء شبكة الانترنت العربية يستدعي التدخل و الدعم الحكومي الفعالين. و اذكر على سبيل المقارنة أن حكومة سنغافورة ، حيث لا تتعدى مساحة البلدة بأكملها مساحة مدينة القاهرة ، أصبحت أول حكومة تركز على إدارة المعرفة كأداة لنشاط الاقتصادي . و كجزء من هذا التوجه الذي اسمه "IT2000" استثمرت الحكومة مئات الملايين من الدولارات في عدد من الشركات التقانية لخلق مجتمع تنتقل فيه المعلومات بحرية و ترتبط فيه مؤسسات الدولة بالقطاع الخاص

سادسا: واقع الانترنت في الجزائر :

أثار تطور التكنولوجيا في العالم إحساس العالم ككل من الهيئات الرسمية و غير الرسمية بضرورة و أهمية المعلومة و ضرورة توفير النسق الملائم لها ، لذلك كانت عملية امتزاج الإعلام بالتكنولوجيا لها أثرها الخاص و المهم في عالم الصحافة المكتوبة في العالم والجزائر لاعتبارات وطنية

— دخول الانترنت إلى الجزائر :إن ارتباط الجزائر بالانترنت يعود إلى سنة 1993، تحت وصاية مركز البحث العلمي و التقني "cerist" الذي كان هو الموزع الوسيط و الوحيد للانترنت على المستوى الوطني للهيئات الرسمية المختصة ،خصوصا في ميدان البحث ، إلى غاية ديسمبر 1997 تاريخ فتح المجال أمام الخواص(1)

و لقد كان الهدف من وراء ربط الجزائر بالانترنت هو تجسيد فكرة مشروع إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى "rinaf"، و تكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا في إطار مشروع تعاون مع منظمة " اليونسكو"، إن هذه العملية من شأنها أن تكفل قاعدة و بنية هامة في عالم التكنولوجيا الحديثة فتربط الفرد العادي بالعالم الخارجي و تحقق مقولة ماكلوهان العالم قرية واحدة أكثر فأكثر ، و ترسخ هذا المفهوم ليصبح جزء لا يتجزأ من حياتنا و من تفكيرنا كيف لا و نحن نتصل بمن في أقصى العالم في لحظات معدودة و نحن لذلك نسبق الزمن و نختصر

1 -Djamel, Bouadjimi, **Nouvelle technologie du pluralisme politique au pluralisme médiatique**. L'expérience algérienne, Faculté des Sciences politiques et de l'information, université. D'Alger, p302.

الفصل الخامس: الانترنت

الجدد و المال، كيف لا و نحن أصبحنا و أصبحت المعلومة على أطراف أصابعنا. ثم أن الحتمية التكنولوجية تفرض على جميع الدول أن تتفتح على بعضها البعض حتى تتمكن من تحقيق التنمية الاقتصادية بربط كل الهيئات و المؤسسات الناشطة في المجتمع بأحدث الوسائل و الطرق الاتصالية جلبا للتعاملات التجارية و ترويجا لفكرة الاستثمارات الدولية بالانتساب لمنظمات إقليمية تملينا شروطها و من أهمها تحسين قطاع الاتصالات و شهدت الجزائر بعدها تطورات تقنية ندرجها فيما يلي :

مارس 1994، ربط الجزائر بالإنترنت عن طريق كابل من الألياف الضوئية، بسرعة ارتباط تقدر بـ 9600 بايت/ثا سرعة ضعيفة .

ديسمبر 1997 تدعيم الشبكة بخط ثاني عن طريق "باريس" العاصمة الفرنسية ارتباط قدر بـ 64000 بايت/ثا السرعة في تطور، نهاية 1998 ربط الجزائر بـ "واشنطن" العاصمة الأمريكية عن طريق القمر الصناعي بسرعة ارتباط 1 ميغابايت/ثا إنشاء أكثر من 30 خط هاتفي من خلال نقاط ، الوصول التابعة للمركز و متواجدة عبر مختلف ولايات الوطن و المرتبطة بنقطة خروج واحدة هي الجزائر العاصمة (1)، كانت هذه الخطوات الأولى لبداية و انطلاقة الانترنت في الجزائر و لكن و بالنظر لأهمية هذه الشبكة عالميا و محليا ، و لان استعمالها أصبح يتزايد بشكل اكبر كان لزاما أن يفتح المجال أمام المستعملين للانترنت من عامة الناس حتى يستفيدون من خدماتها في حياتهم المهنية و الشخصية من جهة ، و من جهة أخرى فتح المجال أمام المزودين الوسطاء للانترنت

إن هذه العملية من شأنها أن تكفل قاعدة و بنية هامة في عالم التكنولوجيات الحديثة ، فتربط الفرد العادي بالعالم الخارجي ، و تحقق مقولة "ماكلوهان"

أهم الإجراءات القانونية المنظمة للانترنت: حتى تتم عملية تطوير قطاع النت في الجزائر كان لابد من إيجاد صيغ قانونية تنظم بها الدولة النت في بلادنا، لكي تتمكن من رسم الملامح النهائية لها على أساس مدى الحد الذي يسمح به لاستغلالها و كون

الفصل الخامس: الانترنت

القطاع كان محتكر من طرف الدولة أصبح لزاما على السلطات التفكير في فتح المجال أمام المزودين الخواص:

فصادقت الحكومة على مرسوم رقم 257-98 الصادر في 25 أوت 1998 و الذي بموجبه تم الترخيص بإمكانية إنشاء موزعين وسطاء للننت إلا انه لم يتم الاستغلال الحقيقي للشبكة إلا بعد 1999، أين أصبح لدينا 18 موزع خاص حتى عام 2000 و استمر في الارتفاع إلى أكتوبر من نفس السنة ليبلغ 65 موزع ما يعادل موزعين 2 لكل 100000 نسمة، ووقع الارتفاع في عدد الهيئات المشتركة بالشبكة سنة 1996 ببلوغها 130 هيئة و سنة 1999 سجل انتساب 800 هيئة منها 100 في القطاع الجامعي 50 في القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي 150 في القطاعات الأخرى و عرفت نفس السنة اشتراك وصل إلى 3500 مشترك على مستوى مركز البحث الوطني، أمام عدد الموزعين لها تمت الموافقة على عدد 74 موزع لنت بداية 2002 و لكن القليل فقط منهم من كان ينشط، بينما في سنة 2004 وصل العدد ما يقارب 80 مؤسسة تحصلت على الرخصة للعمل في ميدان توزيع الننت. و تتطلع الجزائر حاليا في محاولة منها للحاق بالركب توفير خط اتصالات أساسي للننت backbone من الألياف الضوئية قدرته 34 ميغابايت/ثا قابل للتوسعة لغاية 1444 ميغابايت/ثا حتى تستطيع مؤسسات الاتصال و موزعي خدمات الننت من الارتباط بصورة أحسن بالشبكة الدولية (1)، كما تقوم إدارة البريد و المواصلات بإقامة شبكة لتقديم خدمات الننت كموزع للمؤسسات و الأفراد بحيث تستهدف شبكتها كل ولايات الوطن قدرة هذه الشبكة تفوق 10000 خط لكل 100000 مشترك، أما مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني فهو يستعد للبدأ في مشروع يربطه بموزع في و.م.أ بخط قدرته تصل إلى 30 ميغابايت/ثا.

لقد كانت سنة 2002 نقطة محورية لانطلاقة الننت محليا بمساعدة تلك الظروف المحيطة و المتعلقة بالرغبة في التنمية الاقتصادية و تهيئة الجو العام للبلاد أمام الاستثمارات الأجنبية .

1- بلعاليا يمينه، مرجع سبق ذكره، ص.139.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

فالجزائر في تلك المرحلة كانت تستعد للدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة omc، و تصبو للاتفاق حول الانضمام في شكل شراكة مع الاتحاد الأوروبي لذلك كانت أحد أهم الشروط تحرير قطاع الاتصالات كيف لا و نحن في عالم تحكمه الوسائل التكنولوجية الحديثة و الاقتصادية قائم على المعلومة و مدى انسيابتها، لهذا اعتبرت قضية تطوير و تحرير قطاع الاتصالات بمثابة دعامة للنمو الاقتصادي و التطور الاجتماعي، و منه فقد كان لزاما أن يستفيد القطاع من التوجهات الجديدة للاقتصاد و التبادل الدولي المنطوي تحت السوق التكنولوجية عموما، فاستفاد قطاع تكنولوجيا الإعلام من 6،4 مليار د ج من مجموع 4،7 مليار د ج كانت موجهة للإنعاش الاقتصادي (1)

و لنفس الغرض كانت الجزائر تسعى في برامجها لتطوير هذا القطاع بإعادة هيكلته و إعداد البنى التحتية و القاعدية لعالم الاتصال في الجزائر فمنذ سنة 2001 ، و الوزارة المعنية بقطاع الاتصال تطمح لفتح هذا المجال أمام المستثمرين الخواص من دول العالم و ساعدها كثيرا تعديل مرسوم أوت 1998 ، بمرسوم ثاني الصادر في 2000/10/14 ، و الذي من خلاله رخص لعملية الشراكة بين شركات أجنبية و فتح المجال لاستثمارات خارجية في قطاع النت. فكانت أول عملية جمعت مجموعة Wanadoo بالشراكة مع الموزع EEPAD في مارس 2000 ، على المستوى الرسمي تم التوقيع بحلول سنة 2003 أن يقع فيها الربط الحضري بين مختلف المناطق في الجزائر و تم تحديد سنة 2005 كسنة يتم تحرير قطاع الهاتف الثابت كليا بها ففي تصريح لوزير البريد و الاتصالات آنذاك تأمل بحلول سنة 2010 أن نصل إلى تحقيق نسبة 20 هاتف ثابت لكل 00 نسمة و الوصول سنة 2015 لحصول كل جزائري على جهاز نقال ثم التغطية الكاملة و الشاملة لاحتياجات السكان في عملية المرور و التزود بالنت .

وصل عدد المستخدمين سنة 2001 إلى 250 ألف مستخدم بينهم 20 ألف مشترك بعد أن زود بأكثر من 20 نقطة، وصول للنت 43 خط متخصص لبقية القطاعات من بينها

1- ويكيبيديا " التطورات التكنولوجية في الجزائر. <http://www.wikipedia.org/wiki> : زيارة يوم: 2009/12/03.

الفصل الخامس: الانترنت

الموزعين الخواص بألفين خط هاتفي مستخدم للدخول لشبكة، وقدر عدد المستخدمين للنت في الجزائر لسنة 2005 بـ 1.500.000 مستخدم

صعوبات الانترنت في الجزائر: (1)

— تدني القدرة الشرائية لدى الفرد الجزائري : إن الأجر القاعدي في الجزائر يقدر بـ10000 دج في القطاع العمومي يقسمه المواطن بين مختلف حاجياته اليومية و يوازيها في الجهة المقابلة تسعيرة و تكلفة كل ساعة استعمال لنت ،من 70-100 دج في المدن الكبرى أما سواها فيتعدى 120 دج فكيف لمواطن بسيط أن تكون نت من ضمن احتياجاته اليومية خاصة وانه إذا استعمل النت مقدار ساعة يوميا فعلى مدار شهر يقدر ما بين 2100 إلى 3100 دج فما بالك باقتناء حاسوب مجز بمودم لا تقل تكلفته عن 50000 دج و دفع حقوق الاشتراك المباشر للنت

* وجود 10 موزعين فقط للنت على المستوى الوطني بالرغم من حصول أزيد من 108 موردين على الرخص لبدا النشاط إلا انه لم يستهل العمل فعليا سوى 37 موزع وسيط للنت و هذا الأخير يرتبط بأمرين هما :

*الاستثمار في السوق الاتصالات أمر معقد لان السوق خاصة ميدان التكنولوجيا الجديدة كشفت عن تجارب إفلاس لشركات عالمية فغياب اقتصاد حر في بلادنا يعتمد على الاستثمار الحقيقي بدل الاعتماد الشبه كل على قطاع المحروقات

* غلاء تسعيرة النت لمقاهي النت بسبب ارتفاع تسعيرة الهاتف قدرت بـ 500% مما أدى إلى عجز ميزاتها التجارية مما يؤدي إلى إفلاس لكن قامت السلطات بتدارك الوضع بخفض التسعيرة الى 50% بالنسبة لمقاهي نت و قد تم التوقيع على اتفاقيتين الأولى بين شركة الاتصالات الجزائر و جمعية موزعي النت و الثانية بين نفس الشركة و مؤسسة أيباد لتخفيض التسعيرة بـ 50% من خلال هاتين الاتفاقيتين تم تخفيض تسعيرة الدقيقة الواحدة من 1,5 دج إلى 0,5 دج قصد الدخول في الشبكة بالنسبة لمستعملي الخواص و أصحاب مقاهي النت و كذا لبدا العمل بنظام Adsl

1- يمينة بالعاليا، مرجع سبق ذكره، ص.141.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

الفصل الخامس: الانترنت

— التركيبة النفسية للفرد في المجتمع الجزائري : (1)

فالمجتمع الجزائري لا زال مجتمع ريفي رغم مظاهر الحضارة التي تظهر لا سيما في المدن الكبرى لذلك يظل استعمال النت بعيدا عن ثقافتنا و استعمالنا اليومي فنحن نفضل طريقة الاتصال من الفم إلى الأذن على استعمال الهاتف ، و نحن لازلنا نفضل البريد و الطرود البريدية على الرسالة الإلكترونية و حتى بحوثنا لا نستطيع أن نكتب على أجهزتنا الإلكترونية حتى تمر بأقلامنا العادية

* يغيب على الفرد الجزائري في صفة العموم ثقافة التعامل مع و عبر النت ثقافة يعتبرها إلى الآن دخيلة عليه فمواقع الرسمية مثلا نجدها في غالبته لا تحدث بصورة يومية و هذا الفعل ينصب في سياقين

أ — عدم إيمان الهيئة الرسمية بمدى فاعلية النت في توصيل الإدارة بالمواطن لذلك لو أجرينا نظرة على المواقع الرسمية لوجدنا في اغلبها لا تحدث بصورة يومية

ب — وجود فرق واضح في استعمال النت داخل المجتمع الواحد على أساس غير واضح فيزداد لدى فئة عمرية معينة و يقل لدى فئة أخرى(2)

1- ويكيبيديا " التطورات التكنولوجية في الجزائر. مرجع سبق ذكره.

2- يمينة بالعاليا، مرجع سبق ذكره، ص. 144.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

خلاصة :

يتسارع نمو شبكات الانترنت بصورة سريعة ،حيث أوجدت هذه الشبكة بنية تكنولوجية تحتية خدمت و غطت العالم بأسره ،و من وجهة نظر اقتصادية ، لم تعد شركات البرمجيات العالمية تهتم بالتنافس حول البرمجيات التعليمية ،بل أصبح التنافس بينهما متعلقا بتطوير البرمجيات التي تخدم شبكة الانترنت لذا أصبح الاهتمام الآن موجها نحو هذه الشبكة و ابتكار طرق و وسائل لتحسينها و تطويرها ،حيث جعلت من العالم أسرة الإلكترونية

و النمو الهائل للانترنت سوف يقف عند حد معين ، و سوف يزوي هوس الناس بالانترنت عندما يملون من تحسهم الطاغي لها ،و لكنها حتى ذلك الحين ، ستكون قد غدت جزءا لا يتجزأ من الحضارة الحديثة ،و سوف تصبح عنصرا أساسيا في العمل و التجارة و العلوم و الفنون و الترفيه و سوف تكون هناك الطرق المتعددة التي ستجعل الانترنت تثري حياتنا و تغييرها نحو الأفضل بدأ بقدرتنا على ممارسة العمل من بيوتنا و لم شمل أصحاب الهوايات في كل أرجاء العالم.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

تمهيد:

المبحث الأول: تطور الصحافة الإلكترونية .

أولا : تعريف الصحافة الإلكترونية و عوامل ظهورها.

ثانيا: نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي.

ثالثا : نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر .

رابعا : خصائص الصحافة الإلكترونية و أهم أنواعها.

خامسا : استفادة الصحافة الإلكترونية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

سادسا : الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية و أبرز عيوبها.

المبحث الثاني : مظاهر استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية و الإشباعات المحققة.

أولا : خدمات الصحافة الإلكترونية.

ثانيا: تحرير الصحافة الإلكترونية.

ثالثا : الشكل الإخراجي في الصحافة الإلكترونية.

رابعا : التفاعلية في الصحافة الإلكترونية و آلياتها.

خامسا : مصداقية الصحافة الإلكترونية و حرية التعبير.

سادسا : مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية و الصحافة المطبوعة.

خلاصة.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

تمهيد:

لقد صاحبتنا الصحف في صورها المختلفة لقرون، فقد ظهرت الصحف المطبوعة كوسيلة اتصال مباشر لنشر الأخبار و المعلومات و بظهور الانترنت و ولدت الصحافة الإلكترونية كوسيلة حديثة لنقل الأخبار و المعلومات لكل أنحاء العالم، حين اتجهت العديد من الصحف إلى نشر صفحاتها رقمياً على هذه الشبكة .

فجعلتنا التكنولوجيا الحديثة نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث و صناعة الخبر. و هذا جنباً إلى جنب مع الصحافة التقليدية، و لتتجاوز القيود الجغرافية و السياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأقول نجتمعها مع تقديم عجلة الزمن .

و هذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة إلكترونية تفاعلية، و لهذا نستعرض إلى أهم جوانب تطور الصحافة الإلكترونية مروراً بخصائصها و أنواعها و أهم المشاكل التي تواجهها و تطورها في الوطن العربي و الجزائر.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول: تطور الصحافة الإلكترونية.

أولاً : تعريف الصحافة الإلكترونية و عوامل ظهورها.

ثانياً : نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي.

ثالثاً : نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

رابعاً : خصائص الصحافة الإلكترونية و أهم أنواعها.

خامساً : استفادة الصحافة الإلكترونية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

سادساً : الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية و أبرز عيوبها.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول: تطور الصحافة الإلكترونية

أولاً : تعريف الصحافة الإلكترونية و عوامل ظهورها

أ – تعريفها:

لقد تطرق العديد من الباحثين و الإعلاميين إلى ظاهرة الصحافة الإلكترونية .و تقديم تعريفات مختلفة تختلف باختلاف مجال الاختصاص ، و حسب علمنا لا يوجد تعريف واحد يحظى بالإجماع ، و لكن يمكن أن نقدم بعض التعاريف التي تخدم بحثنا و من زوايا متنوعة لتفادي التكرار ، و عليه سنذكر بعض التعاريف المهمة على النحو التالي :

يمكن تعريف online journalism ببساطة على أنها : " صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر " (1).نرى أن هذا التعريف قد حصر مفهوم الصحافة الإلكترونية في نوع واحد ، أي الصحافة التي تمارس على الخط مباشرة لكن الصحافة الإلكترونية أوسع من هذا التعريف بكثير ، إن مصطلح الصحافة الإلكترونية،غالبا ما يشير إلى استعمال قواعد المعلومات و لكنه كذلك يشير إلى استعمال الانترنت للحصول على مصادر ،وثائق ، معلومات عن ملايين الموضوعات (2)

و الصحافة الإلكترونية هي : "الصحافة غير الورقية ، مقروءة و مسموعة و مرئية ،تتبع محتوياتها عبر مواقع لها شبكة المعلومات العالمية"(3) إذن فمثل هذا التعريف يركز على ما هو غير ورقي"وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط ،أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم " (4)و مثل هذا التعريف يعتبر ناقصاً أو غير مطابق لطبيعة الصحافة الإلكترونية ،حيث توجد هذه الأخيرة ف شكل إلكتروني ،ولا

1-شريف درويش اللبان،الصحافة الإلكترونية:دراسات التفاعلية و تصميم المواقع. الدار المصرية اللبنانية، ط1 القاهرة،2005،ص.41.

2-كارول ريتشر، كتابة الأخبار و التقارير الصحفية. ترجمة عبد الستار جواد ، دار الكتاب الجامعي ، ط1، العين الإمارات العربية المتحدة ،ص.602.

3- نبيح أمينة ،المدونات الإلكترونية المكتوبة: بين التعبير الحر و الصحافة البديلة.مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر، 2007/2008، ص.64 .

4- مي العبد الله ،الاتصال في عصر العولمة:الدور و التحديات الجديدة. الدار الجامعية للطباعة و النشر ،بيروت ،1999، ص.83.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

يوجد لها مقابل بالورق، تتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية، في توفير المادة الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كواحدة لتكنولوجيا الاتصال طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية (1)، نلاحظ من خلال هذا التعريف أن هناك عنصر التحدي الذي أتت به الصحافة الإلكترونية، والذي تواجهه الصحافة التقليدية التي يتوجب عليها التكيف مع المنافسة الجديدة على أكثر من صعيد " الصحف الإلكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الانترنت، و تتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، و الصوت، و الصورة (2) إذن هذا التعريف يعتبر ناقصا أيضا لكنه يشير من جهة أخرى إلى عنصر اللون و نوعية في هذا التعريف، و هو ما يميز الصحافة الإلكترونية عن الصحافة التقليدية " هي تخلق صفحة تحريرية نابضة بالحياة، توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحوي رسائل القراء و هو ما لا يوجد في الصحيفة اليومية، فهي تشبه خط دردشة عبر الانترنت، كما أنها تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات في حين يتم ربط المناقشات المختلفة و المتنوعة بمحتوى الرأي " (3)

نسجل أن هذا التعريف قد تطرق إلى مختلف جوانب خصائص للصحافة الإلكترونية بصفة شمولية و مختصرة. " نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الانترنت و شبكات المعلومات و الاتصالات الأخرى - تستخدم فيه فنونا و آليات و مهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات و آليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة الاتصال، بما في ذلك استخدام النص و الصوت و الصورة و المستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية و غير الآنية و معالجتها و تحليلها و نشرها على الجماهير

1- حسين شفيق، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها. رحمة برس للطباعة و النشر، ط2، 2006، ص.182 .

2- جمال بوعجمي و بلقاسم بروان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع و آفاق. جامعة الجزائر، العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2005، ص.7.

3- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسة التفاعلية و تصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص.26 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة " (1) يعتبر هذا التعريف مهم للغاية حيث يشير إلى عناصر تفتقد في التعاريف الأخرى كالوسائط المتعددة و التفاعلية .

" هي نموذج جديد في العمل الصحفي ، يستغل كافة مميزات و تقنيات الانترنت ، يجعل من الخبر الصحفي موجها نحو الجمهور ، و ما يهم الجمهور ، و تصفية الأخبار ، بحيث يحصل القارئ على ما يهمه دون الالتفات إلى الاهتمامات التجارية و الإعلانية .

أطلق على هذا النموذج اسم الصحافة الموزعة distributed journalism أو الصحافة التفاعلية interactive journalism (2) بين لنا هذا التعريف إن الصحافة الإلكترونية صحافة تفاعلية بالدرجة الأولى و هذا ما تتغاضى عنه الكثير من التعاريف.

" الصحافة الإلكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني ،الذي بدوره يتجسد من خلال الانترنت ،كشبكة معلوماتية و أداة و مصدر للمعلومة ، و أصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي " (3) أهم ما يلفت الانتباه في هذا التعريف هو أن صاحبه يعتبر الانترنت كوسيلة إعلامية جماهيرية ، وهذا الأمر غير متفق عليه في الوقت الحاضر .

و مما سبق ذكره نستنتج أن كل باحث عرف الصحافة الإلكترونية حسب خصائصها أو وظيفتها، و تكاد التعاريف تتعدد بتعدد الكتاب و على هذا فهي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الانترنت .سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية ،أو موجز لأهم محتوياتها أو كجرائد و مجلات إلكترونية ليست لها إصدارات مطبوعة على الورق .و لكنها صحف إلكترونية تتخذ عدة أنواع و أشكال .

1- جمال غبطاس ،الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين .يوم الزيارة:11/4/2008)

http://www.glocities.com/askress 2009 (accessed

2- حسين شفيق ،الإعلام الإلكتروني :بين التفاعلية و الرقمية.رحمة برس للطباعة و النشر، 2007 ،ص. 47 .

3- يمينة بلعاليا،مرجع سبق ذكره.ص.162.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

ب - خلفية تاريخية لتطور الصحافة الإلكترونية :

يرى بعض الباحثين أن ولادة الصحافة الإلكترونية كان مع بداية السبعينيات و ظهور خدمة " التلكسات " 1976 كثمرة تعاون بين مؤسستي independent

(1)BBC and Broadcastiny

و لقد شهد عام 1979 ولادة خدمة " الفيديو تكست " إلى الأكثر تفاعلية مع نظام Prestel على يد مؤسسة british telecom authority البريطانية، و بناء على هذا النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستخدمين ، دخلت بعض المؤسسات الصحفية الأمريكية منتصف الثمانينيات على هذا الخط.

و بذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل إلكتروني إلى المستخدمين عبر الاتصال الفوري المباشر(2)

إلا أن هاته المحاولات لم تلقى النجاح المطلوب ، و تكبدت خسائر مالية قدرت حينها بـ 200 مليون دولار أمريكي ، لذلك توقفت مشاريع هاته المؤسسات الصحفية ، و يرجع المختصون البداية غير الموفقة للصحيفة الإلكترونية إلى عدم توفر تقنيات متطورة بما فيها الكفاية لتسمح بوصول غير مكلف و سهل إلى المحتوى الإلكتروني زيادة على نقص الاهتمام بهذا النوع من الخدمات الإعلامية من قبل المعلنين و المستخدمين على حد سواء لكن مع بداية التسعينيات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني ، إضافة إلى حاجة المستخدمين إلى الخدمات الإلكترونية و لقد ارتبط نجاح خدمة التلكست باعتمادها على جهاز التلفزيون ، أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فمرتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي و تطوره.

و منذ سنوات التسعينيات من القرن الماضي بدأت تتطور الصحافة الإلكترونية، حيث بدأت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تدخل إلى المؤسسات الصحفية على المستوى العالمي لتحل بذلك محل الأساليب التقليدية في الإنتاج الصحفي ، و لا سيما في مرحلة الطبع ، فتحوّلت الفكرة الأساسية للصحيفة الإلكترونية في توفير المادة الصحفية للقراء

1- بن رمضان زكرياء، محاضرات في عمادة الشبكات .السنة الرابع أرشيف و توثيق ،جامعة التكوين المتواصل، المدينة، 2007.

2- حسنين شفيق ، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجيا جديدة في نظم الحاسبات و الاتصالات.المعهد العالي للإعلام و فنون الاتصال بمدينة الثقافة و العلوم ،مصر ، 2008، ص.73.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية، مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية (1) و تعتبر صحيفة " هيلزبرغ اجيلا " السويدية أول صحيفة تنشر بالكامل على الانترنت و تلتها صحيفة " الواشنطن بوست " الأمريكية سنة 1994، و التي قامت بإعداد نشرة يعاد تحديثها فوراً في كل مرة تتغير فيها الأحداث ، مع وجود مراجع وثائقية و تاريخية ،و إعلانات ،و قد أطلق على هذا النوع من النشر في بدايته الأولى مصطلح الحبر الرقمي ، و بالتالي و قبل نهاية التسعينيات كانت هناك عشرات الصحف في العالم وخصوصاً الكبرى منها، قد سخرت إمكانيات معتبرة لتنشئ مواقع على شبكة الانترنت نظراً لقلّة التكلفة و السهولة ،رامية بذلك المسعى إلى توسيع أفاق التوزيع و الانتشار ، لتجاوز التقييدات المالية و النقل و بصفة خاصة قيود الرقابة .

إلا أن سرعان ما اكتشف مسيرو هاته الصحف أن النسخة الإلكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبى احتياجات القراء ، إذ أن المستخدم يبحث عن الجديد بعيداً عن الطبعة الورقية على الانترنت و هكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحري خاصة بمواقعها الإلكترونية تتولى تحرير جريدة منفصلة على النسخة الورقية. و بالتالي أصبحت الصحف الإلكترونية منافسة للصحف المطبوعة ، كما أن الأهمية المتزايدة للصحافة الإلكترونية أدى إلى ظهور اتجاه آخر من هذه الصحف يتمثل في ظهور مواقع إخبارية إلكترونية، تتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضمون و المسمى. و لكن تخضع لنمط الإلكتروني و هي صحف إلكترونية محضة لا علاقة لها بأي صحيفة ورقية إذ نشأت على الخوض في عالم النشر التقليدي الورقي ،و هذا ما أصبح يعرف بعبارة " الهجرة المعاكسة " (2)

ج - نشأة الصحافة الإلكترونية:

تجدر الإشارة إلا أن التاريخ الدقيق لانطلاق أول صحيفة إلكترونية من حيث متى؟ وأين؟ غير متفق عليه حيث تتباين الروايات بهذا الشأن و عليه و مع اتجاه المزيد من

1- نبيح امنة ،مرجع سبق ذكره،ص.67 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص.68.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الناس نحو الانترنت كمورد و مصدر للمعلومات كان من الطبيعي لوسائل الإعلام أن تلتفت إلى فرصة الاستثمار هذه.

و بحسب رأي الباحث الأمريكي " مارك ديويز " في دراسة له حول تاريخ الصحافة الإلكترونية ، فان أول صحيفة في الولايات المتحدة دشنت نسخة إلكترونية لها على الانترنت كانت " شيكاغو تريبيون " عام 1992 ، مع نسختها " شيكاغو اون لاين " و توالى بعد ذلك ظهور المواقع الاخبارية و الصحفية على الانترنت ، سواء التابعة للصحف و القنوات التلفزيونية أو المواقع الاخبارية المستقلة التي تعد قناة صحيفة إلكترونية مستقلة في حد ذاتها(1)

في هذا السياق يري " درويش اللبان " إن الصحافة الإلكترونية قد بدأت تلتفت الأنظار إليها في أعقاب حرب الخليج الأولى عام 1991 ، عندما عرضت وكالات الأنباء العالمية صورة البطة البرية و هي تشرف على الموت بعد أن غرقت في مياه الخليج الملوثة بالنفط . وقد تعاطف الكثيرون في مختلف بلاد العالم مع هذه الصورة المؤثرة ، و أدان ما حدث من اعتداء صارخ على البيئة و الطبيعة ، و تلويث شديد لمياه الخليج بسبب الأعمال الحربية التي تجاوزت كل الحدود الشرعية و المشروعة (2)، من جهة أخرى يشير البعض أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهارا كبيرا بعد الحادي عشر من سبتمبر ، الذي استفاق العالم فيه على وقع حدث مهول في أمريكا ، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية و المواقع الاخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة و الصوت و الصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة و كفاءة نادرة ، بينما تعثرت الصحف و الفضائيات التقليدية و أثبتت فشلها في تلك المهمة (3)

بينما يري فريق آخر انه مع عمليات التطوير في مجال استخدامات الانترنت ، بدأت شبكات الإذاعة و التلفزيون المشهورة مثل CNN BBC ، و الجزيرة ، تخصص مواقع مستقلة لها لتحمل ما يصلها من بيانات و أخبار لكل من يريد أن يتصفحها أيضا بدأت الصحف الهامة هي الأخرى تظهر على شاشات شبكة المعلومات من خلال المواقع التي أعدتها لذلك ، و التي لاقت إقبالا كبيرا من جانب رواد الانترنت الذين

1- جمال غيطاس ،مرجع سبق ذكره.

2- شريف درويش اللبان ، الصحافة الإلكترونية:دراسة التفاعلية و تصميم المواقع .مرجع سبق ذكره،ص.24 .

3- حسنين شفيق ،الإعلام الإلكتروني:بين التفاعلية و الرقمية ،مرجع سبق ذكره،ص.49 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

وجدوا فيها ضالتهم المنشودة و استغنوا بها عن الصحف الورقية المأثورة، و فضلا عن ذلك بدأت الصحف الإلكترونية البحتة أو الخالصة تظهر إلى حين الوجود ، سواء في الدول الأجنبية أو في البلاد العربية، و تجدر الإشارة إلا أن الصحف الإلكترونية لم تكن في البداية ذات عائد مادي كبير يشجع على الاستمرار أو الاستفادة منها ، و ذلك راجع لعدم معرفة أو اهتمام أصحاب الإعلانات بها ، و عدم ثقتهم فيها كوسيط إعلامي مؤثر غير أن مع تزايد استخدامات الانترنت و كثرة رواد مواقع الصحف الإلكترونية تنبه المعلنون لأهمية الإعلان عبر الانترنت، و بدأت الصحف الإلكترونية تحقق عائدا ماديا يتوقع تزايد في المستقبل بشكل كبير جدا . و لقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات و موضوعات و أفكار و أطروحات و رؤى بسيطة . و تحديدا انطلقت من منتديات الحوار ، التي تتميز بسهولة تحميل برامجها و بساطة تركيبها ، إذ يكفي أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب و رفعها لموقعك في اقل من ساعة ، ليبدأ بعدها الموقع بأثره في العمل المحدد له و في اجتذاب عدد كبير من الزوار (1)

د - عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية :

يرى بعض الباحثين أن هناك ثلاثة عوامل ساهمت في ظهور و تطور الصحافة الإلكترونية هي:

— الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين و معالجة المعطيات

— التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل و تبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها (2)

— تطور تقنية ضغط المعلومات و إزالة ضغطها و التي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله.

1- محمد العابد، دور الصحافة الإلكترونية في قضايا الإصلاح و حقوق النساء. ورشة عمل 2006/6/7، يوم

الزيارة: <http://WWW.nabanews.net/news/3634.22/7/2008>

2- محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص. 94 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

— ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح بفضل الاطلاع على الأخبار و المعلومات في المواقع الإلكترونية ، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار ، و توفرها على كم هائل من المعلومات و يتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة

— مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة ، بسبب غلاء مادة الورق و الطباعة و قلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون و الانترنت (1)

ثانيا : نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي

دخل العالم العربي عالم الانترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم ، و يمكن أن نعتبر الانترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة ، مقارنة مع انتشار الطباعة و الراديو ، و التلفزيون في الوطن العربي ، حيث أخذت المواقع العربية في الشبكة تنمو باستمرار لتشمل أوجها مختلفة للوجود العربي في تقديم الثقافة العربية و الإسلامية ابتداء بالقران الكريم بالمكتوب و المسموع و التفسير المختلفة و الحديث النبوي الشريف و تعليم اللغة العربية و آدابها التي تقدمها جهات عربية و غير عربية، فضلا عن الوجود الاقتصادي من خلال مواقع المؤسسات المالية و الشركات و مواقع البيع على الشبكة و التجارة الإلكترونية.

تعد صحيفة "الشرق الأوسط " أول صحيفة عربية إلكترونية تصدر عبر شبكة الانترنت و كان ذلك في " التاسع من سبتمبر 1995 " و كانت عبارة جملة من الصور المختلفة في ميادين متنوعة ، و كانت الصحيفة العربية الثانية التي تصدر عبر شبكة النت " صحيفة النهار اللبنانية " ، و ذلك يوم " 1 يناير 1996 " ثم جاء بعدها جريدة " الحياة " في الأول من "يونيو 1996 " و جريدة "السفير " في نهاية العام نفسه (2)

ثم توالى الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت ، حتى انه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها على شبكة الانترنت ، و إن القليل من الصحف العربية وثقت مادتها على الأقراص الصلبة "CD" منها الحياة التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل و التخزين من جديد بعد الاسترجاع من دون أي تغيير للنصوص الأصلية المحفوظة على القرص المدمج ، و قد بدأت عملية التوثيق منذ عام

1- عبد الأمير الفيصل ،مرجع سبق ذكره،ص.179 .

2-السيد بخيت،الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين؟ .العربي للنشر و التوزيع،القااهرة،2000،ص121 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

"1995" بإسم أرشيف الحياة الإلكترونية ،إما صحيفتا " السفير و النهار " اللبنايتين فهما توفران محتوياتهما على شكل صورة للحقبة السابقة و نصوص قابلة للتعديل و التخزين للحقبة الحديثة ، و لقد أعلنت الصحيفتان مبادرة توثيق محتوياتهما إلكترونيا خلال ندوة حول وسائل الإعلام متعددة الوسائط عقدت في بيروت 11 تموز 1997(1)

بداية تتبغى التنويه إلى أن العديد من الصحف العربية اليومية تدير اليوم مواقع إلكترونية تقدم معظمها أخبارا و صورا ثم في الصحيفة المطبوعة ، وكتب خصيصا لها و لا توجد أقسام خاصة أو إدارات تحرير مستقلة لطبعة الإلكترونية من الصحيفة بل تحرص الكثير من الصحف على نشر القليل اليسير مما يتصدر صفحاتها على مواقعها الإلكترونية، كما لا يتم تحديث معظم هذه المواقع إلا بعد صدور الجريدة بساعات، كما أن التقنية المستخدمة في معظم هذه المواقع تعد بدائية فلا توجد آليات متعددة للبحث في الأرشيف و قلما يتم التعامل مع النص العربي كنص و إنما كصورة

و لا توجد مساحات إعلانية تدار من قبل برامج متخصصة للإعلان الإلكتروني (2) و لكن ما يحصل حاليا عبر شبكة الانترنت في الصحافة الإلكترونية العربية غير ما هو كان حاصل في الماضي ، حيث عرفت الصحافة الإلكترونية العربية تطورا مذهلا من عناصر التفاعلية والروابط الموجودة عبر مواقعها كما أنها تطورت من حيث الإخراج و التصميم الفني .و بالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الانترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلا انه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا انه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالميا ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية و عدد الدول و السكان في الوطن العربي ، حيث تواضع نسبة مستخدمي الانترنت العرب قياسا إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي و يضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الانترنت (3)

1- عبد الامير الفيصل .مرجع سبق ذكره،ص.207 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص.27 .

3-رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره،ص .ص. 116، 117.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

يتضح مما سبق أن الصحافة الإلكترونية العربية تواجهها عدة تحديات تعوق تميزها و منافستها لمثيلاتها الأجنبية و أهم هذه التحديات :

— ضعف عائد السوق " القراء و المعننين "

— عدم وجود صحفيين و تقنيين مؤهلين لإدارة و تحرير الطباعات الإلكترونية

— المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار و المعلومات العربية و الدولية والأجنبية التي أصدرت طباعات إلكترونية منافسة باللغة العربية .

— عدم وضوح مستقبل النشر عبر الانترنت في ظل عدم وجود قاعدة جماهيرية

واسعة (1)

الشكل رقم 02 : بعض الصحف العربية الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت.

الصحيفة	بلد الصدور
الحياة	لندن
الشرق الأوسط	لندن
صوت العرب	الولايات المتحدة
الرياض	السعودية
الأهرام	مصر
الرأي العام	الكويت
النهار	لبنان
مجلة العربي	الكويت
بوابة العرب	الكويت

ثالثا : نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر :

تعد جريدة "algeria interface" هي الجريدة الإلكترونية الأولى عبر شبكة الانترنت أسسها احد الإعلاميين "نور الدين خلاصي " صحفي سابق في جريدة "la nation" و هي في الأصل كانت عبارة عن خطة اصدار جريدة مستقلة في عام 1996 ، تقدم

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

التقارير و أخبار حول المسائل السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida" تم تخلي لاحقا عن الفكرة و تحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الانترنت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية و الانجليزية في مجال النشر الإلكتروني ، و يرى " جوفان" و هو احد السويديين انه " لولا الانترنت لما تمكنا من الصدور أبدا و تمويل الصحيفة من قبل وكالة " سيدا" و مساعدة مركز " الفابالم" الدولي

انطلقت جريدة " الجيري انترفاس" في العمل في نوفمبر 1999، و كان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي و المحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير و حرية الصحافة و الدفاع عن حقوق الإنسان و تعزيز القيم الديمقراطية ، و تحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلى مرة واحدة كل أسبوع (1)

تعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الانترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في الوطن العربي ، فقد بدأت جريدة الشرق الوسط على الانترنت يوم 9/9/1995 ، و تبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة و النشر و التي انشأت موقعها في 16/2/1997 و يضم نسخا من مواقع لـ " الجمهورية "، "المساء" ، "المصر اليوم" تلتها جريدة " الشعب " في أول أكتوبر 1997، ثم تبعتها جريدة " الأهرام" الصباحية في عام 1998 أما الجزائر فكان السبق لجريدة الوطن "el watan" باللغة الفرنسية في نوفمبر 1997 ثم جريدة "liberté" في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998 ، و تلتها جريدة " الخبر" باللغة العربية ، و هي اكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت (2)

الملاحظ على الساحة الإعلامية الجزائرية انه تأخر الصحف الورقية من الظهور على شبكة الانترنت مقارنة بدول العربية وهذا راجع لعدة صعوبات كانت منها شبكة الانترنت من انقطاعات متكررة بالإضافة إلى نقص الفنيين و التقنيين في مجال

1-محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايدولوجيا. دار الهدى، الجزائر 2006، ص.ص. 125- 127 .

2-المرجع السابق نفسه، ص. 127.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

التحرير على شبكة الانترنت، و هذا ما جعل الصحافة الإلكترونية تتأخر نوعا ما في الجزائر.

و الجدول الآتي يوضح تتابع إنشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر :

(1)

الشكل رقم 03: تتابع إنشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر .

الصحيفة	الموقع	تاريخ الموقع	إنشاء	الملكية
El watan	www. Elwatan.com	نوفمبر 1997	مستقلة	مستقلة
liberté	www. Liberté alger. Com	جانفي 1998	مستقلة	مستقلة
اليوم	www. Elyoum.com	فيفري 1998	مستقلة	مستقلة
الخبر	www.elkhabar.com	افريل 1998	مستقلة	مستقلة
الشعب	www.el.chaab.com	جوان 1998	عمومية	عمومية
El moudjahid	www. El moudjahid.com	جويلية 1998	عمومية	عمومية
Le matin	www .Le matin dz.com	أكتوبر 1998	مستقلة	مستقلة
Le soir d'algerie	www.le soir.com	نوفمبر 1998	مستقلة	مستقلة
El acil	www. El acil.com	مارس 2000	مستقلة	مستقلة

ابتداء من عام 2000 الى غاية 2010 تعددت الجرائد الإلكترونية الجزائرية على شبكة الانترنت وفي مختلف التخصصات والميادين وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقع الإلكتروني عبر النت ،بالإضافة إلى الروابط التفاعلية الموجودة من اجل التعليق و المشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الانترنت نجد الخبر ، الخبر الأسبوعي ،آخر ساعة، الشروق

1- محمد شطاح ،مرجع سبق ذكره،ص 128 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

اليومي ،النهار الجديد ،جزائر نيوز،الشعب ،البلاد،الفجر ،النصر،حوادث الأخبار،صوت الأحرار ،اليوم ،الأصيل،المساء الهدف ،الشباك.....وغيرها من الجرائد الناطقة باللغة العربية .

ومن الجرائد الناطقة باللغة الفرنسية في الجزائر (إلكترونية):

El moudjahid . elwatan .horizon .infosoir .làuthentique .lèchad oran .léxpression .la dépêche .de Kabylie .la vonvelle république .la tribune .le butur .le courrier d Algérie .le jeune indépendant .le joins .d Algérie le magheb .le quotidien d'oran . Le soir d'algerien .

(1) liberté .

- تجربة أول جريدة جزائرية في علم الصحافة الإلكترونية تجربة جريدة الوطن الناطقة بالفرنسية :

تعتبر جريدة الوطن أول جريدة وطنية جزائرية اكتسحت عالم الانترنت من خلال استغلال الشبكة فور دخولها إلى الجزائر سنة 1993 ، وتم استغلالها في عمليات البحث و الاطلاع على العالم الخارجي، إن وعي الجريدة بأهمية ودور الانترنت كحلقة وصل بين عالم الصحافة عموما و باقي العوالم جعل إدارة الجريدة تتصل مباشرة بمركز البحث التقني والعلمي باعتباره الهيئة الأولى في الجزائر المكلفة بالانترنت وواقعة تحت احتكارها، تقدم هذا الأخير بالعروض المتوفرة آنذاك ، والتي واكبت من خلالها الجريدة باقي التطورات في مجال الميغابايت، ففي البداية قدم عرض بـ

10megn/s وبعدها/256ko ثم64ko/s

لقد كان منذ البداية سعي إدارة الجريدة لمواكبة التطور التكنولوجي الهائل وذلك حرصا منهم على :

- مواكبة و محاكاة التجربة الفرنسية التي كانت تبحث لنفسها عن مواقع لها عبر شبكة الانترنت لتحقيق مكانة اكبر، ورواج أحسن لجريدها المطبوعة، و الوصول إلى اكبر فئة ممكنة لجمهور القراء بتحقيق أحسن توزيع، التوزيع الذي يتخطى الحدود والزمن ويتميز بالأنية و التجديد المستمر.

1-جمال بوعجيمي و بلقاسم بن روان ،الصحافة الإلكترونية في الجزائر:واقع و آفاق.مؤتمر صحافة الانترنت في

العالم،الواقع و التحريات،كلية الاتصال ،جامعة الشارقة،22/23/نوفمبر،2006، ص. 338 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- النظرة التكنولوجية الحديثة و الرغبة في أحداث التزاوج بين الوسائل العلام وبينها، جعل منها مطمح وطلب لكل بل ولجميع الوسائل الإعلامية، إلا انه لم تكن في البداية الخدمة المتوفرة سواء كخدمة نصية، ويشترط مركز البحث أن يتولى هو بنفسه عملية الأعداد بصفة يومية وعلى احد المكلفين من جريدة الذهاب بالمحتوى المرجو عرضه بصفة يومية ، لذلك خلق هذا الأمر صعوبة الالتزام بالمواعيد نظرا لتأخر عملية انهاء العمل المكتوب، بالإضافة إلى أن نظام الجرافيك لم تعرفه الجزائر حتى سنة 1995 . قامت جريدة الوطن منذ 30 نوفمبر 1997 ، بإنشاء موقع على الانترنت لتصبح بذلك أول جريدة جزائرية يومية تقدم طبعة إلكترونية أمام الطبعة الورقية بالمضمون نفسه و الأفكار نفسها ما عاد أخبار وكالات الأنباء .

بعد مرور ثلاث سنوات من انجاز الموقع ، استطاعت الجريدة أن تتجح في تقديم الأخبار بطريقة يومية ، بالتركيبتين " Pdf " "H.T.M.1" ومصلحة الأرشيف ، و بذلك تقدم الوطن خدمة للقارئ لتحصيل المعلومة ، والبحث عن كل الأخبار و القضايا من خلال استرجاعها في الحين، كما تم تحديث الموقع معتمدين على تحويله وتعديله من موقع ساكن كخدمة نصية إلى موقع متحرك ، في سنة 2004 ما يعني تقنيا أصبح يقع نقل ليس فقط الجداول بل الصور المتحركة ، الألوان التي تتغير ، مما يعني أن الموقع شاشة تليفزيونية ، أما إعلاميا فأصبحت الجريدة تتمتع بخاصية التفاعلية و التواصل عبر للبريد الإلكتروني ، عبر الإبحار في الأرشيف لتوفر أيقونة " ابحث " (1)

رابعا: خصائص الصحافة الإلكترونية و أهم أنواعها

أ/ خصائص الصحافة الإلكترونية :

يكفي أن الصحافة الإلكترونية تتمتع في الغالب بالحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ و الكاتب على الانترنت على خلاف الصحافة الورقية التي تكون في العادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر أو رئيس التحرير حتى تلائم السياسة التحريرية للصحفية بالإضافة إلى مجموعة المميزات التي يمكن تخليصها .كالتالي :

1-مينة بلعاليا،مرجع سبق ذكره ،ص .ص. 164 - 166 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

1- التفاعلية : هي مدى قدرة الشخص على الدخول في المعالجة إعلامية بصفة ناشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلامية أو المعلنين (1)

و تعني أيضا الاتصال في اتجاهين بين المصدر و المتلقي أو بصفة واسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر و المتلقين , كما أنها تعرف أيضا على أنها :إمكانية التواصل و التفاعل بين المستعمل و الجريدة الورقية التي تقدم إعلاميا(2) فالإتصال عبر الحاسبات يقدم أشكالا متعددة من التفاعلية , مثل البحث عن المضامين و إتاحة رد الفعل أو رجع الصدى للمواقع الإعلانية ، وبالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة و الإذاعة ،فان مستخدمي الانترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الإلكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين و المخرجين و اليوم و بالإضافة إلى البريد الإلكتروني ، تقوم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل ، مثل :الخطابات الإلكترونية إلى المحرر ،و غرف الحوار الحي ، و اللوحات الإخبارية ،و ندوات النقاش ،و الأسئلة الموجهة إلى الخبراء (3)

2 – الجاذبية : الناتجة عن التعامل مع أكثر من ساحة ،إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث و مشاهدتها و الاستماع إليها في أن واحد .

3 – السرعة : في تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعا بفيلم الفيديو معزز بصورية ، مما يدعم مصداقية الخبر و ذلك بدلا من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية

4 – التحرر من مقص الرقيب الذي قد يمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحف .

5 – الاقتصاد في النفقات بالاستغناء عن أطنان الورق و مستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية و اعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها

1-أديب احمد الشاطري ،تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية:دراسة حالة للصحف اليمنية.مذكرة ماجستير،غير منشورة، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر ،2010/2009،ص. 14 .

2-جمال بوعجيمي وبلقاسم بن روان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 13.

3-درويش اللبان،الصحافة الإلكترونية:دراسة التفاعلية و تصميم المواقع.مرجع سبق ذكره ،ص. 92.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

بينما لا يحتاج من يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية ، سوى لجهاز كمبيوتر و مجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة.

6 – حماية البيئة من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة ، و من ضجيج مطابعها و فضلات صناعتها .

7 – إمكانية الاطلاع على عدد من الصحف بدلا من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة .

8 – تجاوز حاجز المكان و إمكانية الاطلاع على الصحف الأجنبية بصرف النظر عن بعد مكان صدورها .

9 – سرعة و سهولة تداول البيانات على الانترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي .

10 – حدوث تفاعل مباشر بين القارئ و الكاتب ، حيث يمكنهما أن يلتقيا في التو و اللحظة معا .

11 – أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء ، بحيث يمكن للمشاركة أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ، و يقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة .

12 – التكاليف المالية الضخمة عند الرغبة في اصدار صحيفة ورقية بدءا من الحصول على ترخيص مرورا بالإجراءات الرسمية و التنظيمية بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية مختلف تماما حيث لا يستلزم الأمر سوى مبالغ مالية قليلة لتصدر الصحيفة الإلكترونية بكل سهولة .

13 – الآنية: أجبرت الصحافة على الخط الصحفي على المعيشة المستمرة للأحداث و المتابعة الآنية لما يستجد من معلومات و سهلت عملية التدخل لتجديد المحتوى (1)

14 – عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين إنما يمكن اصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم .

15 – الفردية : هي طريقة تقديم الأخبار تتسم بالفردية ، إذ يستطيع الجمهور من خلال اختيارات متعددة ، أن يتعرض للأخبار طبقا لاهتماماته الفردية، سواء أكان عن طريق

1-جمال بوعجيمي، بلقاسم بن روان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 12.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

البحث في الأرشيف أو الموضوعات المرتبطة ببعض تحت عنوان واحد، أم عن طريق تنظيم الصفحة الخاصة بالمستخدم بوضع اهتمامات المستخدم في أول مرة يزور فيها الموقع، وفي المرات الآتية تظهر الأخبار طبقاً للاختيار الأول .

16 – التقارب: أن التقارب خاصية للصحف و ليس للجمهور، و يقصد به قدرة الصحفي على تقديمه القصة الإخبارية في أفضل الأشكال المتاحة لديه سواء أكانت صورة أو صوتاً أم نصاً أم فيلماً، إذ يستطيع من خلاله جذب الجمهور للقصة (1)، و إلى جانب هذه الخصائص في الغالب تلتزم الصحافة الإلكترونية الحرية الكاملة، التي يتمتع بها القارئ و الكاتب على الانترنت على السواء، بخلاف الصحافة الورقية، كما أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة القارئ مباشرة في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها صحف إلكترونية كثيرة للقراء، بحيث يمكن المشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع و يقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة، كما تتمتع الصحافة الإلكترونية بالحضور العالمي، إذ لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الإلكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوافر فيه متطلبات الانترنت في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع و نقل و شحن معقدة و مكلفة (2)

خصائص قراء الصحف الإلكترونية :

تشير الإحصائيات إلى أن قراء الصحف الإلكترونية في الغالب من فئة الشباب، يشكل الطلبة و المهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم، و أن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية في حياتهم، و يعني ذلك أنهم راضون و مقبلون على الصحافة الإلكترونية و تعود الأسباب أنها متوافرة طوال اليوم و لا تحتاج إلى دفع رسوم كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان و عن أي بلد مهما تباعد مواقعهم لاحتواء الشبكة العنكبوتية 5 آلاف صحيفة انترنتية تشمل بلدان العالم المختلفة (3)

ب – أنواع الصحف الإلكترونية : على الرغم من أن المداخل و الأنواع المختلفة للصحافة الإلكترونية تحمل قدراً واضحاً من التباينات في التوجه و الانتماء، إلا أن

1- أديب أحمد الشاطري، مرجع سبق ذكره، ص 14 .

2- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية. دار أسامة، ط1، عمان، 2007، ص. 25 .

3- المرجع السابق نفسه، ص. 26 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

جميعها يشكل ظاهرة واحدة يفترض أن تسير وفق مسار أو منهج واحد تقريبا في العمل، بغض النظر عما إذا كان يقوم بهذا النشاط مؤسسات و دور صحفية و محررون محترفون أو منظمات غير صحفية أو صحفيون هواة أو خلاف ذلك، لان المسار نابع من طبيعة الانترنت كشبكة معلومات إلكترونية، و ما تتيحه هذه الشبكة من إمكانات و أدوات غير مسبوقة في ممارسة العمل الصحفي، و ما تفرزه أيضا من تحديات، فقد برزت مظاهر جديدة للصحافة الإلكترونية شكلت امتدادا لمسيرة هاته الوسيلة الإعلامية الجديدة و هذا ما رأيناه من خلال مايلي: (1)

1/ ب- الامتدادات الإلكترونية لوسائل الإعلام: (مواقع الصحف و القنوات الفضائية و المجلات) ، في ظل الاتجاه المتزايد نحو استخدام الانترنت كوسيلة للأعلام و الحصول على الأخبار و متابعة ما يجري عالميا، تعين على الصحف المطبوعة أن تنشئ لنفسها مواقع إلكترونية تخاطب بها جمهور الانترنت الذي يتزايد بصورة كبيرة عالميا، و تستخدم كوسيلة لامتناس و استيعاب صدمة المنافسة الناشئة عن اقتحام هذا المجال و يزخر هذا المدخل بالعديد من النقاط الجديرة بالمناقشة مثل مستوى الجودة في الموقع، من حيث التصميم و التبويب و دورة تحديث البيانات بالموقع، و الخدمات المقدمة عليه و غيرها، و تحمل هذه الجوانب و غيرها قدرا من الثراء خاصة فيما يتعلق بمواقع الصحف العربية التي لم تدرس بالقدر الكافي رغم أن متابعتها واردة.

2/ ب الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية)

في عام 1999 ظهرت عبر الانترنت موجه "الدوت كوم" و التي يقصد بها الشركات التي ظهرت و تأسست لكي تعمل عبر الانترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على ارض الواقع. و ظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، شملت السياحة و السفر و التجارة الإلكترونية و المجالات العلمية و الصناعية و أيضا المجال الإعلامي و الصحفي، فتشكلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة و الإعلام، و عرفت باسم بوابات الانترنت الصحفية، و تخصصت في تقديم المواد الإخبارية و التحليلات الصحفية و المقابلات و الحوارات و المحادثة و النشرات البريدية الإلكترونية و خدمات البريد الإلكتروني و خدمات البحث في

1- جمال غيطاس، مرجع سبق ذكره.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الأرشيف . حاليا تجسد هذه البوابات نموذجا للصحافة الإلكترونية التي تمارس عملها بالكامل عبر الانترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة الأمر الذي يجعل منها مدخلا جيدا و غنيا ،يمكن الاقتراب منه وفقا للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم و دورية التحديث و تنوع الخدمات ، و الجهات القائمة على الموقع و توجهاته العامة و الرؤية التي يحملها القائمون عليه

3/ب الصحف الإلكترونية التلفزيونية (قنوات المعلومات)

تعد قنوات المعلومات عبر التلفزيون احد ارجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة التي لا يمكن إغفالها ، حتى و إن كانت لا تحظى بنفس القدر من الاهتمام الذي تحظى به أنواع الصحافة الإلكترونية المرتبطة عضويا بشبكة الانترنت ، فهي عمليا تقدم نوعا من الصحافة المقروءة على الشاشة ،يستخدم فيه العديد من الفنون و المهارات الصحفية المعروفة ،خاصة فن الخبر و التقرير و إن كانت تعتمد على السرعة و التركيز في العرض ،مع تنوع الاهتمامات و المزج ما بين المادة الخبرية و بعض الخدمات الحياتية المختلفة ، وقد تكون ابرز قيمة مضافة يقدمها هذا النوع من الصحافة الإلكترونية هي الانتشار الواسع الذي ربما يفوق انتشار الصحف المطبوعة و الإلكترونية أحيانا ،بحكم أنها تبت عبر وسيلة توصيل أوسع انتشارا و أكثر إتاحة و هي جهاز التلفزيون .

4/ب الامتدادات الإلكترونية للمؤسسات غير الإعلامية

لقد اشرنا أنفا إلى الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الانترنت فتح المجال واسعا أمام العديد من الجهات غير الصحفية و الإعلامية ، لكي تمارس بنفسها و بشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية و منظمات محلية و دولية ،و حركات سياسية و عسكرية بل و حكومات و دول ،جميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع ،تشمل الخبر و الرأي و التقارير المكتوبة و المصورة و التحليلات و لقطات فيديو و تسجيلات حية و ساحات النقاش و الحوار و غيرها ،مما يجعلها أمام مظهر مستقل قائم بذاته من مظاهر الصحافة الإلكترونية تمتزج فيه السياسة و العلوم

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و الاقتصاد بالصحافة ، و تتلشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة و الجهة القائمة على بثها و نقلها(1)

خامسا : استفادة الصحافة الإلكترونية من تكنولوجيا الاتصال

استفادت الصحافة الإلكترونية كغيرها من تكنولوجيا الاتصال فصارت اللاتزامنية ، اللجاهيرية ، و كوكبية ، كما أتاحت التكنولوجيا ظهور خدمات أخرى تخاطب جماعات أكثر تخصصا .

فالتكنولوجيا تسعى إلى تحطيم الحاجز بين ما هو جمهوري و غير جمهوري ، وتخليص الإعلام من التلقي السلبي ، أي ظهور التفاعلية ، إذ يعطي المشارك دورا مؤثرا في عملية الاتصال بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل بطريقة ايجابية ، كذلك التنوع الجماهيري واسع الانتشار ، و ظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة كذلك خاصيته اللاتزامنية ، بمعنى أن عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للفرد ، مثل :رسالة (الفاكس ميلي) أو البريد الإلكتروني ، إذ يمكن أن تصل الرسالة و تستقبل من غير ضرورة لوجود مستقبل لها . (2)

و تعد شبكة المعلومات العالمية- أيضا- وسيلة لا تزامنية، أي أنها تتيح لك فرصة استقبال المعلومات و الرد عليها في الوقت غير الحقيقي بمعنى أنك تستقبل معلومات و مواد و رسائل في بريدك الإلكتروني ، في وقت معين و تطع عليها أو ترد في الوقت الذي يناسبك ، كما أنها تتيح لك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال بريد إلكتروني إليه (3)

و تظهر فائدتها في سرعة بثها للأخبار من غير الحاجة إلى وسيلة توزيع ، كما أن التكنولوجيا الحديثة قدمت للصحافة الإلكترونية إمكانية الحصول على السبق الصحفي من خلال بث الخبر وقت وقوعه مع إجراء الإضافات و التحديثات كلما استجدت المعلومات . كما أصبحت المخطوطات تنقل إلكترونيا على اسطوانات او ترسل بالبريد الإلكتروني ، وترسم الصفحات إلكترونيا من المحرر بمنزله و ترسل إلى مقر الصحيفة .

1- جمال غيطاس ،مرجع سبق ذكره .

2- حسنين شفيق ،الإعلام الإلكتروني:بين التفاعلية و الرقمية .مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 20 ، 21 .

3- محمد لعقاب ،مرجع سبق ذكره، ص .ص. 57، 58 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و هذا ما وجده الباحث في عينة البحث ، إذ أفاد القائمون على الاتصال فيها أن نسبة 76- 80% من المواد تصل إليهم إلكترونيا .

و قد خفضت تلك الطريقة كثيرا من الفوضى الأوراق في المكاتب، كما أنها سهلت كثيرا من المراجعة و الإخراج و إعداد المواد الصحفية ،أنها طريقة أفضل مع ضمان عدم ضياع وفقدان المواد الصحفية، ناهيك عن كونها أكثر وضوحا من الفاكس .
و هناك صفات أخرى تتصف بها تكنولوجيا الاتصال منها :

التفاعلية : و تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين بعملية الاتصال تأثيرا في ادوار الآخرين و باستطاعتهم تبادلها و يطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية ،و بذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال ،مثل : الممارسة الثنائية ،التبادل ،تحكم المشاركين(1)

و قد اقتصر التفاعلية في عينة البحث على صحيفة " التغيير نت " الإلكترونية ،إذ وجد أن القائم بالاتصال يعمل على فحص التعليقات الواردة في الصحيفة فإذا كانت لا تحتوي على عبارات إساءة للغير - حسب ذكر رئيس التحرير عرفات مباحث - تبث و إذا كان العكس لا يكون البث . و هذه الخطوة لا تتبعها جميع الصحف الإلكترونية في العالم، لأن هناك صحف لا يوجد فيها حارس البوابة الذي يتحكم فيما ينشروا ما لا ينشر.

سادسا : الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية و أبرز عيوبها

أ - صعوبات الصحافة الإلكترونية:

بعدما تطرقنا إلى الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية جديدة لها من المواصفات كما رأينا ما يؤهلها لتكون وسيلة مثلما لها من إمكانيات و إطارات تعمل من اجل وصول رسالة إعلامية في مستوى تطلعات جمهورها ، و هذا ليس بعيدا بطبيعة الحال عن ما ستجده من الصعوبات على مختلف المستويات ، و التي يصنفها بعض الكتاب على النحو التالي :

1- أديب احمد الشاطري ،مرجع سبق ذكره ،ص. 40 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

1- المقروئية فهي لا تزال صعبة نسبياً، فالكومبيوتر لم يعد جماهيرياً خاصة في الدول النامية، وسوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.

2- قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني، و من المنتظر أن يتوصل الساسة التكنولوجيون و القانونيون إلى إيجاد حلول لها(1)

3- تعاني صحف الإلكترونية كثيرة من صعوبات مادية تتعلق بتمويلها و تسديد مصاريفها

4- غياب التخطيط و عدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام ندرة الصحفي الإلكتروني

5- عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة بالصحافة الإلكترونية(2)

* الصعوبات التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي :

لقد تنامت أعداد الصحف الإلكترونية العربية، لا سيما ما يخص الطباعات الإلكترونية للصحف الورقية، وهذا لا يعني استثناء الصحف الإلكترونية البحتة لأنها هي الأخرى عرفت تنامياً، وان كان محدوداً. هذه النتيجة يمكن التواصل إليها بسهولة إذا ما قرن التطور العددي للصحف الإلكترونية بالتطور العددي للصحف الورقية، سواء في بدايتها الأولى أو بمقارنة بين النوعين في الفترة الزمنية التي تلت انتشار الصحيفة الإلكترونية، ولعل من أهم العقبات التي تعترض طريق تطور الصحف الإلكترونية العربية مايلي :

1- غياب التخطيط و الدراسات، و عدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام في ظل غياب التشريعات القانونية الخاصة بالعمل الإعلامي الإلكتروني.

1- محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 105، 106.

2- زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره، ص. 27.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- 2- عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة تحرير الطباعات الإلكترونية.
 - 3- و من بين أهم المعوقات شح الإعلانات ، و هذا راجع إلى عدم ثقة المعلن العربي بهذه الوسيلة و عدم درايته بشاسعة جمهورها بالإضافة إلى ضعف عائد السوق سواء من القراء او المعلنين .
 - 4- المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار و المعلومات العربية الدولية و الأجنبية التي أصدرت لها طابعات إلكترونية منافسة باللغة العربية .
 - 5- عدم وضوح مستقبل النشر عبر الانترنت في ظل عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة.
 - 6- تدني إفادة الصحف الإلكترونية من العناصر البنائية التي تقدمها الانترنت ، كما تتبنى الصحف الإلكترونية العربية مداخل الصحف الورقية في طريقة عرضها للموضوعات لاعتمادها على لجداول الطويلة في فصل النصوص .
 - 7- الصحافة الإلكترونية العربية بحاجة إلى العديد من الأشكال التفاعلية ، كفرق الدردشة و تعدد اللغات .
 - 8- عدم اعتمادها على منهج محدد للاستفادة من النظريات السيكلوجية الخاصة بالألوان، فمعظم استخداماتها تفتقد للأسس العلمية، و انتقادها للتصميم الجيد(1)
 - 9- عدم استخداماتها للنص الفائق hyper texte إلا نادرا ، و هذا ما يجعل المستخدم بحاجة للربط بمعلومات أخرى هو بحاجة إليها .
 - 10- وجود قصور في فهم عالمية و تفاعلية الانترنت ، و هذا ما جعل دور الناشرين يقتصر على محاكاة الوظيفة التقليدية للصحيفة الورقية .
 - 11- صعوبة احتفاظ الأفراد بالصحف الإلكترونية كوثائق ،لما تبثه من صور أو معلومات أو أخبار على خلاف الصحف الورقية .
- * الصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية في الجزائر :
- لقد واجهت الصحافة الإلكترونية في الجزائر صعوبات كثيرة منها (2)

1- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسة في التفاعلية و تصميم المواقع .مرجع سبق ذكره ،ص 155.

2- يمينة بلعيا ،مرجع سبق ذكره ،ص. 162 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- 1- عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة للانترنت، فلا يزال المجتمع الجزائري لم يعتد بعد على هاته التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة .
 - 2- قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي، فالاستفادة من مضامين الصحافة الإلكترونية يعني معرفة تقنيات الإبحار في الانترنت .
 - 3- تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية ، و ذلك في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الانترنت ، فجريدة الوطن تعرضت لهجوم من قرصنة الانترنت و قام قراءها بتبنيها ، بعدم قدرتها على الاستفادة من المواقع .
 - 4- غياب الثقافة الإعلامية المزدوجة لدى الفرد الجزائري، بسبب حداثة التجربة الإعلامية في الجزائر و مشكلة اللغة، لان الصحف الإلكترونية المحضة و التي ليس لها دعامة ورقية كلها تنتشر باللغة الأجنبية .
 - 5- الميول العاطفية لاتجاهات الجرائد الورقية .
 - 6- غياب الإطار القانوني للصحافة الإلكترونية في الجزائر ، و ذلك نظرا لحداتها و سرعة تطورها .
 - 7- سياسة الإشهار الإلكتروني في الجزائر ، و التخوف الذي يصحب أصحاب المال و الأعمال ، و ذلك لنقص معرفتهم بهذا المجال ، و صعوبة التمويل .
 - 8- غياب التكوين و التأهيل العلمي الإلكتروني، و غياب الثقافة الإلكترونية (1)
- ب - عيوب الصحافة الإلكترونية : يمكن إيجاز أهم عيوب أو سلبيات الصحافة الإلكترونية فيما يلي:
- 1- قلة عدد رواد الصحافة الإلكترونية بالمقارنة بقراء الصحف التقليدية و ذلك نظرا لانحصارها في إطار مستخدمي الانترنت و هم قليلون رغم التزايد المستمر في عددهم
 - 2- استلزام حيازة المستفيد لجهاز كمبيوتر متصل بشبكة المعلومات ،مع ما يتطلبه ذلك من نفقات ،و أن كان انتشار مقاهي الانترنت بأسعار مناسبة قد قلل من أهمية النفقات ،كعائق للوصول إلى شبكة المعلومات و الاطلاع على ما نريده من صحف او نشرات.

1- نبيح أمنة ،مرجع سبق ذكره، ص.ص. 87 ، 88 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

3- ندرة الصحفيين المزودين بالمهارات و المعارف اللازمة لممارسة مهام الصحافة الإلكترونية (1)

4 - عدم وجود او كفاية التشريعات التنظيمية التي تحكم الصحافة الإلكترونية .

5- قراءة الصحيفة الإلكترونية يحتاج إلى مهارات عالية مقارنة بقراء الصحيفة الورقية ، إذ يمكن أن تقرأ الصحيفة الورقية في المنزل او في العمل ، او في وسائل المواصلات المختلفة او في المقهى ، او في مكان تتوافر فيه متطلبات القراءة بينما الأمر أكثر صعوبة بالنسبة إلى قارئ الصحيفة الإلكترونية ، الذي يحتاج إلى جهاز حاسوب آلي ، و معرفة طرائق الدخول إلى عناوين الوسائل الإعلامية المرغوب تصفحها.

6- كما أن الأجيال قد تعودت عبر سنين طويلة على قراءة الصحيفة الورقية ، و هذا ما يجعل من الصعب التخلي عن هذه العادة بسهولة ، و لكي تقرأ الصحيفة الإلكترونية يتطلب اشتراكا في شبكة المعلومات العالمية و هذا الاشتراك الشهري او السنوي ، يعد أمرا مكلفا عند الكثير من حائزي أجهزة الكمبيوتر، كما أن هناك محاذير تفرض من الأسرة و المجتمع و مؤسسات المجتمع المدني على مسألة الاشتراك في شبكة المعلومات العالمية لحماية للشباب و الأطفال من فساد الأخلاق في ظل فوضى شبكة المعلومات العالمية من الناحية الأخلاقية (2)

7- الحاجة للسرعة في الأخبار الإلكترونية : السرعة سلاح ذو حدين ، قد تحمل المؤسسة إلى النجاح العارم و قد تدفعه إلى الخسارة بالاضافة إلى عدم خضوعها للرقابة و عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات .

8- كسر بعض المحرمات و القيم الاجتماعية و زيادة إمكانية التزوير كما أثرت سلبا على الحياة الأسرية و الاجتماعية، و هي تدخل في إنشاء الجيل الجديد .

9- مؤسسات الصحافة الإلكترونية عملت على تناقص في عدد الموارد البشرية في المؤسسات الإعلامية (3)

1- أديب احمد الشاطري ،مرجع سبق ذكره،ص. 30 .

2- المرجع السابق نفسه، ص. 30 .

3- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ، ص .20.

الفصل السادس: _____ الصحافة الإلكترونية

- المبحث الثاني : مظاهر استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية و الإشباعات المحققة.
- أولاً : خدمات الصحافة الإلكترونية.
- ثانياً: تحرير الصحافة الإلكترونية.
- ثالثاً : الشكل الإخراجي في الصحافة الإلكترونية.
- رابعاً : التفاعلية في الصحافة الإلكترونية و آلياتها.
- خامساً : مصداقية الصحافة الإلكترونية و حرية التعبير.
- سادساً : مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية و الصحافة المطبوعة.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

المبحث الثاني : مظاهر استخدام الجمهور للصحافة الإلكترونية و الإشباعات المحققة

أولاً : خدمات الصحافة الإلكترونية

تتنوع خدمات الصحف الإلكترونية بتنوع أشكالها و مواضيعها و مجالاتها عبر شبكة الانترنت فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة و لكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى، و هذا حسب إمكانيات الصحيفة و من بين هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية للقراء نجد مايلي :

* خدمة البحث :حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب ، و بعض هذه الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة أو اقل أو أكثر ، و تقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع ، و بعض الصحف تشترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث ، و تتفاوت قوة و كفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ، بل تختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية(1)

* خدمة البحث في الأرشيف :

بإمكان قراء الصحف الإلكترونية العودة بكل سهولة إلى الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها و عن الإعداد السابقة و الاطلاع عليها دون عوائق او صعوبات كما يمكن للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد و الردود و المشاركة في استطلاعات الرأي و غيرها من الخدمات(2)

* خدمة قراءة عدد اليوم او الأمس من النسخة المطبوعة :

و تقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة .

" المختلفة عن الصحيفة الورقية " إذ يتيح الموقع لمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية و ما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الورقية "

1- حسني محمد نصر، الانترنت و الإعلام و الصحافة الإلكترونية.مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ،العين،ص.ص. 111، 112 .

2- عبد الأمير الفيصل ،مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 114، 115 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الإلكترونية فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة "يواس أي توداي" الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان "prition édition" ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية و تتيح فيها تصفح عدد اليوم و الأمس(1)

* خدمة البريد الإلكتروني :و تختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ،إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة، إما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال و استقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة النت في أي وقت، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى (2)

* خدمة تقديم الإعلانات للصحيفة المطبوعة : من خلال نشر أسعار الإعلانات الصحفية الورقية و طباعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها ،بالإضافة إلى سبيل الاتصال بقسم الإعلانات و طلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة .

* خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية : وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية ، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة ،و تسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان(3)

* خدمة مجموعة الحوار :و هي خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا و الموضوعات التي يهتمون بها و المستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار و تقارير و مقالات ،و تقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا و متغيرا و بشكل يومي من مجموعات الحوار او النقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها و قراءة آراء الآخرين و الإدلاء برأيه في الموضوع المطروح ،و تنقسم مجموعات الحوار إلى :
- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير .

1 - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص. 103 .

2 - حسني محمد، مرجع سبق ذكره ،ص. 118 .

3- رضا عبد الواحد ،مرجع سبق ذكره ،ص. 103 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم ،و موزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة مثل الأخبار و الاقتصاد و الرياضة و التكنولوجيا و غيرها(1)
* السرعة و الحرية في الحصول على الموضوعات التي تحتاجونها القراء في حياتهم اليومية و العلمية :

و قد تكون هذه المعلومات او البيانات من المستحيل الحصول عليها من الصحافة الورقية ،كما تتوزع و تنتشعب المواضيع من رياضية و سياسية و اقتصادية و ثقافية و دينية و ترفيهية مما يفتح الباب أمام القراء للاختيار ما يتماشى مع رغباتهم و احتياجاتهم الشخصية، و لهذا تعد الصحف الإلكترونية الأكثر تنوعا و شمولاً و تفاعلاً من الصحف المطبوعة (2)

* خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة :و تختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ،إذ تطلق عليها صحيفة " يواس أي توداي " الأمريكية الموضوعات الساخنة و تطلق عليها صحيفة واشنطن بوست الأخبار المهمة ، بينما تطلق عليها صحيفة واشنطن تايمز أخر الأخبار، و أيا كانت التسمية فان هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع و هي إرشادية في المقام الأول ترشد القارئ إلى احدث و أهم الأخبار.
* خدمة خريطة الموقع :و تعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة و سهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدوجاً بالتفاصيل و الخدمات مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة .

* خدمة الإجابة على الأسئلة :و تتضمن هذه الخدمة الإجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض او المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع و تماثل هذه الخدمة خدمة مساعدة التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها(3)

- 1- حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص 104 .
- 2- عبد الأمير الفيصل ،مرجع سبق ذكره ،ص. 115 .
- 3- حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص. 121 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

* خدمة الربط بالمواقع الأخرى : و في هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له ، و غالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة ، او بينها و بين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين .

* خدمة الوظائف المتاحة في الصحيفة : و فيها تقدم الصحيفة الشواغل المتاحة فيها سواء للصحفيين أو المراسلين أو الفنيين و كيفية التقدم لها و شروط شغلها و تأخذ هذه الخدمة مسميات متعدد مثل " job at usa today " في " اليوأس أي توداي " و " jobs joinus " في صحيفة الواشنطن بوست (1)

* العمق المعرفي تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي و الشمول ، و يتهيأ ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف ، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة ، و إلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الإلكترونية قدر معرفي مناسب ، حيث تعمل هذه الصحف - عبر ما تقدمه من خدمات إضافية - على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها ، و تستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات للأحداث و ربطها بالقضايا و الموضوعات المتعلقة بها ، و يتم ذلك من خلال سماح النمط الإلكتروني المستخدم في تصميم الصحف الإلكترونية ، بانتقال القراء - بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك - إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها و من هذه الخدمات : (2)

أ - تصفح موضوعات صحيفة أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف.

ب- العودة لأرشيف الصحيفة ، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية استعادة أعدادها الماضية لمدة تصل إلى خمس سنوات .

ج- النفاذ لمركز معلومات الصحيفة للاستزادة حول بعض المواد المنشورة في العدد نفسه

د- الاطلاع على عدد من الطباعات التي تصدرها الصحيفة حتى يتسنى لقراءها في كل مكان الاطلاع على طباعاتها المختلفة .

1- حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ، ص 122 .

2- ماجد سالم تريان ،الانترنت و الصحافة الإلكترونية : رؤية مستقبلية. الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، 2008 ،

ص 131 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

بالإضافة إلى هذه الخدمات تتيح الصحف الإلكترونية عدة روابط تتناسب مع اهتمامات هذه الصحف و تلبي حاجات القراء

- تعدد خيارات التصفح : حيث يوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على إتاحة التصفح الحر أمام القراء ، انطلاقاً من استخدامه لنظامي الكتابة الإلكترونية ، الهيبيرتكتست ، الهيرميديا، اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة و التنوع ، إضافة إلى قابليتهما للدمج و التحول بما يساعد على الربط النصوص المنشورة بأجزاء متعلقة بها في مواقع أخرى من الشبكة، كما أسهم تضمن الأجهزة الحاسوبية الحديثة بشكل مجاني لبرامج التصفح عبر الانترنت مثل : Netscape internet explorer في تسهيل تصفح الجمهور للمواقع المختلفة عبر الشبكة ،حيث أن الصحيفة الإلكترونية لا تتوقف عند حد ما تتوافر عليه من مضامين صحفية ،بقدر ما يتصل ذلك بما تتيحه من إمكان الاستزادة حول ما تقدمه من مضامين عبر المستخدم غير المحدد ،ووفقاً لذلك فالصحيفة الإلكترونية تستهدف تقديم خبرات عريضة لقرائها أكثر من عملها على تقديم منتج إعلامي محدود و هو ما يؤكد حرية التصفح التي يتيحها النشر الإلكتروني (1)

*القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات:

تأتي القدرة على ربط العناصر و أشكال مختلفة من المعلومات مع بعضها البعض كأهم الملامح التي تميز الصحافة الإلكترونية لأنها تتيح للمستخدم أن ينتقل من متابعة معلومة ما في وثيقة ما ،إلى وثيقة أخرى مختلفة تماماً ،و قد تكون محفوظة في حاسب آخر

ثانياً: تحرير الصحافة الإلكترونية

أ- الأنواع التحريرية في الصحيفة الإلكترونية :

يصاغ أسلوب الكتابة في الصحافة الإلكترونية بطريقة تفاعلية لان الكاتب يضع في تصوره قبل الشروع في النص ردود الأفعال المستخدمين و تتبع الكتابة في

الصحافة الإلكترونية المراحل الآتية : (2)

1-ماجد سالم تربيان ، مرجع سبق ذكره ،ص 134 .

2- المرجع السابق نفسه ماجد سالم تربيان ، مرجع سبق ذكره ،ص 137 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

1/أ التخطيط : و هي مرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة و اختيار العناصر الأساسية التي سوف تتضمنها و التخطيط يشمل الوصلات الفوقية التي تتيح للمستخدمين أن ينقلوا من موقع معلوماتي إلى آخر فورياً، كما يشمل الشكل غير الخطي ، و تعني بإمكان القراء الدخول إلى الخبر او صفحة الشبكة عند أي نقطة ، و التحول من عنصر إلى آخر ، إذ يضغظ القراء على وصلات فائقة السرعة تتقلهم من مواقع او موضوعات إلى أخرى في موقع الشبكة نفسه.

2/أ جمع المعلومات: يجب فيها مراعاة مستويات عدة عند إعداد المادة الإلكترونية منها: مستوى سطحي (الإيجاز، الاختيار، التكتيف) مستوى متعمق (التفاصيل، الخلفيات، و جهات النظر المختلفة) مستوى التحديث (جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أو لا فأول).

3/أ تنظيم المعلومات :مع تنوع العناصر الممكنة و تعددها في بعض المواد الإخبارية في المواقع الفورية زادت أهمية تخطيط التغطية الفورية و تنظيمها ،ذلك أن تقديم المادة يمكن أن يصاحبه استخدام الوسائل المتعددة و استخدام الخلفيات ، إذ يمكن للمستخدم الرجوع بنفسه إلى المواد الارشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية كذلك تركيب جانب الحوارات و المناقشات العامة في الموضوع (1)

و إقامة الروابط التشعبية للموضوع

و يضيف " ماجد تريان " مرحلتين هما:

أ- كتابة المادة : تشجع الكتابة الجيدة على القراءة الجيدة لها ، إذ يرتبط شكل الكتابة و أسلوبها بطبيعة المحتوى نفسه ، و هناك عنصران مهمان متكاملان في الكتابة الصحفية عموماً هما : الأفكار المتضمنة اللغة المستخدمة لتوصيله فقراء الشبكة يريدون الخبر في مستويات (بعضهم يريد الموجز فقط ، و آخرون يريدون تفاصيل أكثر) ، و من ثم يفضل كتابة الخبر كاملاً و لكن في فقرات إذ يميل القراء إلى التصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة الممتعة .

ب- إعادة الصياغة :تعني حذف الكلمات غير ضرورية و حذف المعلومات ذات اقل أهمية و يمكن تقديمها كوصلة للقراء الذين يريدون مزيداً من المعلومات

1- محمود علم الدين ،مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 232، 233 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و التعمق ،إضافة إلى ما سبق هناك مفهوم جديد في إعداد الكتابة الإلكترونية، يطلق عليه مفهوم الهرم و إعادة البناء و قد ظهر في عام 1999 ،و هو خاص ببناء المواد الإلكترونية ،إذ يساعد الصحفي على التعامل بكفاءة و إمكانيات الوسيلة نفسها .

* مفهوم الهرم: يتضمن تقسيم الموضوع الصحفي إلى مكونات الأساسية في صورة أجزاء مستقلة و تحديد أوجه التشابه و العلاقات المختلفة بين هذه الأجزاء و من ثم تجميعها مع بعضها في فئات منطقية محددة و مفهومة.

* إعادة البناء:تعود فائدة بناء الموضوع على الصحفي في: تجميع الأجزاء و المكونات الأساسية في فئات و بناء شبكة الوصلات فيها، لتوضيح العلاقات و الارتباطات المختلفة بين هذه الأجزاء(1)

أن تمكن المحرر الصحفي من أدوات مهنته ،و امتلاكه لخاصية اللغة التي يكتب بها ،يجعلان إنتاجه أكثر قبولا لدى المتصفح ، و قبل هذا وذاك مضمون الفكرة الجيدة المتجددة ،تضع صاحبها في مساق كبار الكتاب

ب- القوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني :

تستخدم الصحافة الإلكترونية عند تحرير المواد الصحفية، عدد من القوالب الفنية غير التي تستخدم في الصحافة التقليدية ما عدا قالب الهرم المقلوب، و القوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني و هي:

1/ب) قالب الهرم المقلوب :إذ ترى مجموعة من المتخصصين و أساتذة الصحافة الفرنسية ،أن قالب الهرم المقلوب لا يزال من أفضل القوالب لكتابة الأخبار البسيطة على الإطلاق إذ يمكن جمع الأخبار بسرعة و وضعها مرارا بسهولة في مقامات جديدة و أحيانا يعطي هذا القالب للمحرر قدرا كبيرا من الحرية و الابتكار .

2/ب) قالب السرد المتسلسل : يقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع قصيرة ،و من ثم يكتب بطريقة خطية سردية من غير وصلات تتيح الانتقال غير الخطي ، ويراعي فيه وضع نهاية شيقة لكل مقطع حتى يستأنف المستخدم قراءته ،و يشار إلى أن هذا القالب يستخدم الموضوعات ذات الصبغة القصصية او الدرامية

1- ماجد سالم تريان ،مرجع سبق ذكره .ص.ص. 38 ، 39 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

3/ب) قالب النص الطويل: و يعني عرض النص على شاشات متتالية بحيث يتصفح المستخدم عن طريق أشرطة التصفح، و يستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي و يلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل الخطي التقليدي في المطبوعة (1)

4/ب) قالب الكتل النصية بحجم الشاشة : يعرض هذا القالب المادة على شكل وحدات او كتل ،كل جزء بحجم شاشة واحدة ،و توجد وصلات بين هذه الكتل تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات (التالي) و (السابق) ، و كل واحد منها امتدادا لما سبق ،و تمهيدا للاتي ،لذا ليس لها نهاية محددة ،كما قد توجد وصلات خارجية تنقل صفحات و مواقع أخرى على الشبكة العالمية للمعلومات (2) و هذا القالب الأخير لن تتم الاستفادة منه حتى تنتهي كل واحدة من وحدات الكتل النصية نهاية منطقية.

كما أن هناك قوالب أخرى يشير إليها عدد من الباحثين بينهم "حسني نصر و سناء عبد الرحمان" في الأتي :

النمط الخطي غير الطولي :يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما كانت في خط مستقيم ،و فيها يسيطر القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر،و يناسب (الخطي غير الطولي) الأخبار المنشورة على شبكة المعلومات العالمية ،إذ يعتمد على وجود وصلات متعددة تسمح للقارئ بإختيار القريب الذي يريده من خلال الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر،و يبني الخبر في هذه الحالة في صيغ مقاطع بحيث يكون عنوانه و مقدمته على الصفحة الأولى من الموقع إضافة إلى الوصلات و جسمه ،و تفاصيله ،و خلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع .

و يأخذ هذا القالب شكل الشجرة المتعددة الفروع و الأغصان او شكل دائرة ذات أشعة تقود إلى عناصر الخبر من خلال وصلات النص الفائق .

1- محمود علم الدين ، مرجع سبق ذكره ،ص. 232 .

2 - ماجد سالم تريبان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 144 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- نمط لوحة التصميم: و هو من الأنماط الجيدة في تحرير الأخبار التي أفرزتها شبكة المعلومات العالمية، و يسمى نمط لوحة التصميم "story boat" و يأخذ في حسابه أن الخبر الإلكتروني يتميز عن الخبر المطبوع باستخدام الإمكانيات كافة التي تتيحها بيئة العمل على شبكة المعلومات العالمية خاصة الوسائط المتعددة و التفاعلية، و يتم في هذا النمط إدخال الصوت و الصورة، و رجع الصدى إلى القصة الإخبارية

ج- طرائق التحرير الفني في الصحافة الإلكترونية:

تفردت الصحافة الإلكترونية في طريقة تحريرها للأخبار بمميزات متعددة منها : الإيجاز في التحرير، أي الخبر الموضحة لان المتصفح ليس لديه الوقت الكافي لقراءة المواد الطويلة مع الأخذ في الحسبان رغبة الجمهور في نوعية المادة الصحفية إلى جانب الحد من دور حارس البوابة " كانت عملية يقول الباحث في شؤون الصحافة الإلكترونية "د/ عبد الأمير الفيصل": التحرير الإلكتروني هي الميزان الرئيس الذي يجري فيه التنافس إذ اخذ كل صحيفة إلكترونية أو موقع إخباري يتبنى أسلوباً أو صياغة مميزة لأخبارها، مما أدى إلى وجود قوالب صحفية جديدة و لغة إخبارية لها خصائصها المميزة التي تقضي من محرر الأخبار مهارة لغوية عالية لالتقاط الألفاظ و العبارات المناسبة للمعنى المقصود (1)

و لقد استطاعت بعض الصحف الدولية أن تقدم نفسها بأسلوب يميزها من غيرها من الصحف الإلكترونية، بل إن هناك أنماطاً أطلق عليها أسماء بعض الصحف، مثل: نمط (وولستريت جورنال) (2)، و إن اختلفت في الصياغة فإنها تتفق معظمها في الإيجاز و إن هناك نصيحة أو قاعدة لمحرري الأخبار الإلكترونية تقول: (إذا لم تكن حاجة لكلمة معينة احذفها، و إذا لم تضيف الجملة في توصيل المعلومة شيئاً احذفها، الحشو الزائد ما هو إلا إعاقة للتفكير، لا تحاول أن تكتب كل شيء متوافر لديك عن شخص أو حدث أو فكرة أنك لا تستطيع أن تفعل ذلك، و إذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك).

1- عبد الأمير فيصل، مرجع سبق ذكره، ص. 14 .

2- ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص. 146 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و بهذا الأكثر أهمية في مقدمة رأس الخبر و فيه مضمونة، ثم يأتي جسم الخبر به الأقل أهمية و هكذا حتى الخاتمة، فإذا حذفنا منها شيء، فلن يتأثر المضمون. إن أخبار الصحيفة الإلكترونية و تقاريرها تأخذ في نظر الاعتبار عند تحريرها كبناء فني المميزات و خصائص التطور التكنولوجي، الذي عن طريقه يتم تصميم الصحف الإلكترونية بما تحتويه من أخبار و تقارير و صور و كاريكاتير و رسوم توضيحية (1)

و لعل الطريقة المناسبة لنشر الكاريكاتير في الصحف الإلكترونية هي أكثرها إثارة للضحك، لأنها تتضمن صور كاريكاتورية منشورة على مواقع الفرشة (2) إن تأثير تكنولوجيا الاتصال وصل إلى جزئيات الصحافة الإلكترونية فباتت توجد في الإخراج و التبويب، و التحرير أي أن بيئتها إلكترونية صرف .

تستخدم الصحافة الإلكترونية -عموما - نظاما خاصا لاستعراض الأخبار و الموضوعات و التقارير بشكل مغاير لما تستخدمه الصحف المطبوعة التي تستخدم شبكة المعلومات العالمية في عرض صفحاتها للمشاركين، إذ نجد أن هناك ملفات متعددة يحمل كل منها اسما او عنوانا من كلمة واحدة يعكس المضمون الذي تحتويها الشبكة، و بمجرد التأشير فيه يفتح أمامك النص الكامل للمادة الصحفية، لتطلع عليه او لطبعه على طابعة الليزر المتصلة بالحاسوب الآلي (3)

د- التحرير الإلكتروني: في بداية تناوله لتاريخ الكتابة، يورد " بولتر" مقطعا ذا مغزى من مؤلف " فيكتور هوجو " "توتردام دو باري " :عندما فتح نويضة زنزانته، طالع هيك نوتردام الهائل، الذي كان يرتسم، بيرجيه التوأمين و جدرانه الإسمنتية و قبته المخيفة، ظلا اسود في مواجهة السماء المزدهمة بالنجوم و كأنه عنقاء رابضة وسط المدينة (4)، كما لاحظنا على الرغم من عمق التأثيرات التي أحدثتها وتحديثها تلك الطفرات الاتصالية في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، فيجب

1- عبد الأمير الفيصل، مرجع سبق ذكره، ص. 145.

2- حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة و الإلكترونية. رحمة برس للطباعة و النشر، 2007، ص. 180 .

3- السيد بخيت، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين؟ . مرجع سبق ذكره، ص. 89.

4- فريال مهنا، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية. دار الفكر، دمشق، سوريا، ص.ص. 504، 505 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

أن لا ينظر إلى تطور التقانات الاتصالية عبر بعد تسلسلي يقتصر على تجميع سيرة التقدم التقاني بشكل أفقي ضمن إطار التاريخي الإنساني ، وإنما تحليل التأثيرات المتداخلة التي أنتجت تلك التقانات في مجال الوظائف السيكلوجية الفردية والاجتماعية .

و يقصد بالتحريير الإلكتروني الكتابة الرقمية على شاشة الحاسوب الآلي و تعرف الكتابة لمواقع الشبكة العالمية للمعلومات و تنقسم إلى نمطين رئيسيين ، وكلا النمطين موجود على صفحات شبكة المعلومات العالمية و يستخدمان بأشكال مختلفة (1)

التحرير الإلكتروني هو الذي يتم على إحدى شاشات الحاسوب الآلي ، إذ يجلس المحرر أمامها ، ليقوم بتصويب المادة الصحفية المعروضة عليها و المخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب الآلي و تعديلها ، و أن التحرير الإلكتروني يختلف عن الكتابة الورقية من حيث التأثير في القارئ و تغيير طرائق استعمال النصوص و طريقة التدوين و ثبات النصوص و حركاتها و الخطوط و تشعبها ، و تشجيرها أو تفاعلها و نصوص أخرى موازية أو متجانسة و لتسهيل مهمة عمل المحرر الإلكتروني في عملية التحرير صممت عددا من البرامج الجاهزة التي تساعد المحرر على انجاز مهمته بشكل أسرع و أفضل من التقليل من نسبة الأخطاء . و باستخدام الحاسوب الآلي ، في عملية التحرير تحققت السهولة في استكمال أية عملية فضلا عن إبداع القصص على النهايات الطرفية (V D T) و هي اختصار لعبارة vidéo display terminal و تعني شاشات العرض الضوئي .

و من الواضح أن العملية التحريرية قد تغيرت لان المحرر كان يؤدي الوظائف و ينجزها في السابق من خلال قراءته لأصول المواد التحريرية الورقية ، بينما تدخل على عمله مساعدات إلكترونية تساعد على ضبط كل الوظائف فإذا استخدم التحرير الإلكتروني بشكل مناسب ينبغي أن لا يؤدي ذلك إلى تعطيل الوظائف التحريرية المشتركة في مستوى جمع المواد أو إعادة تحريرها .

1- محمود علم الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 210 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و يرى الباحث "gilmore" أن القاعدة التي تحكم العمل الآن " اكتب بطريقة مختلفة إذا استطعت ذلك "

إن عمل المحرر الإلكتروني صار اليوم أكثر براعة، إذ يستخدم الوسائط المتعددة و يصوب مواده عبر برنامج " سيبويه" الذي يؤدي وظائف متعددة بصورة آلية منها :

تحقيق الإملاء، تصحيح الأخطاء النحوية، فحص علامات الترقيم و للإعراب و التشكيل، أي انه يحرر و يراجع و يبث و يتلقى رجع الصدى -ربما- يرد عليه من غير أن يسيل حبر قلم او يلمس ورقة ابرز " فولكس " و "بور تروك " ثلاث فوائد رئيسية للتحريير الإلكتروني و تتمثل في :

1-تسهيل التعاون بين الكتاب و المحررين، حتى و إن كانوا لا يعملون في الموقع الإلكتروني نفسه.

2-يسمح بتخزين الوثائق إلكترونيا، و سهل عملية استرجاعها

3-مكن المحررين من استخدامات الحاسوب الآلي المتعددة

و- مبادئ التحريير الإلكتروني:

إن تطور أساليب الأداء الصحفي لا يعفينا من استخدام المهارات الصحفية التقليدية و " إن المهارات الصحفية التقليدية ما تزال مطلوبة و بشدة في بيئة العمل الإلكتروني إلى جانب المهارات الجديدة مثل: الاستخدام الفعال لتطبيقات الوسائط المتعددة و الكتابات غير الخطية بمعنى استخدام هيكل شبكي في بناء المعلومات بمرونة من خلال الوصلات الفورية و التفاعلية و العمق حتى لو اختلفت آليات ممارستها" (1)

إن الحاسوب الآلي فتح تمام التحريير الإلكتروني استخدام أفاقا عديدة منها :
النص الفائق إضافة نصوص مرئية وسمعية وإرسال النص لزميل والنسخ السريع وغير ذلك ، وينفق معظم خبراء الإعلام على مجموعة من المبادئ التي يجب أن تنسم بفاعيلة التحريير الإلكتروني منها :

1- ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 136، 137 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- 1-الوضوح:و ذلك استجابة للطبيعة الخاصة بشبكة المعلومات العالمية ،و القائمة على السرعة و تعدد الخيارات و تتأكد أهمية الوضوح في المضمون المحرر ،تبعاً لمدى توافر الوقت الكافي لدى القراء المعاصرين لاستيعاب و إدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تقليدية تتسم بالطول و التعقيد
- 2-الاتساق: بمعنى أن تكون عناصر الموضوع متناسقة
- 3-الدقة: بمعنى دقة النصوص،فالأخبار الجادة ،و المعلومات الحديثة تعد احد الأسباب التي دعت الجماهير إلى استخدام شبكة المعلومات العالمية .
- 4-الكتابة و التناسب : و يتمثل ذلك في كفاية المعلومات و كتابتها من المبادئ و الممارسة التحريرية
- 5-التشبيد :إذ تسمح للمؤلف أن يسوغ عناصر حديثة ،انطلاقاً من تلك الموجودة ،مستخدماً قدرات الحاسوب الآلي على تشبيد أية وحدة نصية لعنصر جديد في مفردات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة .
- هـ - المحرر المنتج :تطورت أساليب التحرير بتطور تكنولوجيا الاتصال ، مما استدعى عملية تطوير مهارات المحرر و خدماته و لا يكفي بكتابة الخبر / المادة الصحفية ، و تسليمها للمختص او إرسالها بالفاكس يقول الباحث في شؤون الإعلام "حسني محمد نصر" : بسبب طبيعة الويب المتعدد الوسائط ،فان كثيراً من المحررين الذين يعملون في المطبوعات الإلكترونية يطلق عليهم منتجون و تنتوع الأعمال التي يقوم بها المنتجون تنوعاً كبيراً ،و تختلف من عملية إلى أخرى ، استناداً إلى حجم عدد العاملين في الموقع إضافة إلى الكتابة التحريرية الأساسية ،فان المنتجين يؤدون الأتي :
- انتقاء المحتوى المنقول من النسخة المطبوعة .
- إعادة تكييف المحتوى المنقول من النسخة المطبوعة
- دعم المادة الصحفية بالمواد الصوتية و المصورة
- إقامة الروابط التشعبية للموضوع (1)

1- حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص. 64 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- و تشير المسوحات الحديثة ،التي أجريت على مستخدمي شبكة المعلومات العالمية إلى تزايد كبير في درجة وثوق الجمهور في الأخبار التي تنشر في الصحف الإلكترونية و المواقع الإخبارية ،إذ توصلت الدراسة نشرت في مارس 2002 أجرتها مؤسسة الأخبار الإلكترونية on-line news association إن جمهور الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية ،أصبح يتقبل (الانترنت) بصفة عامة كمصدر إخباري موثوق به (1)

ن- أنواع التغطيات الصحفية الإلكترونية: (2)

1/ن التغطية الصحفية المستمرة :حيث أن العمل الصحفي على الانترنت لا يتوقف على مدار أربعة و عشرين ساعة ،مما يتيح المادة الصحفية بشكل مستمر ،فضلا عن السرعة في التغطية.

2/ن التغطية الصحفية الفورية :حيث تتوافر العديد من المصادر و المواقع الصحفية التي تبث أخبارها بشكل فوري و متجدد على شبكة الانترنت ،مما يتيح للصحفي الحصول على المعلومات في حينها in real time كما توفر بعض هذه المصادر خدمة breaking news التي توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة .

3/ن التغطية الصحفية الحية : حيث توفر الانترنت تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها ،و في لحظة وقوعها فضلا عن إمكانية تغطية المؤتمرات الصحفية عن بعد ،و تعمل العديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفي الحي .

4/ن التغطية الصحفية المتعمقة :حيث تتوافر على الانترنت العديد من المصادر الصحفية ،التي تتناول الموضوعات ذاتها بطرق متنوعة ،مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة ،كما يوجد العديد من الروابط linqs والتي تحيل الصحفي إلى مصادر ،ووثائق ،وإحصائيات،وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذي يكتب عنه ،فضلا عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد معلومات ،وموسوعات ،ومراجع ،و القواميس ،والتي من شأنها أن تساعد في استكمال أبعاد الموضوع وخلفياته.

1 - حسني محمد نصر ،مرجع سبق ذكره ،ص. 135 .

2- ماجد سالم تريان ،مرجع سبق ذكره ،ص 143 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

5/ن التغطية الصحفية التفاعلية: حيث تتيح الانترنت إمكانيات التفاعل الايجابي بين القراء الصحفيين وتزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة في الصحافة الإلكترونية. الحديثة للقارئ الذي أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء المعلومات المنشورة .

6/ن التغطية الصحفية الرقمية: حيث توفر الانترنت العديد من المواد الصحفية، والصور، البيانات، الرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة و الاستخدام الفوري، دون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يتمكن تخزينها و استرجاعها في أي وقت، وهو أمر مهم في عمل الصحفي، حيث يوفر الجهد والوقت .

7/ن التغطية الصحفية متعددة الوسائط: حيث توفر الانترنت العديد من الوسائل التفاعلية التي تجعل التواجد عليها مميّزا مثل: الصوت، الصورة، الألوان الجرافيكس، اللقطات المرئية المتحركة، وهي مواد تفعل عملية الاتصال الصحفي بين الصحيفة وقرائها

8/ن التغطية الصحفية المتكاملة: حيث تجمع انترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهي مصدر صحفي يزود بالمعلومات، وأداة اتصال بالمصدر: مثل التليفون، البريد الإلكتروني، جماعات النقاش.

9/نالتغطية الصحفية الذاتية: حيث بمقدور الصحفي باستخدام الانترنت القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده من اختيار الموضوع، وجمع البيانات، الاتصال بالمصادر، كتابته ونشره.

10/ن التغطية الصحفية المؤلفة: يمكن من خلالها توليف و توفيق التغطية الصحفية التي توفرها الانترنت، وفقا لاحتياجات القراء من الأخبار و المعلومات، وتفصيلاتهم الصحفية و الاهتماماتهم و أوقاتهم و تنقلاتهم .

11/ن التغطية الصحفية الموضوعية: حيث تتوافر عدة مصادر تتناول الحدث ذاته على شبكات الانترنت، و يمكن مقارنة توجهاتها و رؤيتها و معالجتها له، وهو يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث و الموضوعات.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

12/ن التغطية الصحفية اللامحدودة : حيث توفر مساحة كبيرة و لامحدودة على الانترنت تسمح بتغطية كبيرة للحدث و إحالة تفاصيله إلى روابط عديدة (1)
- مستقبل الأخبار الإلكترونية:

هل بقدر ما تتطور التكنولوجيا(القالب) يتطور المحتوى (المضمون) ؟
يقول "مايكل شودسن" إن تحديد مستقبل الأخبار في العالم يحكمه التغيير الدائم ،أمر صعب إلا انه في كتابه"th power of news يخلص إلى انه ستكون هناك تكنولوجيا أكثر تطوراً،تصاحبها قيم إخبارية قديمة ،و تعريفات جديدة للأخبار باختصار مستقبل الأخبار،يشير إلى اتساع معدل الامتراج الرقمي بين ما هو مسموع و مرئي و مطبوع و مرسوم ،فالسنوات القادمة وما تحمله من تطورات تكنولوجيا ستكون له تأثير كبير على الأخبار كصناعة ،وقد قامت المنظمة الأمريكية لمدير و الأخبار الإذاعية و التلفزيونية بتعيين مايكل شودسن على رأس لجنة قامت بدراسة استشرافية لمستقبل الأخبار (2)

ثالثاً: الشكل الإخراجي في الصحافة الإلكترونية.

أدت شاشة الحاسوب الآلي ،دورا كبيرا في تغيير الشكل الإخراجي للصحيفة الإلكترونية عنه في الصحيفة التقليدية ،فالشكل العام لإخراج الصحيفة على الشاشة ،يعتمد على وحدة الصفحة، و يختلف الوضع في حالة استقبال المادة الصحفية على الشاشة ،إذ يصبح الموضوع وحدة إخراج الصحيفة ،ذلك أن تصورنا إن الموضوع سيملاً شاشة واحدة، أما في حالة امتداده على أكثر من صفحة شاشة،فان الوحدة الإخراجية ستختلف إذ ستصبح الشاشة المعروض عليها جزء من المادة الصحفية هي الوحدة الإخراجية .

و لمعرفة كيفية التعامل و الشكل الإخراجي الحديث ،ينبغي للمستخدم فهم مفاتيح فتح الأيقونات و العودة إلى الصحيفة الرئيسية لقراءة مزيدا من تنمات الخبر ،إضافة إلى ذلك فهناك صعوبات أخرى لا تساعد على انتشار الصحافة الإلكترونية منها صعوبة القراءة على شاشة الحاسوب الآلي التي تصعب لدى الكثيرين .

1- ماجد سالم تربان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 145 .

2- خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية :دليل إنتاج النشرات التلفزيونية .الأمين للنشر و التوزيع ،ص.ص. 257 ، 258 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

أ- تصميم واجهات الصحف الإلكترونية:

هي طريقة تنظيم و ترتيب العناصر البنائية على الصفحة ، و هناك واجهة بين حركة العين و مبادئ التصميم او الثبات في الشكل للإصدارات الصحفية و تحديثها و لا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبيا لان المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين كذلك إن الواجهة تعكس هوية الصحيفة (1)

ب- تكوين واجهة الصحيفة الإلكترونية :

1/ب واجهة الصحيفة : و الذي يقصد بواجهة الصحيفة المساحة التي تظهر للمستخدم عند مطالعته للصحيفة الإلكترونية ،متضمنة ترويسة الصحيفة و أسلوب عرض الموضوعات و التصميم الثابت و المتغير و تتضمن :

- ترويسة الصحيفة: و التي تحتوي على مجموعة من العناصر الرئيسية هي شعار الصحيفة /تاريخ صدور الصحيفة / تاريخ عدد اليوم /وقت تحديث الصحيفة /رقم عدد الصحيفة(2)

مثال ذلك :ترويسة صحيفة نيويورك تايمز و التي تقع في أعلى منتصف الصحيفة و تتميز ببساطتها و التي تحتوي على اسم الصحيفة الذي يحمل شعارها متبوع بكلمة (on the web) و بخط صغير أسفل الصفحة من الجهة اليسرى تضع الصحيفة تاريخ تحديث صدورها بالشكل التالي من اليسار إلى اليمين - اليوم /الشهر /السنة / الساعة

- أسلوب عرض الموضوعات :و هي الطريقة التي تسلكها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها ،وقد يكون هذا أمام أفقية العرض و رأسية العرض ،و تشمل على أسلوبه الأفقي و الذي يتم عرض الأخبار و موضوعات الصحيفة بشكل أفقي و أسلوبه الرأسي و هو أسلوب يعرض من خلال الموضوعات و الأخبار بطريقة رأسية و التي تسمح بعرض العديد من الأخبار و الموضوعات متجاورة مع بعضها البعض و الأسلوب المختلط و هو الذي

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 40 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 41 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

يجمع بين العرض الأفقي و الرأسي في تقديم الأخبار و الموضوعات الصحفية

- التصميم الثابت و المتغير : يمكن تقسيم مساحة الواجهة إلى عدد من الأعمدة يتراوح بين عمودين و أربعة أعمدة طويلة تضع فيها الصحيفة موادها الثابتة و المتغيرة و شبه المتغيرة من عدد إلى آخر، مثال ذلك :صحيفة الأهرام التي تقسم إلى ثلاثة أعمدة طويلة و التي تتميز كل عمود منها بميزات تصميمية تميزه عن العمودين الآخرين ،و يمكن أن يشمل العمود الأيمن بشغل مساحة قدرها (150) بيكسل تقريبا، أما العمود الأوسط فيشغل مساحة (500) بيكسل

- تقريبا ،و العمود الأيسر و الذي يشغل مساحة (135) بيكسل تقريبا (1)

ج) مبادئ تصميم الصحيفة و حركة العين :

مبادئ التصميم يشتمل على العناصر المكونة للشكل المرئي مثل النقطة /الخط/الشكل /الملمس /اللون /الحجم /أما تصميم التأثيرات السيكلوجية لمبادئ التصميم في:(2)

1/ج مبادئ التوازن :و إحساس بتوازن و تساوي عناصر التصميم و عدم انتقال جزء من الصحيفة او أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء او أكثر من هذه العناصر ،و يشمل التوازن على أشكال مثل :التوازن الإشعاعي /اللاتماثلي /التمائلي .

2/ج الوحدة (الاتحاد) :و هي العلاقة بين العناصر المرئية و التي تعطي الانسجام من خلال تنظيمها بين تلك العناصر ،فالصورة و النصوص التي بينها أشياء مشتركة مثل اللون تعطي الإحساس بمعنى واحد و تحظى هذه الدراسة بالاهتمام لدى المدرسة الشكلية و التي ترى أن العناصر القريبة من بعضها البعض تؤدي إلى الوحدة و تقسم الوحدة إلى

- وحدة الموضوع :و هو جعل كل موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات
- وحدة الصفحة:و التي هي وحدة للصفحة ككل و ذلك خلال خلق وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية بعضها البعض .

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 41 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 42 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

• الحركة: و هي الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول و خلال عناصر التصميم المرئي ، و يتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب و التي يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات أهمها :

- ضرورة تركيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة
- ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط
- ضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك حركة عشوائية

و تشمل حركة التصميم مايلي : (1)

* الاتجاه :و التي يأخذ من اليمين إلى اليسار و التي تظهر في القراءة حيث حركة العين تتحرك في قراءتها للغة اللاتينية من اليسار إلى اليمين و من الأعلى إلى الأسفل و التي تظهر مع ترتيب مجموعة من الصور بطريقة رأسية على الصفحة و من الأمام إلى الخلف

* النوع :و التي يقصد بنوع الحركة الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة على الصفحة ، و تأخذ على شكل حركة مرسومة طويلة تحدث عند تحريك العين لقراءة سطر معين مكتوب بطريقة أفقية ، و ثم حركة البنائية و التي تتأرجح من اليمين إلى اليسار و بالعكس ، ثم حركة الدائرية و التي تحدث عند وضع بعض العناصر البنائية الثقيلة التي تتمتع بجذب بصري .

* المعدل :و سرعة أو بطيء حركة العين في إدراكها للأشكال و تقسم إلى حركة سريعة و حركة متوسطة ، و ثم حركة بطيئة .

* التباين :هو العناصر التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة مثل التبادل بين الإضاءة و الإظلال و الخشونة و البرودة و الدفيء و الكبر و الصغر و هنالك مجموعة من أشكاله تشمل التباين بين الأحجام و بين القيم و الألوان و الأشكال.

3/ج المحاذاة :و الذي يشير إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة و تنقسم إلى محاذاة أفقية تشمل من ناحية اليمين او اليسار او الوسط ، و هناك محاذاة رأسية و التي تلجا الصحف إلى الاتجاه الرأس في تقديم أشكالها المرئية

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 43 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

4/ج التناسب بين الصحف: و الذي يشير إلى تناسب الأحجام ووزن العناصر المتنوعة في التصميم و يأخذ التناسب في الصفحة أشكالاً أهمها - تناسب في حجم حروف النصوص و التي تعني تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية و تناسب حجم الأعمدة مع بعضها البعض و مع المواد التي تحتوي عليه ، و هناك تناسب في مساحة الصور و التي يجب أن تتناسب مع بعضها البعض و مع الموضوع الذي تعرض له

(د) طرق تمديد الواجهة الإلكترونية: يوجد طريقتين لاستخدام الواجهة الافتراضية الأولى تقول أن المستخدم عادة ما يتصف الجزء العلوي من الشاشة و نادراً ، و يكمل قراءة بقية عناوين الصفحة الموجودة في الشاشات غير المرئية حتى يظهرها المستخدم لأنه يدرك أن الصحيفة اعتادت أن تضع الموضوعات غير المهمة في مؤخرة صفحاتها ، أما الثانية و التي تبرز عدد من الموضوعات المهمة التي تتطلب من مصمم الصحيفة أن يضعها في مقدمة واجهة الصحيفة الإلكترونية حتى لا يقلل من أهميتها (1)

المساحات التي على المخرج أن يضعها في اعتباره و هو يصمم الصحيفة الإلكترونية:
1-المساحة الفعلية: و هي مساحة الصفحة التي أمامنا على الشاشة بعد حذف المساحة التي يشغلها مستعرض الويب ، و هذه المساحة هي مساحة العمل الذي يتعامل معها كل من المصمم و المستخدم (2)

2-المساحة التخيلية: و هي المساحة التي يمكن أن تتضمن فيها الصفحة التي في خيال المصمم ، و يمكن أن تضيف مساحات أخرى للشاشة تعوض مساحة الشاشة القليلة المعروضة أمام المستخدم .

3-مساحة فيزيائية : و هي المساحة الإجمالية للشاشة بدون حذف ما يشغله مستعرض الويب (600x800) بيكسل كوضع افتراضي

المؤثرات البرمجية : هناك طرق يمكن الإفادة منها في توسيع مساحة الواجهة الإلكترونية ، معتمدة على نموذج إبهام المستخدم و الذي يشغل حيزاً محدداً من الناحية

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره، ص. 44 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 45

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الفيزيائية و من هذه المؤثرات القوائم و التي تنقسم إلى الشكل الجمالي الجذاب ، و الإمكانيات المتواضعة كما توجد القوائم البرمجية المنبثقة التي تظهر للمستخدم بمجرد وقوفه بمؤشر الفأرة على احد العناصر الجرافيكية فيتولد من هذا العنصر مجموعة من القوائم الفرعية ثم تعاود القوائم الاختفاء بمجرد تحريك مؤشر الفأرة عنها و من أنواعها القوائم حسب اتجاهها و هي أفقي او رأسي ، أو قد تكون هنالك نوع آخر من القوائم منها القوائم حسب حركتها و التي تنقسم إلى قوائم مختفية و هي التي لا يظهر منها على الشاشة سوى جزء يسير يتفاعل معه المستخدم بالفأرة عن طريق إيقاف الفأرة عليه و قوائم عائمة و هي التي تتحرك مع المستخدم عندما يسحب مزلاج الصفحة إلى الأسفل (1) .

5/ج الإيقاع :وهو تكرار عناصر التصميم مثل الأشكال و الألوان و الخطوط و الفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية ، و عادة يستخدم عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر او آخر على الصفحة و في العادة يرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية و الرأسية.

حركة العين : إن قراءة اللغة الانجليزية من اليسار إلى اليمين و من أعلى إلى أسفل بذلك يشكل شكل الحرف (Z) إما على الطرف الأخر تبين بحث آخر مسارا مخالفا للاتجاه الأول و الذي رأى أن حركة العين للأشخاص الناظرين إلى الصورة الفوتوغرافية ينظرون أولا إلى الجزء الأيسر العلوي يليه الجزء الأيسر السفلي . أكد (talin) عام 1998 الاختلاف بين الاتجاهين من الثقافة العربية و الغربية من رؤية الصورة، فهولا يسير في مسار محدد و عليه يتأثر بمبادئ التصميم و على معاييرها وهي: (2)

- 1- التتبع :و هي تتبع خط أبصار أعين الناس في الصور.
- 2- الحركة : و التي تتجذب العين إلى المناطق التي بها حركة عن المناطق الثابتة.
- 3- الحواف : و التي يسعى القارئ من حركة عينه إلى اتجاه الحواف للصفحة و حواف المحددات للجدول و البراويز و الفواصل

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ، ص. 44 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 44 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و هناك مبادئ تؤثر على انجذاب العين نحو موضوعات مهمة من خلال تتبع طرق السير والموصلات مثل تتبع مسارات الأنهار وخطوط السكك الحديدية و القطارات و هنالك انجذاب النظر إلى البدايات و النهايات حيث تنظر عين المشاهد عادة إلى بدايات و نهايات الأشكال او تتبع مسارات الخطوط و التي تسعى عين الإنسان إلى تتبع سريان الخطوط الأفقية كانت او رأسية إذا تحدثنا عن المؤثرات المبرمجة أشرطة المعلومات و التي تقسم إلى نطاق مساحة العرض و الذي يمكن أن يطلق عليه أشرطة المعلومات الداخلية، و خارج النطاق لمساحة العرض .

و يجب توفر مجموعة من الاعتبارات بشأن أشرطة المعلومات كما يلي:

أ- الاتجاه :حيث إذا كان أفقي فانه يجب ألا يكون هنالك أشرطة أخرى حتى لا ينجم تعارض بصري بين الاثنين

ب- السكون و الحركة :إذا كانت أشرطة المعلومات ساكنة و لا يقتصر إلا على عرض خصائص العناصر البنائية.

ج- الموقع :حيث يمكن استخدام أشرطة أيمن لعرض المعلومات مع شريط أيسر لتحقيق التوازن فيما بينهما ،و يجب أن يراعى أن يكون اتجاه هذا الشريط أما علوي او سفلي لتلاقي التعارض بينهما .

د- أسلوب الإخراج : ففي حالة الإخراج الرأسي يفضل أن يكون شريط المعلومات الداخلي رأسي أيضا لتحقيق التوافق .

الرسوم المتحركة من لغات البرمجة :حيث إن استخدام لغة جافة التي تساعد في تقديم العديد من التأثيرات الصورية المثيرة على الصفحة ،إن الرسوم المتحركة بأدوار كثيرة مساعدة في فهم النص و تشرح الموضوعات العلمية المعقدة ،إن المخرج يحدد احتياجاته في الصحيفة و يأخذ عند اتخاذه قرار استخدام هذه الرسوم و التي تتعلق بمايلي: (1)

1- الصوت : لهذا الصوت مكانة عالية في التصميم ،و يستفيد من الصوت في أن يقدم للمصمم قناة منفصلة عن العرض ،و يستخدم لتقديم لمحة عن مكان الحدث في نفس الوقت الذي تقدم فيه الصورة و من خلال مؤثرات الصوتية يمكن خلق جو نفسي

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 46 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

يجعل المستخدم يتفاعل مع الرسالة الإعلامية المقدمة له فرحا او غضبا حيث أن الصوت قادر على استثارة المشاعر الدفينة لدى المستخدم

2- الفيديو : حيث يمكن أن توصف ملفات الفيديو بأنها الملفات الجامعة لكل الوسائط المتعددة و تحتوي بذلك على الصوت و الصورة و المؤثرات الحركية الجاذبة.

الوسائط المتعددة : هناك وسائط فائقة تقوم بدور مهم في توسيع مساحة الصفحة من خلال اللعب على نظرية الخداع و الإيحاء و الرسوم المتحركة التي تستغل و الصوت التي تشير إلى تخيل الأمور لدى الإنسان و يمكن الاستفادة من ذلك كما يلي : (1)

(أ) الرسوم المتحركة : التي تؤدي أدوارا كثيرة في توسيع مساحة الصفحة و تشغل حيزا كبيرا في الناحية الفيزيائية و هناك رسوم متحركة معروضة على الانترنت و تقسم إلى رسوم متحركة من نوعية (gi fi) و الرسوم المتحركة من نوعية (micro media flast) و الرسوم المتحركة التي تقدمها لغات البرمجة مثل لغة الجافة و الفيچول بيزك سكربت. في تقديم العديد من تأثيرات الصور المثيرة على الصفحة و التي تقوم بكل الاستخدامات السابقة .

نماذج تطوير الصحافة الإلكترونية :

1) نموذج يحتوي على العديد من الطرق التي توسع من مساحة الصفحة و التي تحتوي على خمس طرق لتوسيع مساحة الصفحة .حيث حجم الملف النموذجي الإجمالي لها (13.4) كيلو بايت و تعتبر هذه أسرع من تحميله على شبكة الانترنت و يوجد في هذا النموذج عدة أمور :

أ- محتويات النموذج و التي تحتوي على القوائم المنبثقة في تقديم الأخبار و الخدمات و التسلية و عادة تقع في جزء الأيمن العلوي من الصفحة ، أما القوائم المنسدلة فهي تستخدم لاختيار لغة الصحيفة و كتاب أسماء الأعمدة.

- الأخبار المتحركة : و الذي يستخدم في توضيح لقاء رئيس الجمهورية مثلا مع رئيس الوزراء ، و توضيح لقاء رئيس الجمهورية مع مجلس الوزراء ، و توضيح لقاء رئيس الجمهورية مع مجلس الشعب و الشورى ، وقد استخدمت

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 47 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الدراسة لغة جافا سيكربت في تقديم هذه الأمور بفارق زمني قدره (3 ثواني) بين كل صورة ، و استخدمت سرعة دخول الصورة (10%) من الثانية و يفيد هذا النوع في جعل الصفحة تبدو بشكل جذاب و طرح المعلومات دفعة واحدة حتى تتنافس فيها على جذب انتباه المستخدم .

- المعلومات المتحركة : و موقع الأخبار الحديثة حيث يستخدم هذا النموذج المعلومات السفلي في تقديم الأخبار الحديثة الواردة في الصفحة و تقديم تلميحات الأشكال الجرافكية الموجودة في الصفحة (1)

ب- محتويات التصميم للصفحة : و يجب هنا مراعاة أمور مهمة في التصميم منها :

- استخدام الألوان الباردة و الألوان الدافئة.

- حجم العناصر البنائية بين الأحجام الصغيرة و الكبيرة .

(2) نموذج مساحات افتراضية كبيرة تم تسخيرها في تقديم العديد من النصوص و الصور المتعاقبة ، و يتميز هذا النموذج بوفرة المساحات البيضاء الموجودة في الصفحة و احتوائه على أكبر كمية صور و تشمل هذا النموذج على : (2)

أ- محتويات النموذج : والتي تحتوي على الصور والنصوص المتحركة لموضوعات مختلفة لتقديم موضوعاتها المتعلقة في كل حركة ، و قد تم عرض إطار فترة قدرها عشرين ثانية لعرض ما به من مضمون و يفيد هذا النوع في تقديم أخبار صغيرة و موضوعات التي لم تكتمل قصتها الإخبارية ، و الأخبار الحديثة و الأخبار الطريفة التي تتغير باستمرار و هنالك القوائم التي تنقسم إلى قائمة المنسدلة و التي تحتوي على اختبارات لغة الصحيفة ، و قائمة القائمة و التي تستخدم هذا في وضع مؤشر الفأرة عليها و التي تتحرك باتجاه اليمين ثم تعاود الاختفاء بعد اختيار المستخدم من موضوعاتها و هنالك صوراً و نصوص متحركة لموضوع موحد يستخدم في تقديم موضوعات متشعبة مثل الانتخابات و المؤتمرات و لقاءات الرؤساء.

ب- تصميم الصفحة : و التي يجب مراعاة الاعتبارات المهمة التالية :

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص 48 .

2- المرجع السابق نفسه .ص 49 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- حركة العين :و التي تحتوي على العديد من الحركات ذات الشد البصري الداخلي والخارجي.

- استخدام الألوان :يجب مراعاة تقديم الألوان أن تكون متدرجة من أعلى طبقة إلى أقل الطبقة ، بسبب أن يحظى كل عنصر بنائي على حركته الذاتية الخاصة به ويدفع الحركة مماثلة للعناصر البنائية المقابلة .

- القوائم :يستخدم هذه القوائم في تقليص المساحة المفقودة أعلى الصفحة .

- العناوين المتحركة : و التي عادة كل منها يكون بعيد عن الآخر من العناوين بحيث لا يتعارضان.

(3) نموذج زيادة كمية المادة المنصوصة المعروضة على الصفحة ، و زيادة كمية الصور المعروضة ، و تشمل على مايلي(1)

- محتويات النموذج : و الذي يحتوي على العناوين المتحركة أحدهما من الجهة اليمنى و الآخر من الجهة اليسرى ، و يتميزان بلون بني داكن يميزها عن بقية العناصر البنائية الموجودة على الصفحة ، و الصور المتحركة و التي تكون على هيئة كتاب تتقلب صفحاته ، و يستفاد من هذا الأسلوب من انه قد يكون له مسحة تاريخية ، و القوائم و التي تكون قوائم منسدية و التي تحتوي على أشكال قائمة الأخبار و قائمة الملامح و قائمة اختيار اللغة ، و القوائم المنبثقة و التي تستخدم في نهاية الصفحة من الجهة اليسرى .

- تصميم الصفحة : و تكون غالبا في استخدام الألوان و التي تمثل الروابط مثلا في استخدام اللون البرتغالي ليقفل من حدة المادة الزرقاء .

- حركة العين : و التي تعتمد على مبادئ التصميم مثل حجم العناصر البنائية أو ألوانها او حركة الرسوم المتحركة التي تدفع نظر المشاهد صوب حركتها ، أما أحجام النصوص فقد روعي أن يتم اختيار العناوين الرئيسية على أن تكون متماثلة لكي لا يحظى عنصر بأهمية من العنصر الآخر ، و أن تكون العناوين الفرعية متناسقة مع العنوان الرئيسي الحاوي لها.

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 50 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

تأثير التكنولوجيا على عملية التصميم : انطلاقا من انه في أي مجال من مجالات الإبداع الإنساني تعتمد النتائج التي يتم تحقيقها على المهارات و الموارد المتاحة ،اصحبا اختيار الأدوات و المواد القادرة على تحقيق مفاهيم تصميم معينة متسعا بالاضافة غالى انه يؤلف بين الأدوات و المهن التقليدية من جهة و المواد و التقنيات الفوتوغرافية من جهة أخرى ،و قد استلزم ذلك تغيير ليس في مفاهيم التصميم و حسب بل في الوسائل التي تعين المخرج على أداء عمله ،فبينما كان أسلوب العمل التقليدي في الإخراج يقتضي انجاز مجموعة من العمليات المتتابعة التي تستغرق وقتا و مجهودا كبيرا من حيث معالجة المتن و الصور على عدة مراحل " الجمع ،توضيب ،مونتاج " أصبح أداء هذه العمليات في ظل ما توفره أجهزة التجهيز الإلكتروني للصفحات من إمكانيات سريعة و عالية الجودة ،أصبحت مهمة ممتعة للمخرج الصحفي يرغب في أدائها باستمتاع دون ملل (1)

تأثير التكنولوجيا على المخرج الصحفي :أتاحت تكنولوجيا الحاسب الآلي للمخرج الصحفي تيسيرات كبيرة و مرونة اكبر و سيطرة و تحكما أكثر في إنتاجه الصحفي في جميع مراحل و قبل خروجه للطبع ،و بعد أن كان المخرج الصحفي يجهد نفسه في توظيف الأسس الفنية للتصميم كما يوظف لمحاته الإبداعية في رسم الماكات الورقية للصفحات دونما سيطرة منه على عملية التنفيذ او المونتاج و التي كان يتولاها بعض الفنانين (2)

رابعا :التفاعلية في صحف الإلكترونية و آلياتها :

أ- تعريفها : لا نبالغ إذا قلنا إن أهم ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة new media هو التفاعلية و الارتقاء بدور المتلقي إلى المستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية و إن محصلة الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال المستحدثة تمثلت بالدرجة الأولى في تحقيق اكبر قدر من تفاعلية المتلقي مع عناصر العملية الإعلامية و تأثيره فيها .

1- حسنين شفيق ،الإخراج الصحفي الإلكتروني .رحمة برس للطباعة و النشر ،2007، ص. 48 .

2-المرجع السابق نفسه ،ص. 49 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و قد تعددت تعريفات الخبراء و الباحثون لمفهوم التفاعلية بدءا بالاستجابة إلى المثيرات المرئية و المسموعة في الرسالة الإعلامية ،إلى سيطرة المتلقي على عملية الاتصال ، فالتفاعلية عملية process تدعم العمليات المعرفية للمتلقي في علاقته بوسائل الإعلام و محتواها و ليست منتجا يرتبط بمهارات التصميم و الإنتاج ، و ليست مهارات التصميم او الإنتاج سوى أداة للارتفاع بمستوى هذه العملية و نشاطها لتحقيق اكبر قدر من المشاركة و التفاعل أثناء التعرض و العمليات الإدراكية يرى "رايس" rise إن التفاعلية تكون بين مكونات النظام بالإضافة إلى السيطرة الإنسانية عبر الفضاء على بناء محتوى الاتصال و تركيبه و أنها المدى الذي يسمح فيه للمتلقي ،بتعديل شكل و محتوى البيئة الوسيطة في نفس الوقت (1)

يمكن تعريف التفاعلية -كما نراها -على أنها: (2)

" الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة و برامجها و محتواها ،التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال ،و الاختيار الحر من المحتوى و الخدمات المتاحة على شبكة الانترنت بقدر حاجاته و تفضيله و اهتمامه "

ب- **محددات التفاعلية** : محددات التفاعلية يمكن أن تكون مؤشرا عن وجود تفاعلية او غيابها ،و مقياسا لمستوى التفاعلية المتاحة في البرنامج أو الموقع أو تلك التي تتيحها الوسيلة بصفة عامة لمستخدميها ،و هم المتلقين في عمليات الاتصال و الإعلام او المستقبلين لكافة الخدمات التفاعلية المتاحة : (3)

- تحقيق التفاعل بين المتلقي و عناصر عملية الاتصال و الإعلام الأخرى،و هو هدف عام للجهود البشرية و التكنولوجية يسهم فيها القائم بالاتصال مع مصممي البرامج و المواقع على شبكة الانترنت ،و تقوم على الاستغلال الأمثل لخصائص الشبكات بصفة عامة و شبكة الويب بصفة خاصة و أدواتها .

- لعل هذا ما دعا الكثير من الخبراء إلى إطلاق مسمى منتج المحتوى content provider على القائم بالتحضير او الكتابة او الإعداد ،لأن تحقيق التفاعل مع

1- محمد عبد الحميد ،الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت . مرجع سبق ذكره ،ص. 64 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 65 .

3- محمد عبد الحميد ،الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت . مرجع سبق ذكره ،ص. 67 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- المحتوى يعتبر اضافة إلى عملية التحرير و الكتابة و الإعداد و مطلباً هاماً لتوظيف أدوات التفاعل المتاحة على الشبكات.
- تتراوح أهداف الوسائل الجديدة - مثل صحافة الشبكات و التلفزيون التفاعلي - من تحقيق التفاعل بين مستوى تحقيق الاستجابة السريعة نحو الأشخاص أو الموضوعات
 - بجانب الاهتمام بتصميم مثيرات التفاعل - الأدوات و الموجهات و التركيز عليها ، يكون الاهتمام بتوفير أدوات الاختيار الحر للبرامج و المحتوى و الخدمات
 - يقوم الاختيار الحر بداية تحقيق سهولة و سرعة التجول navigation - الإبحار - بين البرامج و الخدمات و وصلات المحتوى المتعددة و المتشعبة و أشكال العرض و التقديم .
 - بجانب أدوات التجول و الاختيار الحر ، فان مشاركة المتلقي في تحقيق أهداف الاتصال و الإعلام بدءاً من تطوير و تغيير المحتوى إلى تقويم العمليات الاتصالية و أهدافها ، و تفرض مشاركة المتلقي الاهتمام بأدوات الاتصال و التفاعل مع المحتوى و القائم بالاتصال في قنوات راجعة return Channel سواء بالكتابة او بالصوت أو بالصورة أو كلاهما معا
 - إذا كان التجول او الإبحار يحتاج إلى خرائط خاصة بذلك في الممارسة الحياتية ، فان واجهات التفاعل بالنسبة للمتلقي و تسمى واجهة تفاعل المستخدم هي دليل المتلقي إلى الدخول و الاستخدام و التجول في عمق الموقع او البرامج.
- و بصفة عامة نجد أن التفاعلية تعكس تفاعل المتلقي مع عناصر عملية الاتصال و الإعلام و هي : البرنامج او القناة ، ثم القائم بالاتصال بالاضافة إلى المحتوى و المتلقين الآخرين لنفس البرنامج او مستخدم نفس القناة.
- ج - الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية :**
- إن أهم ما يميز الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية هو إتاحة الأدوات التفاعلية التي تمكن التفاعل بين أفراد الجمهور او مع القائم بالاتصال ، و ذلك بفضل الإمكانيات التقنية الكثيرة التي تمنحها الانترنت للصحافة الإلكترونية .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و يمكن للمستخدم أن يتفاعل مع محتوى الصحف فيتجول و يتصرف في النص الإلكتروني كما يشاء (النسخ، الإرسال، الطبع) كما يمكنه أن يتفاعل مع القراء الآخرين و مع الصحفيين فيتواصل و يبني شبكة من العلاقات الاجتماعية، يتم هذا عبر العديد من الآليات التي تقدمها الصحف الإلكترونية منها الروابط، المدونات، التعليق، المنتديات، استقبال الصور و الفيديو، رسائل البريد الإلكتروني، الدردشة، الأسئلة الموجهة إلى الخبراء، تحميل الموسيقى و الصور، التصويت، النشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني أو عبر الهاتف النقال، و غيرها من الوسائل التي لا يمكن حصرها و يرى الدكتور " الصادق الحمامي " إن إدماج آليات التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية يحيل إلى خطاب صحفي يبجل قيم الحوار و الاختلاف و التعدد، أما استبعادها فيعني المحافظة على النموذج النخبوي و الأحادي للإعلام (1)

و قبل عرض الأشكال التفاعلية التي تتيحها الصحف الإلكترونية، تقسم التفاعلية التي تتم في الصحافة الإلكترونية إلى قسمين مثلما ذهب الدكتور " ماجد سالم تريان " كما يلي: (2)

1- الاتصال التفاعلي المباشر :

و هو النمط الذي تتحقق فيه التفاعلية بشكل مباشر، و يتم عبر مشاركة القراء في غرف الحوار (chat room) التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين و القراء حول القضايا المختلفة و يتحقق هذا النمط من التفاعلية أيضا من خلال خدمة الرسائل (Messenger) التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين إدارة الصحيفة و محرريها (3)

و يتحقق الاتصال التفاعلي المباشر أيضا من خلال الهاتف كوسيلة قديمة حديثة، إذ نجد بعض الصحف الإلكترونية تعرض أرقام هواتف محرريها و حتى إدارتها لمن يرغب في الاتصال

1- الصادق الحمامي ، مرجع سبق ذكره ، ص 46 .

2 - ماجد سالم تريان ، مرجع سبق ذكره ، ص.ص. 129 ، 130 .

3- بهاء شاهين ، شبكة الانترنت . كميوساينس لعلوم الحاسب ، ط1 ، القاهرة ، 1999 ، ص.ص. 43-47 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

(2) -الاتصال التفاعلي غير المباشر: و تتمثل أهم خدمات الاتصال غير المباشر التي تتيحها الصحف الإلكترونية في البريد الإلكتروني (e-mail) (1) ، الذي يسمح بإرسال رسائل القراء الإلكترونية ،و التي تتضمن تعليقاتهم على الصحف التي يتعرضون لها ،ثم تعمل الصحف على الرد على ما ورد في هذه الرسائل بشكل آلي(2)

و إلى جانب هذه الخدمة يمكن لقراء الصحف الإلكترونية التواصل غير المباشر مع صحفهم من خلال المشاركة في المنتديات الحوارية ،التي تطرحها الصحف حول بعض المجالات ذات العلاقة باهتمامات قرائها ،و تعمل هذه المنتديات وفق تقنية (bulletin board system) ،التي تتيح للصحف التحكم في المشاركات الواردة إليها بالتعديل أو الحذف إذا لزم الأمر.

كما تعمل الصحف الإلكترونية على تحقيق التفاعل غير المباشر مع قرائها و محرريها و مصادرها عبر القوائم البريدية mailing liste مثلما يحصل في صحيفة new York Times و صحيفة الحياة الصادرة في لندن، و التي تعمل على تزويد المشتركين فيها عبر البريد الإلكتروني بالعناوين التي تطرحها ،و تتلقى منهم بالطريقة نفسها ملحوظاتهم و تساؤلاتهم و مشاركتهم و طلباتهم حول هذه الموضوعات(3)

ما يمكن ملاحظته أن التقسيم السابق للتفاعلية في الصحف الإلكترونية على أساس مباشرة و غير مباشرة ،يمكن تسميته بالتفاعلية التزامنية و غير التزامنية ،إذ أن التفاعلية المباشرة تتحقق في الزمن الحقيقي الذي يتواجد فيه طرفا او أطرافا للعملية الاتصالية ،بينما لا يشترط توفر الأطراف في نفس الوقت بالنسبة للاتصال غير المباشر

و سنتوقف في هذا المجال على ذكر الخدمات التفاعلية الأكثر توظيفا في الصحف الإلكترونية كالتالي :

1-الإيهم صالح ،استخدام البريد الإلكتروني للوصول إلى موارد الانترنت ،شعاع للنشر و التوزيع ،سوريا ،2000، ص. 12 .

2- أبو السعود إبراهيم و محمد عبد الهادي ،النشر الإلكتروني و مصادر المعلومات الإلكترونية .دار الثقافة العلمية ،القاهرة 2001 ،ص. 66 .

3- ماجد سالم تزيان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 130 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

أ- خدمة التعليق على محتوى الصحف : تتيح الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة القارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات ، بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال او موضوع و يقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة ، التعليق هو منتدى يمكن ردود الفعل للتقرير و الخبر الصحفي ، الموجود على الأغلب في نهاية التقرير أو الخبر بصحيفة الانترنت ،ينتج عنه التقاء بين النصوص الصحفية و بين المتصفحين ،و بعكس أشكال تفاعلية أخرى بالشبكة فان المسبب الداعي للتفاعل بالتعليق هو النص الصحفي .

و بهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها و التكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة رجع الصدى الفوري او المباشر(1) و التعليق على الخبر الإلكتروني يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار .

و يعتبر إلحاق ردود فعل المتصفحين او التعليق بالتقارير الإخبارية في الصحف الإلكترونية (مثل الشروق اون لاين) سببا في خلق مركز حوار و محادثة جماهيرية عامة بمكان بارز لا يحتاج لان يبحث عنه ،هذا عكس المنتديات و مجموعات النقاش او التشات ،التي تتواجد بمنطقة بعيدة أكثر بمجال صحيفة الانترنت ،و على مجموعات مشتركة هامشية أكثر حيث عدد المشتركين بنقاشاتهم اصغر و اقل

و قد نجحت الصحافة الإلكترونية التي تمكن القراء من التعليق في تحويل الأخبار من شكل تقرير احادي الاتجاه من الصحفي للقراء إلى شكل محادثة و حوار مع المتصفحين و الصحفيين على التقرير،و تؤدي هذه المحادثة أحيانا إلى تصحيح بعض الأخبار ،و إلى خلق تقارير و أخبار في أعقاب ردود الفعل التي تتلقاها الصحيفة و تتيح بعض الصحف الإلكترونية الجزائية عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالصحفيين و الإدارة أمام القراء لتسهيل الاتصال بهم عبر روابط مثل : (من نحن ،للاتصال بنا ،لمراسلتنا)

2- زهير طابا ، الصحف الإلكترونية مدونات مكتوب الإلكترونية

زيارة يوم : 03-02-2011 : [http : ABOUL3 ARABI . MAKTOOBBLOG.COM/ ABOUT](http://ABOUL3 ARABI . MAKTOOBBLOG.COM/ ABOUT)

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

ب- خدمة سير الآراء: تسمى هذه الخدمة أيضا بالاستفتاء و الاستطلاع و التصويت الإلكتروني و تطرح الصحف الإلكترونية حول مواضيع مختلفة تهم القارئ و الصحيفة و تكون عادة أسبوعية او شهرية حول قضية او حدث ميز فترة زمنية معينة ،مع تقديم مسح يومي لهذه الآراء و نشرها على الموقع حتى يتسنى للمشارك معرفة النتيجة الحاصلة قبل قيامه بعملية التصويت .

و يقوم القراء مستخدمو شبكة النشر الصحفي على الانترنت بمليء البيانات المطلوبة لعمل التصويت إلى المؤسسة ،و تكون المؤسسة الصحفية قد أزلت بذلك احد العوائق المهمة التي تواجهها ،و هي الوصول إلى رأي الجمهور إزاء قضية معينة ،و توفر هذه العملية الوقت و الجهد المبذول لمعرفة آراء الجمهور في بعض القضايا بشكل عام ، و فيما تقدمه المؤسسة الصحفية بشكل خاص و الذي يؤثر بشكل فعال على درجة توزيع صحف هذه المؤسسة الصحفية (1)، إذ يمكن عن طريق آلية التصويت التعرف على رد فعل القراء ازاء حدث او خبر معين ،من خلال الإجابة على الأسئلة التي تطرحها المؤسسات الصحفية في الموقع،و كذلك يمكن توصيل رأي الجمهور إلى المؤسسات الصحفية حول الخدمات الأخرى الإضافية التي يريدها ،بالإضافة إلى رأيه في الإعلانات المقدمة في الصفحة الإلكترونية ،و غيرها من المواضيع التي يصوت فيها القراء مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية و الثقافية و في الجزائر نجد معظم الصحف الإلكترونية تطرح استفتاءات رأي على قرائها بشكل مستمر

ج- الاتصال الهاتفي :يستطيع القراء أن يتصلوا محرري الصحف بالطريقة التقليدية عن طريق الهاتف ،او عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة مثل بطاقة الصوت و الميكروفون ،و تتيح هذه الخدمة استخدام الشبكة في الاتصالات الهاتفية مع الصحف بالمجان او بتكلفة اقل كثيرا عن تكلفة الاتصال الهاتفي العادي .

د- منتديات الحوار : forums المنتديات هي نوادي تجمع مجموعة من الأعضاء لهم اهتمامات مشتركة و كل فرع من فروع هذه الاهتمامات له قسم خاص به لتبادل الأفكار و تختص المنتديات الإلكترونية بمواضيع معينة مثل الأخبار و الفنون و السياحة و التعليم ،و يستطيع المستخدم المنظم إلى هذه المنتديات أن يعثر على

1- محمد كمال الدين ،مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 209، 210 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

مناطق اهتمام دقيقة جدا، فيقرأ مثلا عن أبطال مسلسل تلفزيوني و أخبارهم و نشاطاتهم الشخصية (1) و نظرا لانتشار المنتديات على شبكة الانترنت و استقطابها المتزايد للمستخدمين، ثم توظيفها كواحدة من آليات تفاعل القراء في الصحافة الإلكترونية، و من الصحف الجزائرية ذات التجربة المثيرة في مجال المنتديات نجد الشروق اون لاين و النهار او لاين، إذ يتيح الموقعان منتديات متنوعة لكل الفئات، و يبقى أمام المستخدم المشاركة بما يرغب بمجرد الاشتراك الذي لن يكلف سوى كتابة بريده الإلكتروني و كلمة سر خاصة به، و يصبح بذلك عضوا مشتركا في المجموعة أو المنتدى التي يرغب في الانضمام إليه .

هـ - خدمة البريد الإلكتروني « e-mail »

أصبحت كل الصحف الإلكترونية سواء الحديثة منها او التي مر زمن طويل على إنشائها و صدورها لها عناوين للبريد الإلكتروني، و تكوين تلك العناوين مخصصة إما لقسم التحرير أو لقسم الإشهار... الخ(2) و ذلك من اجل التواصل بينها و بين جمهور القراء و ذلك لسهولة الإرسال و انخفاض تكاليف هذه الخدمة بالانترنت . بواسطة البريد الإلكتروني يقوم القارئ بالاتصال بالصحفي فيمكنه إرسال تعقيب أو تصحيح معلومات او إرسال خبر او حتى إرسال صور عن أحداث في أماكن لم يكن للصحفي أن يصل إليها.

و تختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم بتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقديم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال و استقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الويب في أي وقت كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار و خدمات ملخصة أخرى، و تهدف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلك إلى ربط

1- أسامة الحسيني، الشبكة الكمبيوترية العالمية . مكتبة ابن سينا، القاهرة، 1996، ص. 25 .

2- كريمة بوفلاحة، مرجع سبق ذكره، ص 107 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى.

9- استضافة المدونات " web log "

المدونات هي مواقع على شبكة الانترنت ظهرت عام 1995، يقصد بها دفتر يوميات إلكتروني، يكتب فيه الجمهور اهتماماتهم و تفاصيل حياتهم ،مع إمكانية إرفاقها بالصوت و الصورة ،ثم تطورت لتصبح وسيلة للتعبير عن الآراء و الحوار حول قضايا مشتركة ثم جاءت حرب الخليج الثالثة لتخرج هذه المدونات إلى الضوء ، و ليعرف بذلك فعل التدوين طفرة نوعية ، حيث تطورت مواضيع المدونات ،و لعل قوتها الأساسية هي أنها تمثل صوت "رجل الشارع" دون أي رتوشات إيديولوجية أو رقابة مؤسسية فالمدونات وسيط مفتوح لنشر الآراء من جميع الاتجاهات .تطورت المدونات لتصبح وسيلة للتعبير و تفرض نفسها كنمط جديد للصحافة الإلكترونية ، و يذهب البعض إلى تصنيف المدونات كنمط جديد للصحافة الإلكترونية و حتى إن لم يكن البعض الآخر يوافق على هذا التصنيف إلا أنها أصبحت جزء من الصحف الإلكترونية ، إذ تعد العديد من المواقع الصحفية إلى استضافة المدونات كخدمة تفاعلية للقراء و خاصة منها المدونات الخاصة بالصحفيين الذين يرغبون في نشر مقالاتهم الإضافية فيها ،كما أن المدونات أصبحت ذات تأثير معتبر على الصحافة في الكثير من البلدان خاصة المتقدمة تكنولوجيا ، إذ تستعمل سواء كتسريبات أو كتحد للصحافة السائدة بصفة مباشرة (1) ، و نظرا لأهمية المدونات الشخصية فقد أعلن مؤخرا " روبرت مردوخ" احد أباطرة المجمعات الإعلامية في العالم ،في إحدى الاجتماعات عن نيته في دمج المدونات الشخصية في شركته على الشبكة و توجد العديد من المدونات في الجزائر ،سواء الخاصة بالصحفيين أو التي ينشئها المستخدمون الآخرون ،إلا أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية ما زالت بعيدة عن استضافتها ،لأنه و كما اشرنا تعتبر استضافة المدونات في الصحافة خدمة جد متطورة يطلق عليها ما بعد التفاعلية .

ز-الدردشة : " chat" الـ chat كلمة تعني اتصالا حيا بين اثنين أو أكثر من المستخدمين المتصلين بالانترنت في نفس اللحظة ،هذا الاتصال له عدة مراتب إما أن

- aedy richard all the news that's fit to blog at : <http://www.rmit.edu.au/appliedcommunication/journalis> ;

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

يكون بالنصوص المكتوبة أو الصوت أو الصورة تبعا للبرامج المستخدم و الجهاز hardware الموجود في أجهزة المستخدمين (1) تتم الدردشة من خلال الكتابة رسالة يجري عرضها مباشرة أمام أي شخص آخر يقوم بالرد المباشر على الرسالة (2) و تؤمن هذه الخدمة نقل الرسائل المكتوبة بصفة فورية بين المرسل و المستقبلين في الطرف الآخر ،الذي يرد على الرسالة برسالة أخرى يقوم بكتابتها باستخدام لوحة المفاتيح لترسل إليه على الفور ، و هكذا يتم التخاطب الفوري بين القراء و الصحفيين أو بين القراء أنفسهم ، و هناك ثلاثة أشكال للمحادثة (3)

الأول يستخدم برنامج IRC ، و يسمح لأكثر من شخص التحدث في وقت واحد عن طريق الكتابة أصبح الاتصال الجمعي احد ملامح شبكة الانترنت و ذلك من خلال انتشار جماعات الأخبار (4)

و تمثل مجموعات النقاش أو الحوار منبرا مفتوحا عبر الساعة و المسافات للدخول في الحوار مع من يشاطر الاهتمام بقضية أو موضوع ما ، و لابد للمشاركة أن يكون مسجلا في المجموعة و أن يستخدم برامج خاصة بقراءة أخبار و المساهمة في الحوار (5) و هي خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا و الموضوعات التي يهتمون بها ، و المستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار و تقارير و مقالات ، و تقدم الصحيفة إلكترونية عدد كبيرا و متغيرا و بشكل يومي من مجموعات الحوار أو النقاش ، التي يمكن للمتصفح الدخول إليها و قراءة آراء الآخرين و الإدلاء برأيه في الموضوع المطروح (6) في إطار ما سبق ، يمكن التمييز بين أربع مستويات متنوعة من التفاعلية التي تتيحها الانترنت الصحيفة الإلكترونية : (7)

1- احمد مدهار ، الانترنت نشأته و تطبيقاته . موقع شبكة التربية الإسلامية الشاملة زيارة يوم : 2010/10/12
http :www.ostad.medharweb.net/in dex.p.hp

2- محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري :مدخل إلى الاتصال و تقنياته الحديثة . دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ،ص. 248 .

3- ماجد سالم تربيان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 65 .

4- محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ،مرجع سبق ذكره ،ص. 200 .

5- مجد الهاشمي ،مرجع سبق ذكره ،ص. 248 .

6- زهير طابة ،مرجع سبق ذكره .

7 - شفيق حسين ، الإعلام التفاعلي:بين التفاعلية و الرقمية .مرجع سبق ذكره ،ص. 37 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- التفاعل بين المستخدم و المحرر ، و ابرز الأمثلة التطبيقية على هذا هو التراسل عبر البريد الإلكتروني .
- التفاعل بين المستخدم و غيره من المستخدمين ،مثل استخدام جماعات المناقشة و المدونات .
- أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا ، و ذلك حين تتاح له فرصة التعليق على المادة و نشر رأيه ،أو أيا كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين .
- التفاعل بين المستخدم و المادة نفسها من خلال تحكمه في محاور و أشكال المعلومات التي يتعرض لها.

خامسا : مصداقية الصحف الإلكترونية و حرية التعبير

أ - حرية التعبير في عصر الصحافة الإلكترونية :

لو عدنا مجددا إلى النظر إلى بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية عبر الانترنت كفضاء إلكتروني غير محدود و بقيود صارمة أو قابلة للتحكم فيها كما هو الحال في بيئة عمل الصحافة المطبوعة ،سنلاحظ على الفور أن الصحافة الإلكترونية قد فتحت عصرا جديدا فيما يتعلق بحرية التعبير ،و قدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة ،الأمر الذي اوجد مدخلا مستقلا يمكن أن نطل من خلاله على جزء من ظاهرة الصحافة الإلكترونية ،و في هذا الصدد تضعنا ظاهرة الصحافة الإلكترونية أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر و الرأي الآخر بمنتهى السهولة و اليسر ،و يقفز فوق حواجز تكميم الأفواه و إخفاء الحقائق(1)

ب- أخلاقيات الصحافة الإلكترونية :من الخطأ النظر إلى ظاهرة الصحافة الإلكترونية كقافلة خبر و كفى ،فقد حملت معها الكثير من التحديات التي يمكن أن تعصف بالصحافة كمهنة سواء كانت تقليدية أو إلكترونية و هو جانب سلبي في هذا النوع من الصحافة حتى الآن ،فعمليات السطو على حقوق التأليف و النشر الخاصة بالآخرين على قدم و ساق ،و المصداقية و الثقة في كثير مما يتم تناوله من أخبار و معلومات

1-زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 16 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

عبر هذا النوع من الصحافة محل شك ، و لذلك فان هذا المدخل يمثل بعدا مهما جدير بالبحث من الناحية القانونية و الأخلاقية للحفاظ على الصحافة كمهنة(1)

ج- سلامة الصحف و المواقع الإلكترونية و أمنها :

دخلت مصطلحات جديدة عالم الأمن المعلوماتي و الحاسب الآلي و الانترنت مثل CARCKERS –HACHERS (2) فهؤلاء المخربون أو القرصنة أو المتطفلون يدخلون على الأنظمة و البرامج و المواقع و الشبكات و الحاسبات من دون تصريح و يسببون إضرارا للهدف و ثمة أمثلة حية عن عمليات التسلل و التعطيل و التخريب التقني فقد أقدمت مجموعة من القرصنة الاسرائيليين على اختراق موقع صحيفة "غولف نيوز" CULF NEWS و تخريبه ،على الشبكة الدولية للمعلومات - الانترنت - و قاموا بإزالة الموقع و رفع العلم الإسرائيلي مقرونا بعبارة " تحيي إسرائيل " و قد بينت التحقيقات التي قامت بها مجموعة من خبراء الكمبيوتر في الصحيفة من خلال مواقع عدة في الولايات المتحدة الأمريكية أن مصدر التخريب هو مجموعة من الحاسبات الإلكترونية بالدول العبرية ،مرتبطة بمزود الخدمة " نتفجن" و يستخدم القرصنة عادة عددا من الأساليب التقنية في التخريب منها تشويه المواقع ،اختراق النظم حملات تشويه المعلومات و استخدام الفيروسات أو حضان طرودة لشن حروبهم على الشبكة لهذه الأسباب يتعاضم الاهتمام بأمن المعلومات الإلكترونية و سلامتها هكذا انعقد الاجتماع الإقليمي التحضيري الثاني لمنظمات المجتمع المدني العربية في إطار التحضيرات للمرحلة الثانية للقممة العالمية لمجتمع المعلومات الذي أقيم في بيروت في تموز 2005 و الذي كان من بعض توصياتها :

- تأكيد الديمقراطية و احترام حرية الصحافة تطبيق المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان و المبادئ الأساسية لحرية الصحافة.
- تأكيد أهمية دور الدولة في إدارة المواقع و تنظيمها من دون المساس بالحرية الأساسية

1 - زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ، ص. 17 .

2- المرجع السابق نفسه ،ص. 28 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- متابعة التنظيم القانوني لمجتمع المعلومات على المستوى الإقليمي و الدولي و إيجاد قانون واضح للمطبوعات ينظم عمل شبكة الانترنت بالتشاور مع أصحاب المصلحة من منظمات و هيئات مجتمع مدني.
- توفير الدعم المالي من الحكومات للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.
- الالتزام باستخدام اللغة العربية في المواقع البيانية و التوثيقية عبر الانترنت.
- حصن المؤسسات القانونية المختلفة ،بما فيها نقبات المحامين على توفير القوانين و التشريعات عبر الانترنت ،بشكل يمكن الأفراد من معرفة حقوقهم و التزاماتهم (1)

تتجه معظم شركات دور النشر الصحافية العالمية إلى التوزيع في تقديم إنتاجها ،و ذلك بدخول مجالات الراديو و التلفاز و الأقراص المدمجة من خلال شركات تعني بتوفير المعلومات الإلكترونية ،و من خلال المطبوعات و الملاحق المتخصصة و إعداد المؤتمرات و من خلال الانترنت

أما فيما يتعلق بالعالم العربي و منتجي المعلومات العرب لابد من قيام تعاون و إيجاد لغة مشتركة بين منتجي المعلومات و مطوري التقنيات و البرمجيات ،لان هذه القائمة بين هاتين الفئتين من عناصر مجتمع المعلومات تؤخر انتشار المحتوى العربي على الانترنت و تقديمه إلى المستفيدين بوسائط مختلفة ،فهل ستستفيد الصحافة الورقية من هذه التقنيات .

سادسا: مستقبل العلاقة بين الصحافة الكترونية و الصحافة المطبوعة :

أ- الفرق بين الصحافة الإلكترونية و الصحافة الورقية :

من خلال مراجعة الباحث "درويش اللبان" لعدة دراسات عربية و أجنبية حول دراسة نقاط الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية و الصحافة المطبوعة خلال المرحلة 1998 إلى 2000 بهدف الوقوف عند أوجه التشابه و الاختلاف بين النوعين توصل الباحث إلى إبراز بعض مظاهر الاختلافات العميقة و المهمة بين ما ينشر مطبوعا و ما ينشر إلكترونيا ،و إن كلاهما إما يعتمد على الآخر بصفة غير مباشرة أو مباشرة على سبيل

1- زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 29 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

المثال تقوم العديد من المواقع جرائد الواب بإضافة مزيد من المواد الإخبارية، التي تحصل عليها من الوسائل التقليدية أو تقوم بخلق قصص خبرية خاصة و نشرها إلكترونيا

و من خلال النظر في نفس الدراسات التي درسها الكاتب، توصلنا إلى بعض الاستنتاجات الخاصة بالاختلافات ذات الصلة بدراستنا و هي على النحو التالي: (1)

1- الاختلاف بين المضمون الإخباري للانترنت و الأخبار المطبوعة :

فالصحافة الإلكترونية تعمل على رسم صورة لها مخالفة للإنتاج المطبوع، و هذا بتوفير عدة خدمات إلكترونية أو ما يسمى بالخلفيات المعلوماتية و الصور الفوتوغرافية، و عناصر الرسوم البيانية و الصوت و الفيديو و وصلات الأرشيف، بالإضافة إلى أهم ميزة تتميز بها الصحافة الإلكترونية هي التفاعلية، و تتمثل هذه الأخيرة في البريد الإلكتروني و المؤتمرات الإلكترونية و ندوات النقاش .

و هذا ما يجعل الصحافة الإلكترونية تحتوي على عدة مضامين إخبارية غير موجودة في نظيرتها المطبوعة مع احتوائها على صور اقل مما نجده في الصحافة المطبوعة، و هذا فيما يتعلق بالأخبار أساسا.

2- الخدمات الصحفية: تقتصر هذه الأخيرة على تلخيص بعض الموضوعات و إعادة صياغة عناوينها التي تمتاز بالبساطة و الاختصار و الوضوح في المحتوى وفق ما يناسب جمهور الانترنت المختلف نوعا ما عن جمهور الصحافة المطبوعة من حيث المستوى الثقافي و التواجد الجغرافي، كما أن الشكل الإخراجي للنسخة المطبوعة مختلف عن النسخة الإلكترونية كاستخدام الألوان مثلا

3- العائدات: إن الجريدة الإلكترونية لا تستفيد بالقدر الكافي من مصادر التمويل التقليدية كالإشهار و الاشتراكات و التوزيع هذا إذا استثنينا الجرائد الإلكترونية التي توفر صفحات متخصصة تحظى بإنقرائية كبيرة نظرا للخدمات التي توفرها، كتلك التي تهتم بالعقار أو المواد الصيدلانية أو الأسفار..... الخ

4- قراءة الصحف الورقية: يمكن القول عنها أنها محررة من القيد المكاني، و لكن حتى الصحافة الإلكترونية أصبحت لا تعاني من هذا القيد نظرا للتطور التكنولوجي

1- نبيح أمّنة، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 71، 72.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

و انتشار المستحدثات التكنولوجية ، و نقصد به استقبال الانترنت مثلا على جهاز الهاتف النقال و إمكانية الحصول على الأخبار الإلكترونية كأحوال الطقس مثلا(1).

5- مصادر الأخبار :تبين لنا أن مصادر أخبار الانترنت تحظى بانقرائية أعلى من مصادر الأخبار المطبوعة.

6- للصحف الإلكترونية إمكانية تحديث الأخبار و المعلومات كل بضع دقائق ،مما يجعلها سبابة في نشرها لحظة وقوعها ،و شتان الفرق ،ما أن يجد القارئ نفسه أمام الحدث لحظة وقوعه ،و أن يجد نفسه مضطرا إلى انتظار اصدار الصحف المطبوعة في اليوم التالي

7- تختلف هاتان الصحيفتان في مستويات معالجة المعلومة الأول :فيما يخص تنظيم المعلومة و عرضها ،فان الصحيفة الإلكترونية تعرض المادة في شكل إبداعي جديد و مغاير جذريا عن الصحافة الورقية و تمكن من ربط علاقة بين نص و صورة أو وثيقة ،أو بين نص و نص آخر بفضل تقنية النص الممنهل.

الثاني :تستطيع في الصحيفة الإلكترونية أن ترفع مع المقالات عددا من الملاحق التي لا يمكن نشرها في الصحف الورقية ،مثل : خطب الزعماء و الوثائق و....غيرها ، أو الانتقال إلى هذه الوثائق بفضل النص الممنهل (2)

8- تعد كلفة البدء في اصدار صحيفة إلكترونية اقل بكثير من اصدار صحيفة مطبوعة ،و تعد الكلفة الإضافية لإصدار طبعة إلكترونية ضئيلة للغاية ،و بالنظر إلى المساحة غير المحدودة التي تتيحها شبكة المعلومات العالمية ،و الكلفة المتزايدة لورق الصحف ،فان النشر الإلكتروني اقل كلفة بكثير من الصحف الورقية(3)

و تحرير الصحفي من إلزامية إمضاء المقال و تحديد مصدره عكس ما هو معمول به في الصحف التقليدية (4)

1- حسنين شفيق ،الإعلام الإلكتروني:بين التفاعلية و الرقمية .مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 54 ، 55 .

2- محمد لعقاب ، ،مرجع سبق ذكره ،ص. 104 .

3- شريف درويش اللبان ، الصحافة الإلكترونية :دراسة في التفاعلية و تصميم المواقع .مرجع سبق ذكره ،ص 47.

4- جمال بوعجمي وبلقاسم بروان ،مرجع سبق ذكره ،ص. 6 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

9- التخلص من مشكلة التوزيع التي تعاني منها الصحافة المكتوبة في كل دول العالم المتطور و المتنام نظرا إلى ارتفاع تكلفتها التي تسببت في مرات متعددة إلى اختفاء عناوين إعلامية (1)

ب- العلاقة بين الصحافتين المطبوعة و الإلكترونية:

أن التنافس بين الصحافيين واقع لا يمكن أن ينكره احد، و خصوصا أولئك الذين يتشبثون بالماضي، و يظلون يلونون ذلك الماضي بألوان وردية، كأنه جنة كان فيها كل ما يسر خاطر، و يبهج النفس، متناسين ما كان فيه من ألام، و مواجه، و من ثم، فإن المنتمين إلى الصحافة المطبوعة الذين ينكرون ما تتمتع به الصحافة الإلكترونية من الايجابيات لا تتوافر للصحافة التي ينتمون إليها، يكونون كمن ينكرون حقائق الحياة كشروق الشمس، و وهج حرارتها، أو جمال القمر في الليلة الرابعة عشر، و قد بدأ تأثير الصحافة الإلكترونية واضحا في اجتذابها قراء من مختلف الأعمار، و خصوصا جيل الشباب لا تربطه تلك العلاقة الحميمة مع المطبوع من كتاب و صحيفة، كما أن الأمر لدى الأجيال السابقة، و أكدت الأرقام و لا سيما في الغرب أن الإقبال على الصحافة الإلكترونية اثر سلبا في الصحافة المطبوعة، و تمثل ذلك في الاستغناء عن عدد كبير من العاملين في الصحف المطبوعة، و ضعف الاشتراكات، و انخفاض أرقام التوزيع (2)

و مع هذا الواقع البين، هناك رؤساء تحرير يقفون موقف العداء من الصحافة الإلكترونية، رافضين الإقرار بالواقع الحي، و هناك صحف حاولت التكيف مع هذا الواقع بتأسيس نسخ إلكترونية من الصحافة المطبوعة، و هناك من حاول التمييز بين الصحيفتين المطبوعة و الإلكترونية، بإيجاد مواد تخص كلا منهما و من الرؤى المتقدمة للعلاقة بين الصحافتين، أن الصحافة الإلكترونية قد تسهم في الترويج للصحافة المطبوعة من خلال تناول رؤوس الموضوعات و ترك التفاصيل للصحافة المطبوعة و يتحقق النجاح لهذه الرؤية إذا كانت الصحيفة المطبوعة شائعة و مثيرة، كان تتضمن أخبار الحوادث المحلية، أو انفردات صحفية مهمة و إذا تحدثنا عن مستقبل الصحافة

1 - يمينة بلعاليا، مرجع سبق ذكره، ص. 87 .

2- زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره، ص. 63 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

الورقية، نقول أن التحديات الخطيرة التي تواجه صناعة الصحافة في عالم اليوم العديد من دول العالم المتقدم للبحث في إمكانية إصدار الصحف آليا و هو ما يتفق مع التطور الذي يشهده ميدان النشر الإلكتروني في الوقت الراهن و يدرك الناشرون من أصحاب الجرائد و المجلات ، و كذا الصحفيون أن النشر الإلكتروني أصبح واقعا ملموسا (1) في حين أن الصحافة الإلكترونية أخذت بمبدأ المجانية ضمن سياقات تمجيدية لإمكانيات الاقتصاد الجديد(2)

ج- هل الصحافة الإلكترونية بديل عن الصحافة المطبوعة؟

في السابق كان ينظر إلى الصحف الإلكترونية، في البداية كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ثم أثير النقاش حول فكرة مفادها أن الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تكون بديلا عن الصحافة المطبوعة و هذا يرجع لعدة أسباب هامة منها: (3)

- التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة CNN و قناة الجزيرة القطرية .

- جذب الصحف الإلكترونية للقراء و تخطيها لمعوقات الورق و ارتفاع أسعاره .
و في هذا السياق خلص احد الباحثين المهتمين بدور الصحافة الإلكترونية إلى أن مجمل السمات و الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية تقلص من إقبال القارئ على الصحافة الورقية و الذي سجل بداية موت الصحافة الورقية في ظل التراجع الذي شهدته كبريات الجرائد الأمريكية، فعل سبيل المثال استغنت نيويورك تايمز عن 60 بالمائة من محرريها و في دراسة بعنوان " حالة وسائل الإعلام الإخبارية لسنة 2004 " أجراها مشروع " التفوق الصحفي " بالاشتراك مع كلية الصحافة في كولومبيا، كشفت عن أن الظاهرة ملفتة للانتباه خصوصا إذا ما قوبلت بتراجع مبيعات الصحف الأمريكية الصادرة بالانجليزية و المقدر بمعدل 11 % على مدى العقد الأخير ليصل

1- سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف . دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، مصر ، 1997، ص.ص. 29، 30 .

2- الصادق رابح، الصحافة الإلكترونية و مفارقة الإنتاجية: ضرورة التجديدات التنظيمية . المجلة التونسية لعلوم الإعلام و الاتصال، معهد الصحافة و علوم الأخبار، العدد 47/48، جويلية 2006 جوان 2007، تونس، ص. 83 .

3- حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني: بين التفاعلية و الرقمية . مرجع سبق ذكره، ص. 39 .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

مجموع النسخ الموزعة يوميا إلى 55 مليون نسخة ، و تراجع خلال الفترة ذاتها جمهور النشرات الإخبارية المسائية على المحطات التلفزيونية المحلية المرتبطة بالشبكات الكبرى بمعدل 34 % كما أن الأمريكيين لم يعودوا يشاهدون الأخبار على الشبكات التلفزيونية الكبرى على الرغم من الأحداث المهمة التي تستقطب انتباه الرأي العام و تشير الدراسة إلى تراجع الثقة بمصادقية الصحف الأمريكية من 80 % عام 1985 إلى 59 % و في المقابل سجل الإقبال على 26 موقعا على الانترنت صنفت على أنها

الأكثر شعبية ،تزايد بمعدل 70% ما بين مايو 2002 و أكتوبر 2003 (1)

و لوحظ في الدراسة أن الأمريكيين كانوا يستشيرون بصورة خاصة خلال الحرب على العراق مواقع الشبكات الإخبارية و من ثم مواقع الصحف و بعدها مواقع الحكومة الأمريكية و أخيرا المواقع الإخبارية الأجنبية ، و باتت المجموعات الصحفية الكبرى تزيد استثماراتها على الانترنت ،فقد أدركت أبعاد هذا التحول و تنتمي حوالي 69 % من المواقع الإخبارية العشرين ،التي تلقى أكبر من الإقبال إلى المجموعات الإعلامية العشرين الأولى كما تزداد المواقع الصغرى و المستقلة إلى حد باتت تشكل " حركة قوية" أشبه بمجموعة كبيرة من صحف الرأي الصغيرة المحدودة الانتشار و يكرر المعلومات معظم مواقع الانترنت التي تنشرها الصحافة التقليدية و لاحظ أصحاب الدراسة من خلال مراقبة ثمانية مواقع إخبارية أن 32% من المقالات الواردة فيها مكتوبة خصيصا لنشرها على الانترنت و ليست مستمدة من الصحف و تتلخص الدراسات السابقة إلى أن الصحافة الورقية في الولايات المتحدة الأمريكية تتجه نحو الانحدار في الوقت الذي انتشرت فيه الصحافة الإلكترونية ، و العكس مع الدول العربية

التي ما زالت المنافسة الورقية قائمة و بداية واضحة للصحافة الإلكترونية (2)

و في استنتاج آخر أثبتته نفس الدراسة ،و هو يثير مخاوف العاملين في مجال الصحافة اليومية و شبكات التلفزيون و الإذاعات ،أن الصحافة الأمريكية و الأخبار التلفزيونية خلال السنوات الأخيرة أثارت أزمة مع تراجع الثقة بها لدى الرأي العام و انحسار جمهورها ،و هو ما يدفع الأمريكيين إلى اللجوء إلى الانترنت لاستقاء القراء 72%

1- مشعل الحميدان ،منتديات السعودية تحت مجهر مستقبل الصحافة الإلكترونية غير واضح أمام الناشرين

العرب يوم الزيارة : 17/2/2011 inag/221061.jpg http www.alriyadh.com./2005/01/22

2 - مشعل الحميدان ،مرجع سبق ذكره.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

ما زال يعطي الوقت نفسه لقراء الصحف و أوضحت الأدلة أن الانترنت هي وسيلة الإعلام الوحيدة التي يشهد جمهورها اتساعا متزايدا و لا سيما بين الشبان(1)

و هناك من يرى أن المقارنة بين الصحافة الورقية و الإلكترونية مرفوضة ،و هذا من منطلق مفاده أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي و الواقعي للكلمة ،و أن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر و جمع النصوص و المقالات و الأخبار و الصور و بشكل آلي مجرد من المشاعر و الإبداع و الفاعلية من جهة أخرى يرى " درويش اللبان" و أن العديد من الباحثين يعتبرون الصحيفة وثيقة ثقافية تاريخية حقيقية ،في حين أن الكمبيوتر ليس سوى وسيلة للبحث عن أشياء معينة ،كما أن الجريدة الورقية يسهل حملها و قراءتها ،إما الوصلة الإلكترونية فقد يصعب الوصول إليها و قد تكون عرضة للأخطاء الإلكترونية ،زد على ذلك التحميل البطيء للموضوعات(2)

و في دراسة أجرتها "ميكروسفت" تقول : " إن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018 على الأقل في الدول المتقدمة ،لذا فان ليس من المبالغة أن نتحدث عن إمكانية حدوث توقعات ميكروسوفت طالما سارت الأمور على وتيرتها الحالية و طالما بقيت الصحافة المطبوعة تعني بالخبر الذي " يحترق " عليها بلغة الصحافة قبل طباعته بأربعة و عشرين ساعة(3)

أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكتملة لدور الصحافة الورقية و المطبوعة ،و ليس هناك صراع بينهما ،إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث ،الذي ينعكس بالتالي على شكل و أداء الموقع من حيث تنوع أخباره و تحديثه بين الحين و الآخر فتقافة الانترنت أصبح لها جماهيرها و شعبيتها و هي في ازدياد مستمر على العكس من قراء الصحف و الكتب(4) و بناء على ما تقدم ،يمكن أن نتفق مع الذين توصلوا إلى بعض الاستنتاجات الهامة و التي يمكن أن نوجزها فيمايلي :

1- مشعل الحميدان ،مرجع سبق ذكره.

2- شريف درويش اللبان ، الصحافة الإلكترونية: دراسة في التفاعلية و تصميم المواقع.مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 32،33 .

3- بندر العتيبي ،الرقى أسبوعية متخصصة.العدد142 من النسخة الإلكترونية زيارة يوم: 2011/3/4 http
www.alhazmiah.wordpress.com/

4- بندر العتيبي،مرجع سبق ذكره.

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

- لم توجد وسيلة إعلامية قضت على وسيلة سابقة لها و إنما تتعايشان في ظل الخصوصية لكل واحدة.
- لقد تعودت الأجيال منذ مدة طويلة على قراءة الصحف المطبوعة و هذا يجعل من الصعب التخلي عن هذه العادة، على الأقل على المدى المنظور.
- الانترنت لا تستطيع أن تقضي على الصحافة الورقية بل ستفيدها من خلال ما تقدمه من معلومات و خدمات تسهم في تطوير أدائها و تسهيل عمل طاقمها ،فكل وسيلة تكمل الأخرى .

الفصل السادس: الصحافة الإلكترونية

خلاصة

نستنتج مما سبق أن الصحافة الإلكترونية تمثل تحديات للصحف الورقية، و هذا ما جعل هذه الأخيرة تسعى لتأكيد تواجدتها على شبكة الانترنت فمنها من يستمر و منها من يتوقف عن الإصدار بسبب الربحية نظرا الأحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة، و هذا ما جعل الخدمات الصحفية أيضا تعمل على وضع رسوم مدفوعة للاشتراك عبر شبكة الانترنت لجذب مزيد من المستخدمين فقد فجئء الجميع بتفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية، و التي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة و الحرجة، و أصبح من الطبيعي أن يلجا إليها الفرد العادي المهتم أو المختص في السياسة و غيرها كمرجعية موثوقة و ذات مصداقية، بعد أن كانت متهممة بالتواطؤ و التدليس و رغم كل الانتقادات الموجهة للصحافة الإلكترونية إلا أن قدراتها و إمكانياتها قد أهلتها لإعادة تشكيل عالم جديد للإعلام و الاتصال فكل وسيلة إعلامية جمهورها و لكل عصر متطلباته و الإنسان العاقل هو الذي يجمع بين متطلبات المعاصرة و أهمية الأصالة .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو مضمون وشكل الصحف الإلكترونية والتفاعلية.

أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية.

ثانياً: اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية.

ثالثاً: اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصادقية وحرية التعبير.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو مضمون وشكل الصحف

الإلكترونية والتفاعلية:

أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (34) : يوضح صفات لغة الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس لغة الصحف الإلكترونية
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
14.1	24	5.9	10	8.2	14	الوضوح والاتساق
16.5	28	12.4	21	4.1	7	الإيجاز في التحرير
14.1	24	6.5	11	7.6	13	الدقة والتناسب
22.4	38	12.4	21	10	17	البساطة والسهولة
32.9	56	18.8	32	14.1	24	كلها متوفرة

المتوسط الحسابي : 3.44 الانحراف المعياري : 1.44 المدى : 4 التباين : 2.09

يمثل هذا الجدول أنه من أهم الصفات التي تتميز بها لغة الصحافة الإلكترونية حسب متغير النوع ، أن كل الصفات المذكورة أعلاه متوفرة وهذا ما أكد عليه الإناث بالنسبة 18.8% ، أما الذكور فمثلوا نسبة أقل وهي 14.1% خاصة صفة الوضوح والاتساق وصفة الدقة والتناسب الذي مثلا نفس النسبة 14.1% لدى الذكور والإناث على حد سواء ، أما صفة الإيجاز في التحرير فقد كانت أعلى نسبة ممثلة من طرف الإناث 12.4% وذلك بأن الإناث وبحكم النتائج المتحصل إليها سابقا بما أنهم أكثر مطالعة للصحف الإلكترونية فهم أكثر دقة في الملاحظة مع الذكور ، فمن مبادئ التحرير الإلكتروني الاستخدام الفعال لتطبيقات الوسائط المتعددة والكتابة غير الخطية ، بمعنى استخدام هيكل شبكي في بناء المعلومات بمرونة من خلال الوصلات LINKING والفورية و التفاعلية والعمق ، حتى

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

ولو اختلفت آليات الممارسة نفسها⁽¹⁾ ويتفق معظم الخبراء على مجموعة من المبادئ التي يجب أن تتسم بها عملية التحرير الإلكتروني ومتمثلة في: الوضوح، الاتساق، الدقة، الكفاية والتناسب البساطة والسهولة، الإيجاز في التحرير⁽²⁾ ولذلك نجد أن متوسط الإجابات يدل على أن كل هذه السمات أو الصفات متوفرة في الصحف الإلكترونية حسب اتجاهات الطلبة بمعدل 3.44%.

جدول رقم (35) : يوضح أسباب تفضيل مضامين الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	أسباب التفضيل
28.2	48	15.3	26	12.9	22	تصنيف نصوص مرئية وسمعية
36.5	62	20.6	35	15.9	27	السرعة والتحديث المستمر للمعلومات
15.9	27	10	17	5.9	10	السعة الكبيرة في المعلومات
3.5	6	2.4	4	1.2	2	تقديم تقنية النص الفائق
15.9	27	7.6	13	8.2	14	تعدد خيارات التصفح

المتوسط الحسابي: 2.42 الانحراف المعياري: 1.35 المدى: 4 التباين: 1.84

من أكثر أسباب تفضيل الطلبة لمضامين الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس هو السبب الثاني المتمثل في السرعة و التحديث المستمر للمعلومات بنسبة 36.5 %، و مثلت هذه النسبة فئة الإناث بأغلب التكرارات المتمثل في 20.6 % حيث ينطوي عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم،و ذلك

1- ماجد سالم تربان، مرجع سبق ذكره، ص.230.

2 - المرجع السابق نفسه، ص.231.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الإلكترونية نشر المعلومات، واستكمالها وتصحيحها، وتحديثها بشكل دائم إلى ما لا نهاية فتتحول بذلك المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور⁽¹⁾ و لم تكن الإمكانية التي يتيحها النشر الفوري في تحديث المواد و الأخبار معروفة بشكل كامل حتى فبراير 1977 عندما استخدمت صحيفة Dallas morning موقعها الإلكتروني لنقل ومتابعة تطورات الأخبار حول الانفجار الذي وقع في مدينة أوكلاهوما، ومتابعة الحدث باستمرار⁽²⁾، وهذا ما يبدو واضحا من خلال متوسط إجابات الطلبة 2.42 أي الاختبار الثاني و في المرتبة الثانية من أسباب تفضيل مضامين الصحف الإلكترونية، أن هذه المضامين تضيف نصوص مرئية سمعية، بأكبر نسبة للإناث قدرت بـ 15.3 %، خاصة و نحن نعيش في عالم حضارة الصورة، فيفضل الطلبة ما يسمعه و يراه بالصوت والصورة أكثر من النص المكتوب، وفي المرتبة الثالثة السعة الكبيرة في المعلومات، واستحوذت على نسبة فئة الإناث بنسبة 10 %، و كما ذكرنا سابقا أن الإناث أكثر تركيزا أو أكثر طلبا للمزيد من المعلومات و الأخبار، حيث تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، و يتهيأ ذلك في اتساع المساحة المتاحة لهاته الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة⁽³⁾.

1 - ماجد سالم تربران، مرجع سبق ذكره، ص. 133.

2 - المرجع السابق نفسه، ص. 133 .

3 - المرجع السابق نفسه، ص. 131 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (36) : يوضح فوائد مضامين الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	فوائد الصحافة الإلكترونية
54.7	93	28.8	49	25.9	44	تثري ثقافتك الإعلامية
14.1	24	10.6	18	3.5	6	تساعدك على تعلم التحرير الصحفي
8.2	14	4.7	8	3.5	6	تساعد على اكتشاف قوالب صحفية
5.9	10	3.5	6	2.4	4	طريقة صياغة العناوين
10	17	5.3	9	4.7	8	اكتساب مهارات لغوية
7.1	12	2.9	5	4.1	7	فوائد أخرى

المتوسط الحسابي : 2.24 الانحراف المعياري : 1.69 المدى : 5 التباين : 2.85

يوضح لنا الجدول أعلاه، فوائد مضامين الصحف الإلكترونية بالنسبة للطلبة من خلال ما تقدمه من مضامين متنوعة، وذلك وفقاً لمتغير النوع، و لذلك نجد أن أغلبية إجابات الطلبة تركزت على الاختيار الأول المتمثل في كون هذه المضامين تثري ثقافتك الإعلامية بنسبة 54.7 %، و أغلب هذه النسبة مثلتها فئة الإناث 28.8 % ذلك أن المبحوثين من عينة الدراسة هم طلبة علوم الإعلام و الاتصال، و يلجئون إلى مطالعة الصحف الإلكترونية لاكتساب مهارات و ثقافة إعلامية، كما أن مضامين الصحف الإلكترونية تساعد الطلبة على تعلم التحرير الصحفي بنسبة 10.6 % بالنسبة للإناث، لذلك نجد أن توجه الفتاة دائماً يكون علمي بالدرجة الأولى، فمضامين الصحف الإلكترونية تساعد الطلبة على كتابة المواضيع الصحفية بطريقة سليمة، نظراً للاحترافية الكبيرة لمضامين الصحف الإلكترونية .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (37) : يوضح ترتيب المواضيع حسب أولوية الإطلاع وفقا متغير الجنس والسن :

السن																المتغيرات
أكثر من 32				32-28				27-23				22-18				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0	0	0	0	0	0	0	1	24.6	15	21.3	17	26.2	16	21.3	13	السياسية
0	0	0	0	0	0	0	0	22.5	9	17.5	7	52.5	21	7.5	3	الاجتماعية
0	0	0	0	0	0	2.7	1	8.1	3	37.8	14	18.9	7	32.4	12	الرياضية
0	0	0	0	0	0	0	0	35.3	6	29.4	5	35.3	6	0	0	الثقافية
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11.1	1	0	0	0	0	الاقتصادية
0	0	0	0	0	0	0	0	55.6	5	11.1	1	13.3	3	0	0	الفنية
0	0	0	0	0	0	0	0	20	1	20	1	0	2	20	1	مواضيع أخرى

المتوسط الحسابي : 2.44 الانحراف المعياري : 1.56 المدى : 56 التباين : 2.43

حاولنا من خلال هذا الجدول ربط العلاقة بين متغير النوع و السن و ترتيب المواضيع التي يطالعها الطلبة حسب أولوية الاطلاع عليها، وجدنا أن هناك اختلاف بين الفئات العمرية الأربعة فالفئة العمرية الأولى [22-18] أكثر المواضيع التي يطالعها الإناث بالدرجة الأولى في المواضيع الاجتماعية بنسبة 52.5 %، و المواضيع الثقافية بنسبة 35.3 % وهذا ما يرجع لخصوصية المرأة -الأنثى- ذلك لأنها تميل إلى قراءة أخبار المجتمع من قضايا سرقة، واغتصاب، واختلاس وغيرها ... والأخبار الثقافية من شعر وأدب ومسرح، بينما الذكور من نفس الفئة العمرية يميلون إلى الأخبار الرياضية بنسبة 32,4 % أما الفئة العمرية الثانية [27-23] فيفضلون المواضيع الثقافية بأكبر نسبة لدى الإناث 35,3

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

%، والمواضيع السياسية لدى الذكور بنسبة 21,3%، والإناث 24,6%، أما المواضيع الرياضية فتبقى من نصيب الذكور بنسبة 37,8%، لم تتغير الاختيارات كثيرا في هذه الفئة العمرية إلا الأخبار والمواضيع السياسية نظرا لتقدم سن هذه الفئة وزيادة وعيها واهتمامها بما يدور في الساحة السياسية .

جدول رقم (38) وضح ترتيب المواضيع حسب أولوية الاطلاع عليها وفق متغير الجنس:

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ترتيب	نسبة	ترتيب	نسبة	ترتيب	نسبة
السياسية	29	17.1	32	18.8%	61	35.9
الاجتماعية	10	5.9	30	17.6	40	23.5
الرياضية	27	15.9	10	5.9	37	21.8
الثقافية	5	2.9	12	7.1	17	10
الاقتصادية	1	0.6	0	0	1	0.6
الفنية	1	0.6	8	4.7	9	5.3
مواضيع أخرى	2	1.2	3	1.8	5	5.3

يوضح لنا الجدول المقابل أن من أهم المواضيع التي يقوم الطلبة بالاطلاع عليها هي المواضيع السياسية وذلك بنسبة 35.9% ومثل الإناث أكبر نسبة في مطالعة هذه المواضيع والتي قدرت ب 18.8% ويرجع توجه الطلبة للمواضيع السياسية لدرجة الوعي التي يتمتعون بها خاصة بحكم التخصص الذي يدرسونه يتطلب المتابعة الدائمة للأحداث والأخبار في مختلف بقاع العالم وليس على المستوى المحلي فحسب ، وتأتي المواضيع الاجتماعية في الدرجة الثانية وذلك بنسبة 23.5% وهذه المرة غلب عنصر الإناث على الذكور ولهذا مبرراته حيث مثلت نسبة الإناث الذين يطالعون المواضيع الاجتماعية نسبة 17.6% فأكثر ما يشد الإناث أو المرأة على وجه الخصوص مواضيع المجتمع وقضايا الأسرة والجرائم والأحداث الإنسانية وتأتي المواضيع الرياضية في الدرجة الثالثة بنسبة 21.8% حيث مثل الذكور أعلى نسبة في مطالعة المواضيع الرياضية قدرت هذه النسبة ب

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

15.9% خاصة في السنوات الأخيرة زاد اهتمام الشباب خاصة منهم الذكور بالتظاهرات

الرياضية وكل ما يتعلق بالفريق الوطني نظرا للأحداث المتعاقبة والهامة للرياضة .

جدول رقم (39) : أبرز الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها في الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس والمستوى الجامعي :

المتغيرات																الأنواع الصحفية
السن																
أكثر من 32				32-28				27-23				22-18				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
0	0	1.5	1	0	0	3	2	22.4	15	26.9	18	29.9	20	16.4	11	الخبر
0	0	0	0	0	0	0	0	36.4	4	18.8	2	18.2	2	27.3	3	التقرير
0	0	0	0	0	0	0	0	66.7	2	0	0	33.3	1	0	0	بور تري
0	0	0	0	0	0	0	0	18.2	4	36.4	8	27.3	6	18.2	4	التعليق
0	0	0	0	0	0	0	0	31.6	6	10.5	2	36.8	7	21.1	4	ريبورتاج
0	0	0	0	0	0	0	0	23.1	6	23.1	6	42.3	11	11.5	3	تحقيق
0	0	9.1	1	0	0	0	0	18.2	18	2	45	5	5	9.1	1	حديث صحفي
9.1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	36.4	4	27.3	3	27.3	3	عمود

المتوسط الحسابي : 3.54 الانحراف المعياري : 2.44 المدى : 7 التباين : 5.98

يتبين لنا من الجدول المقابل أنه من أبرز الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها وفقا لمتغير النوع والسن، هي الخبر، خاصة في الفئتين الأولى والثانية [22-18] و [23-27] ومثلت نسبة الإناث أكبر نسبة في الفئة العمرية الأولى [22-18] بنسبة 29,9 % ، أما الفئة العمرية الثانية فمثلها الذكور بنسبة 22,4 % ، أما التقرير فمثلتها نسبة الذكور من الفئة

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

العمرية الأولى بنسبة 27,3 %، ونسبة الإناث من الفئة العمرية الثانية بنسبة 36,4 %، أما البور تريه والذي احتل المرتبة الأولى في الاختيارات وبالتحديد الفئة العمرية الثانية بنسبة 66,7 % لدى الإناث، أي أن كل الأنواع الصحفية أخذت حضاها لكن الأنواع الصحفية الإخبارية احتلت أكبر النسب (الخبر، التقرير، البور تريه)، فالخبر الإلكتروني يخضع في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة، تمكن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث، وتزوده بالصور والخلفيات، بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المتشابهة وقواعد البيانات والمعلومات. ويعرف الخبر الإلكتروني بأنه " تقرير عن حادث يهتم جمهوره بمعرفته" وهناك ثلاثة عوامل رئيسية تشكله، وهي الحقائق، التشويق، القراء أي أن الهدف من الخبر جذب القراء لقراءته. (1) كما أن التقرير الإلكتروني مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتعلق على ما هو أعمق من الخبر ويستمد من المعلومات الموثقة (2).

جدول رقم (40) : يوضح أكثر الصحف تصفحا حسب متغير الجنس واللغة المتقنة :

اللغة المتقنة																المتغيرات أنواع الصحف
لغات أخرى				الفرنسية				الإنجليزية				العربية				
أنتى		ذكر		أنتى		ذكر		أنتى		ذكر		أنتى		ذكر		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
3.5	04	1.8	02	18	21	13.3	15	7.	08	7.	8	24	28	23.9	27	الجزائرية
		%		%		%		%		%		%		%		
4.8	02	00	0	19	08	9.5	04	7.	03	7.	3	33	14	19	08	العربية
6.7	01	13.3	02	20	03	13.3	02	6.	01	6.	1	13	02	20	03	الأجنبية

المتوسط الحسابي : 1.42 الانحراف المعياري : 0.65 المدى : 2 التباين : 0.42

من خلال هذا الجدول نلاحظ توجهات الطلبة نحو نوعية الصحف الأكثر تصفحا وذلك وفقا لمتغير النوع، وعلاقتها بمتغير اللغة المتقنة التي يكون لها دور في تحديد الصحيفة التي يتصفحها الطالب ويتجه إليها، وكذلك فإن أغلب الطلبة من الذكور والإناث

1 - ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص. 237 .

2 - المرجع السابق نفسه، ص. 238 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

يطالعون الصحف الجزائرية بحكم إتقانهم اللغة العربية، الذكور بنسبة 23,9 %، والإناث بنسبة 24,8 % ونفس الشيء بالنسبة للصحف العربية، لكن هذه المرة مثلت النسبة فئة الإناث 33,3 %، من خلال هذه النتائج نلاحظ أن إتقان اللغة دور في تحديد نوعية الصحيفة التي يطالعها الطالب أما إتقان اللغة الانجليزية منخفض لدى الذكور والإناث فهنا قد تكون في هذه الحالة الصحف الأجنبية مقتصرة على الصحف الفرنسية فقط حيث مثلت نسبة الإناث الذين يطالعون الصحف الأجنبية يتقنون اللغة الفرنسية أكبر بنسبة 20 %، وهذا يوحي بأن هذه الصحف على الأرجح قد تكون ناطقة بالفرنسية، أما إتقان لغات أخرى فكان كذلك منخفضا .

جدول رقم (41) : يوضح أهم الصحف الجزائرية التي يفضل الطلبة مطالعتها حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس الصحف الجزائرية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
36.5	62	23.5	40	12.9	22	الشروق أون لاين
20.6	35	11.8	20	08.8	15	الخبر
14.7	25	03.5	06	11.2	19	الهداف
0.6	01	00	00	0.6	01	البلاد أون لاين
05.9	10	03.5	06	02.4	04	النهار أون لاين
02.4	04	02.4	04	00	00	أخبار اليوم
04.7	08	01.2	02	03.5	06	EL WATTEN
12.4	21	08.8	15	03.5	06	LIBERTÉ
0.6	01	0.6	01	00	00	EL MOUDJAHID
01.8	03	0.6	01	01.2	02	صحف أخرى

المتوسط الحسابي : 3.22 الانحراف المعياري : 2.65 المدى : 9 التباين : 7.02

يبين لنا هذا الجدول أهم الصحف التي يطالعها الطلبة- الصحف الجزائرية- حسب متغير الجنس، فنجدها بالترتيب وعلى التوالي احتلت صحيفة الشروق أون لاين المرتبة الأولى بنسبة لدى الإناث تفوق نسبة الذكور، 23,5 % أما الذكور 12,9 % والنسبة

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الإجمالية 36,5 %، فاحتلت في السنوات الأخيرة صحيفة الشروق أون لاين الجزائرية مكانة مرموقة لدى الجماهير . فهي من أكثر الصحف شعبية وتوزيعاً، سواء في نسخها الورقية أو الإلكترونية، خاصة بعد الأحداث الرياضية التي شهدتها الجزائر ضد مصر، والنسبة مرتفعة لدى الإناث بالتحديد، لأن هذه الصحيفة تتميز بتنوع مواضيعها التي ترضي كافة الشرائح الاجتماعية على اختلاف توجهاتهم وأجناسهم، تلت هذه الصحيفة صحيفة " الخبر" بنسبة 20.6% عند كل من الذكور و الإناث، على اعتبار أن هذه الجريدة كانت الجريدة رقم 1 في الجزائر، لكن تراجع شعبيتها قليلاً، أما الصحف الناطقة بالفرنسية نجد صحيفة "Liberté" بنسبة 12.4% لدى الذكور و الإناث معاً، ونستنتج من خلال هذا الجدول أن أغلب الصحف التي احتلت نسب مرتفعة هي صحف إلكترونية ذات نسخ ورقية، وهذا يدل على أن قراء هذه الصحف كانوا من قبل يقرؤونها في نسخها الورقية عند مواكبتهم للتكنولوجيا الحديثة، أصبحت الانترنت ملاذاً لهم لتعويضهم عن الورقية.

جدول رقم (42) : يوضح أسباب تفضيل الصحف الجزائرية حسب متغير الجنس:

أسباب التفضيل	الذكور		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
تعالج مواضيع محلية ووطنية	36.5	62	43.5	74	80	136
الحرية في معالجة المواضيع والمصادقية	03.5	06	08.8	15	12.4	21
يكتب فيها صحفيين مشهورين	01.2	02	01.8	03	02.9	05
أسباب أخرى	02.9	05	01.8	03	04.7	08

المتوسط الحسابي : 1.32 الانحراف المعياري : 0.75 المدى : 3 التباين : 0.56

من أهم أسباب مطالعة الطلبة للصحف الجزائرية حسب متغير النوع، نجد في الدرجة الأولى كون هذه الصحف تعالج مواضيع محلية وطنية وذلك بنسبة 80%، وتلت النتيجة لبقية الاقتراحات، ومثلت نسبة الإناث أكبر نسبة 43.5%، وفعلاً فيبحث القراء من

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الطلبة سواء كانوا إناث أو ذكور على تغطية مفصلة للأحداث الداخلية، التي تجرى على مستوى الوطن أو على مستوى الولاية التي يقطن بها هذا الشخص، فقد لا يتشبع من هذه التفاصيل في الوسائل السمعية البصرية، بينما يجدها في الصحف الإلكترونية.

وهذا يتشابه مع نتائج الدراسة التي أجراها الباحث " رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ على النخبة المصرية، حيث كانت أكثر أنواع الصحف الإلكترونية تفضيلاً هي الصحف المصرية بنسبة 80.9%، تليها الصحف العربية بنسبة 69.6%، ثم الصحف الأجنبية بنسبة 35.5% وأرجع هذا الباحث أسباب انخفاض نسبة التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية وإرتفاع نسبة الصحف الإلكترونية المصرية لما يلي:

1- أن الصحافة الإلكترونية المحلية دائماً ما تجذب اهتمام المستخدمين بما تنشره من أخبار محلية، وخدمات إضافية كالوظائف الخالية وأسواق العقارات والسيارات.

2- أن اللغة لا تزال تشكل عائقاً هاماً لمستخدمي الانترنت من العرب، حيث يوجد في العالم 6000 لغة لا توجد منها سوى 500 لغة ممثلة على الانترنت معظمها ذو تواجد ضعيف للغاية، وهو وضع ينذر بهوة لغوية تفصل بين لغات دول العالم المتقدم ولغات دول العالم النامي غير القادر على مساندة لغتها في المعركة اللغوية الطاحنة عبر الانترنت، الجدير بالإشارة أن ما يقرب من 80% من المعلومات المتواجدة على الشبكة باللغة الإنجليزية، وبالرغم من ارتفاع نسبة اللغة الإنجليزية على الانترنت إلا أنها آخذة في التناقص، فقد مثلت الإنجليزية في بداية ظهور الانترنت ما يزيد عن 95% من حجم البيانات المتبادلة وهناك توقعات لأن تفقد اللغة الإنجليزية وضعها المعلوماتي المتميز عام 2015.⁽²⁾

1 - رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 190 .

2 - المرجع السابق نفسه ، ص 190 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (43) : يوضح أهم الصحف العربية حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس أهم الصحف العربية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
45.3	77	22.9	39	22.4	38	الشرق الأوسط
15.9	27	11.2	19	04.7	08	الأخبار
08.8	15	05.9	10	02.9	05	الحياة
13.5	23	04.7	08	08.8	15	الأهرام
08.8	15	05.3	09	03.5	06	القدس
03.5	06	02.9	05	0.6	01	إيلاف
04.1	07	02.9	05	01.2	02	صحف أخرى

المتوسط الحسابي : 2.52 الانحراف المعياري : 1.79 المدى : 6 التباين : 03.22

بين لنا الجدول المقابل توزيع أهم الصحف التي يفضل الطلبة مطالعتها -الصحف العربية- وجاءت جريدة الشرق الأوسط في مقدمة الصحف العربية التي يطالعها الطلبة بنسبة 43.3% بنسب متساوية بين الذكور والإناث، ويرجع ذلك لشهرة هذه الصحيفة وعراقتها ، فهي من أبرز الصحف التي انكبت في أهدافها و مطامحها في معالجة كل القضايا القومية العربية والإسلامية، ثم تليها صحيفة الأخبار المصرية بنسبة 15.9 % ، وهذه النسبة تتفوق عند الإناث مقابل الذكور بنسبة 11.2 % ، و في المرتبة الثالثة صحيفة الأهرام المصرية بنسبة 13.5 %، لكن هذه المرة نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث بنسبة 8.8 % ، كما أن هناك من الإجابات من ذكر أسماء صحف أخرى يقوم بمطالعتها مثل صحيفة : اليوم السابع ، الجمهورية ، النجاح ، القدس العربي ، و هناك أسماء أخرى توحى على أن الطلبة يخلطون بين المدونات والصحف الإلكترونية، وبين القنوات الإخبارية ذات المواقع الإلكترونية فهناك من ذكر اسم : بانين ، فرفش ، كمدونات، أو اسم: العربية ، الجزيرة ، عربي BBC...كمواقع إخبارية إلكترونية .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (44) : يوضح أسباب تفضيل الصحف العربية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس أسباب تفضيل الصحف العربية
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
25.3	43	14.7	25	10.6	18	بلاغة اللغة
56.5	96	30	51	26.5	45	تعالج قضايا قومية
14.7	25	8.8	15	5.9	10	تتمتع بمهارات فائقة في التحرير
3.5	6	2.4	4	1.2	2	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 1.96 الانحراف المعياري : 0.73 المدى : 3 التباين : 0.54

يرجع الطلبة أسباب تفضيل الطلبة للصحف الإلكترونية العربية وفقا لمتغير النوع إلى السبب الثاني المتمثل في كون هذه الصحف تعالج قضايا القومية بنسبة 56.5 % ، و النسبة الأكبر توفرت لدى الإناث بنسبة 30 % ، هذا يدل على أن الطلبة شغوفين بالاطلاع على القضايا التي تمتد من الخليج إلى المحيط أي الوطن العربي و قضايا القومية، كالهوية العربية والإسلامية والانتماء، والقضية الفلسطينية، حيث واكب توزيع هذه الاستمارة ظهور موجة الاحتجاجات وثورات الشباب العربية في كل من تونس و مصر و ليبيا وغيرها من الدول العربية، ثم تليها وبنسبة 25.3% بلاغة اللغة، فالصحف العربية قد تمتلك ناصية اللغة والأدب بحكم إتقانهم للغة العربية خاصة الصحف المشرقية و المصرية بصفة خاصة .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (45) : يوضح أهم الصحف الأجنبية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الصحف الأجنبية
73.5	125	43.5	74	30	51	LE MONDE
5.3	9	2.4	4	2.9	5	THE GURDIAN
3.5	6	2.4	4	1.2	2	THE NEWNORK TIMES
3.5	6	1.8	3	1.8	3	THE SUNDY TIMES
0.6	1	0.6	1	0	0	THE WASHINGTON
1.8	3	1.2	2	0.6	1	USA TODAY
1.2	2	0.6	1	0.6	1	INDEPENDANT
6.5	11	2.9	5	3.5	6	LE PARISIEN
4.1	7	0.6	1	3.5	6	صحف أخرى

المتوسط الحسابي : 2.19 الانحراف المعياري : 2.42 المدى : 8 التباين : 5.88

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أهم الصحف الأجنبية التي يفضل الطلبة مطالعتها و بالدرجة الأولى صحيفة LE MONDE الفرنسية بنسبة 73.5 % ،ومثل الإناث اكبر هذه النسبة 43.5 % ،وكما ذكرنا سابقا انه حتى إن يطالع الطلبة صحف أجنبية فان أغلبها تكون ناطقة بالفرنسية بحكم اللغة المتقنة،والعامل التاريخي-الاستعمار- فميل الطلبة وخاصة من الإناث إلى صحيفة فرنسية عريقة ،وباقى الصحف الأخرى تنوعت نسبها من صحيفة إلى أخرى ،حيث نجد أن اقل نسبة كانت من نصيب صحيفة أمريكية مشهورة في العالم THE WASHINGTON بنسبة 0.6 % هذا دليل على أن اللغة التي يتقنها الطالب لها دخل في تحديد نوعية الصحيفة التي يطالعها.

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
 الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (46) : يوضح أسباب تفضيل الصحف الأجنبية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	أسباب تفضيل الصحف الأجنبية
62.4	106	35.3	60	27.1	46	بحكم إتقان لغات أجنبية
16.5	28	11.2	19	5.3	9	مستوى أفضل في تقديم المعلومات
15.9	27	8.2	14	7.6	13	تغطية شاملة للأحداث
5.3	9	1.2	2	4.1	7	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 1.64 الانحراف المعياري : 0.93 المدى : 3 التباين : 0.87

من أهم أسباب تفضيل الطلبة لمطالعة الصحف الأجنبية حسب متغير النوع .هو السبب الأول المتمثل في أن هذه المطالعة تكون بحكم إتقان لغات أجنبية بنسبة 62.4 % و هذه النسبة كانت كبيرة لدى الإناث بنسبة 35.5% هذا السبب قد أشرنا إليه سابقا و اتضح من نوعية هذه الصحف. فنجد أن الطلبة أغلبهم يتقنون اللغة الفرنسية وبالتالي اختاروا الصحف الفرنسية وجاء تقديم هذه الصحيفة لمستوى أفضل من المعلومات في المرتبة الثانية بنسبة 16.5 %، فقد تقدم حتى الصحف الجزائرية و العربية معلومات مفيدة.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
 الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.
 ثانيا: اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية

جدول رقم (47) : يوضح أهم ما يشد الطلبة نحو الشكل الإخراجي حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ما يشد في الشكل الإخراجي
11.2	19	7.1	12	4.1	7	تصميم واجهة الصحيفة
8.8	15	6.5	11	2.4	4	التصميم الثابت والمتغير للصحفية
12.4	21	2.9	5	9.4	16	الإيقاع المرفق مع المواضيع والإعلانات
28.8	49	15.3	26	13.5	23	أسلوب عرض الموضوعات
17.1	29	11.2	19	5.9	10	الأخبار والمعلومات المتحركة
13.5	23	7.6	13	5.9	10	الألوان والصور
4.7	8	2.4	4	2.4	4	شكل وحجم الخط
3.5	6	2.9	5	0.6	1	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 4.9 الانحراف المعياري : 1.78 المدى : 7 التباين : 3.19

يوضح لنا الجدول التالي أهم ما يشد الطلبة نحو الشكل الإخراجي حسب متغير النوع نجد أن أسلوب عرض الموضوعات أهم ما يشد الطلبة نحو مطالعة الصحف الإلكترونية نسبة 28.8 %، مثل هذه النسبة الإناث بنسبة 15.3 % ، و هي الطريقة التي تسلكها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها ، وقد يكون هذا أمام أفقية العرض و رأسية العرض ، و تشمل على أسلوبه الأفقي و الذي يتم عرض الأخبار و موضوعات الصحيفة بشكل أفقي ، وأسلوبه الرأسي وهو أسلوب يعرض من خلال الموضوعات و

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الأخبار بطريقة راسية و التي يسمح بعرض العديد من الأخبار و الموضوعات متجاوزة مع بعضها البعض ، و الأسلوب المختلط وهو الذي يجمع بين العرض الأفقي و الرأسي في تقديم الأخبار و الموضوعات الصحفية (1). وفي المرتبة الثانية جاءت الأخبار و المعلومات المتحركة بنسبة 17.1 % ، و النسبة عند الإناث 11.2 % أكبر نسبة من الذكور ، حيث يعتبر عامل الحركة أبرز ميزة تميز الصحف الإلكترونية وعامل جذب للطلاب، ثم تليها الألوان والصور، فيجب مراعاة تقديم الألوان التي تكون متدرجة من أعلى الطبقة إلى أقل الطبقة، بسبب أن يحظى كل عنصر بنائي على حركته الذاتية الخاصة به ويدفع الحركة مماثلة للعناصر البنائية المقابلة(2)

جدول رقم (48) : يوضح أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها في الشكل الإخراجي حسب متغير الجنس

الاعتبارات	الذكور		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
حركة العين	14.7	25	17.6	30	32.4	55
القوائم والمساحات البيضاء	4.1	7	6.5	11	10.6	18
استخدام الألوان	12.9	22	15.9	27	28.8	49
العناوين المتحركة	12.4	21	15.3	26	27.6	47
اعتبارات أخرى	0	0	0.6	1	0.6	1

المتوسط الحسابي : 2.54 الانحراف المعياري : 1.22 المدى : 4 التباين : 1.49

يبين لنا هذا الجدول أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها في الشكل الإخراجي حسب متغير النوع، و المتمثلة بالدرجة الأولى في حركة العين فأغلب إجابات الطلبة ركزت على

1 - زبير منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص.ص. 41 .

2 - ماجد سالم تربران،مرجع سبق ذكره،ص.ص. 49 ، 50 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

هذا العنصر بنسبة 32.4 %، وفي هذا فإن الحركة في الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد خلال صفحة الويب والتي يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات، كضرورة ترتيب العناصر المتشابهة وبطريقة متدرجة، وضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط، و ضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك حركة عشوائية (1). والعنصر الثاني متمثل في استخدام الألوان بنسبة 28.8 % و مثل الإناث أعلى هذه النسبة 15.9 %، وهذا راجع لخصوصية المرأة التي تميل إلى الألوان و الحركة على السواء . وتمثلت المرتبة الثالثة في العناوين المتحركة بنسبة 27,6 % وهي عناوين الأخبار الدولية وعناوين الأخبار الداخلية ،ويجب أن تكون هذه متساوية الألوان في الصفحة وبنفس الحجم (2) .

جدول رقم (49) : يوضح المرفقات حسب متغير الجنس :

المجموع	أنثى		الذكر		المرفات	الجنس
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
7.1	12	5.3	9	1.8	3	الصوت
34.7	59	12.8	31	16.5	28	الفيديو
8.8	15	4.7	8	4.1	7	إيقاع وموسيقى
26.5	45	14.1	24	12.4	21	الصورة
18.2	31	10.6	18	7.6	13	وسائط متعددة
4.7	8	2.9	5	1.8	3	الإعلانات

المتباين: 1.97

المدى: 5

الانحراف المعياري: 1.4

المتوسط الحسابي: 3.28

1 - ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره ، ص.42 .

2 - المرجع السابق نفسه ، ص 48 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول الذي يبين لنا أهم ما يرفق به المواضيع - المرفقات - حسب متغير النوع، نجد أن أغلب الإجابات تركزت على الفيديو بنسبة 34,7 %، توزعت بين الإناث بنسبة 18,2 %، والذكور بنسبة 16,5 %، ثم تليها الصورة بنسبة 26,5 %، ثم في المرتبة الثالثة الوسائط المتعددة بنسبة 18,2 % .

فيمكن أن توصف ملفات الفيديو بأنها الملفات الجامعة لكل الوسائط المتعددة، وتحتوي بذلك على الصوت والصورة والمؤثرات الحركية الجاذبة (1). كما لا يخفى على أحد منا أننا نعيش في عصر عولمة الصورة أو حضارة الصورة التي أصبحت أبلغ تعبير، أما الوسائط المتعددة فتكمن في إضافة الصوت والصورة والفيديو والتأثيرات المختلفة إليها بكل يسر، مما يزيد من إقبال وشد انتباه القارئ إليها، فالخبر يأتي بكل تفاصيله الصوتية والمرئية، على عكس رتابة أخبار الصحف المطبوعة التي تعتمد على النص وبعض الصور (2) ولذلك فإن الوسائط المتعددة تجمع بين كل ما ذكر من فيديو، صوت، صورة ومؤثرات حركية... ولذلك تركزت الإجابات في هذه العناصر الثلاث كشرط لا بد من أن يرفق بها الخبر في أي موضوع.

1 - زيد منير سليمان ، مرجع سبق ذكره، ص.47.

2 - حسين شفيق، الإعلام التفاعلي: بين التفاعلية والرقمية ،مرجع سبق ذكره، ص.74.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (50) : يوضح الشكل الإخراجي بالنسبة للقارئ حسب متغير الجنس :

المجموع	أنثى		الذكر		الجنس	الشكل الإخراجي
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
14.1	24	5.3	9	8.8	15	أكثر توازنا
41.8	71	22.4	38	19.4	33	له قدرة على إحداث تأثيرات نفسية
13.5	23	9.4	16	4.1	7	حركة مرتبة ومنسقة ومنظمة
24.1	41	15.3	26	8.8	15	يتميز بوحدة الموضوع
5.9	10	3.5	6	2.4	4	حركة عشوائية
0.6	1	0	0	0.6	1	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 2.68 الانحراف المعياري : 1.19 المدى : 5 التباين : 1.41

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول المعروض أمامنا ، والذي يوضح تقييم الشكل الإخراجي من ناحية الطالب ، أو ما الذي يعنيه الشكل الإخراجي بالنسبة للطلبة دائما وفقا لمتغير النوع ، نجد أن إجابات الطلبة تركزت على الاختيار الثاني المتمثل في أن للإخراج قدرة على إحداث تأثيرات نفسية وذلك بنسبة 41,8 % ، كما لاحظنا دائما تفوق إجابات الإناث على الذكور بنسبة 22,4 % ، فمن أسس الإخراج الصحفي الأسس النفسية ، فعندما نتحدث عن الأسس النفسية فإننا نتحدث عن الإدراك Perception ، العملية الذهنية التي تعقب الرؤية ، أي إحساس العين بالموجات الضوئية ، ذات الأطوال و الإتساعات المختلفة ذلك أن الصحيفة وسيلة تؤثر في القارئ وتتأثر به في تلبية ميوله ورغباته ، فلا بد من دراسة نفسية هذا القارئ لنجاح عملية التأثير ، ومن أهم العوامل النفسية : السن ، اتجاهات الرأي

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

أذواق القراء، العقلية، العادات القرائية. خاصة استعمال الألوان من أهم الموضوعات التي تدرس دراسة نفسية، فمن الثابت أن الألوان تثير انتباه القراء وتخلق أثرا محببا لأول وهلة، ويعنى المخرج الصحفي كذلك بالارتباطات النفسية للألوان .

جدول رقم (51) : يوضح الشكل الإخراجي في الصحف الجزائرية بالنسبة للطلبة حسب متغير الجنس

الجنس	الذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
الإخراج الجزائري						
ناقص	8.2	14	7.1	12	15.3	26
متوسط	32.4	55	45.3	77	77.6	132
ممتاز	3.5	6	3.5	6	7.1	12

المتوسط الحسابي : 1.92 الانحراف المعياري : 0.46 المدى : 2 التباين : 0.21

يوضح لنا الجدول أعلاه تقييم الطلبة للشكل الإخراجي للصحف الجزائرية حسب متغير النوع، وأجمعت اغلب الإجابات على أن الشكل الإخراجي للصحف الجزائرية حسب وجهة نظر الطلبة هو متوسط بنسبة 77,6 %، بمعنى أن الطلبة يتقبلون الصحف الجزائرية الإلكترونية بشكلها المعتاد حيث لا يصنفون هذا الشكل في درجة الضعيف أو الناقص، أي يقتنعون بجانب من جوانب هذا الشكل، كما أن هذا الشكل الإخراجي لا يرتقي إلى درجة الممتاز، وهذه النسبة تدل على قدرة الصحف الجزائرية في أن تحسن من شكلها الإخراجي الذي يتقبله الطلبة، وفي المرتبة الثانية نجد درجة ناقص بنسبة 15,3 % ومثل الذكور أعلى هذه النسبة 8,2 %، ذلك أن الأذواق تختلف بين النوعين، أما درجة ممتاز فمثلت نسبة 7,1 %، وهي نسبة تنبئ بتقبل الشكل الإخراجي للصحف الجزائرية وقدرتها على التحسين من هذا الشكل .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الجدول رقم (52): يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس اقتراحات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
35.9	61	21.2	36	14.7	25	توازن أكثر بين الخط والموضوع
17.6	30	10.6	18	7.1	12	توظيف الألوان
13.5	23	7.6	13	5.9	10	زيادة الحركة
21.8	37	10.6	18	11.2	19	زيادة الإيقاع والصوت والصورة
6.5	11	2.6	5	3.5	6	زيادة الإعلانات
4.7	8	2.6	5	1.8	3	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 2.59 الانحراف المعياري : 1.53 المدى : 5 التباين : 2.36

يوضح لنا الجدول المقابل اقتراحات للنهوض بالشكل الإخراجي للصحف الجزائرية حسب متغير النوع، سواء كان تقييمهم للشكل ناقص أو حتى ممتاز، أي هذه الاقتراحات تكون بناء على آراء الطلبة، و من أبرز هذه الاقتراحات جاء في مقدمتها ضرورة تحقيق التوازن بين الخط و الموضوع وذلك بنسبة 35.9 %، فالشيء الذي يريد الطلبة أن يتحقق في الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية، فالتوازن هو إحساس بتوازن وتساهل عناصر التصميم وعدم انتقال جزء من الصحيفة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر ، ويشمل التوازن على أشكال مثل: التوازن الإشعاعي / اللاتماثلي / التماثلي (1) .

ولذلك يجب على الصحيفة أن توازن بين نوع الخط و حجمه و لونه و بين طبيعة الموضوع المعروض، لتتحقق وحدة الموضوع و الذي يقصد بها جعل كل موضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات (2) وتمثل الاقتراح الثاني في زيادة الإيقاع والصوت والصورة وذلك بنسبة 21,8 %، فتحدثنا سابقا على ضرورة توظيف الوسائط المتعددة، فالإيقاع هو تكرار عناصر التصميم مثل الأشكال والألوان والخطوط والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية ، والصوت له مكانة عالية في التصميم، ويستفيد من الصوت في أن يقدم للمصمم قناة منفصلة عن العرض و يستخدم لتقديم لمحة عن مكان الحدث في نفس الوقت الذي تقدم فيه الصورة ومن خلال المؤثرات الصوتية يمكن خلق جو نفسي يجعل المستخدم يتفاعل مع الرسالة الإعلامية المقدمة له فرحا أو غضبا (3) أما الصورة سواء كانت متحركة - فيديو - أو صور ثابتة التي تستخدم لعرض الأخبار الحية و بثها، إلى جانب اللقطات الأرشيفية المسجلة و تتميز هذه العناصر بأنها تعطي الأحداث واقعية تدعم المواد المنشورة (4) وفي ثالث اقتراح تمثل في توظيف الألوان و ذلك بنسبة 17.6 %، والتي يجب أن تكون متدرجة من أعلى الطبقة إلى أقل الطبقة (5).

1 - زيد منير سليمان ،مرجع سبق ذكره ،ص.42 .

2 - المرجع السابق نفسه ،ص.42..

3 - المرجع السابق نفسه ، ص. 47 .

4 - ماجد سالم تريان،مرجع سبق ذكره،ص.205.

5 - المرجع السابق نفسه،ص. 49.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (53) : يوضح الشكل الإخراجي في الصحف العربية بالنسبة للطلبة حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الشكل الإخراجي للصحف العربية
18.2	31	11.8	20	6.5	11	ناقص
64.7	110	34.7	59	30	51	متوسط
17.1	29	9.4	16	7.6	13	ممتاز

المتوسط الحسابي : 1.99 الانحراف المعياري : 0.59 المدى : 2 التباين : 0.35

نلاحظ من خلال هذا الجدول تقييم الطلبة للشكل الإخراجي وهذه المرة للصحف الإلكترونية العربية حسب متغير النوع، نجد أن أعلى نسبة تركزت على درجة متوسط بنسبة 64.7 %، وهي قريبة من النسبة التي قيمت بها الصحف الجزائرية، لكن النسبة ارتفعت في درجة ممتاز بالمقارنة بالنسب التي تحصلنا عليها في تقييم الشكل الإخراجي للصحف الجزائرية وهي 17.1 %، وهذا يعني أن الصحف العربية حسب وجهة نظر الطلبة لا تختلف كثيرا عن رؤيتهم أو تقييمهم للصحف الجزائرية، على اعتبار هذه الصحف ناطقة بالعربية، كما أن الشكل الإخراجي لها متقارب .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (54) : يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية العربية حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس اقتراحات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
24.7	42	14.1	24	10.6	18	زيادة الحركة
17.6	30	8.8	15	8.8	15	مراعاة التوازن بين الخط والموضوع
21.8	37	10	17	11.8	20	توظيف الصوت والصورة والفيديو
5.9	10	2.9	5	2.9	5	رفع حدة الألوان
12.4	21	7.1	12	5.3	9	حذف الإعلانات
8.2	14	5.3	9	2.9	5	تغيير الإيقاع
3.5	6	2.4	4	1.2	2	زيادة الإعلانات
5.3	9	4.7	8	0.6	1	تقليل من الحركة
0.6	1	0.6	1	0	0	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 3.32 الانحراف المعياري : 2.11 المدى : 8 التباين : 4.48

يبين لنا هذا الجدول أهم اقتراحات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية العربية، نجد أن أبرز اقتراح تمثل في زيادة عنصر الحركة بنسبة 24.7 % فالحركة هي الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب والتي يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات فيها،

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

فحركة التصميم تشمل الاتجاه، النوع، المعدل، التباين، المحاذاة (1) أما الاقتراح الثاني فتمثل في توظيف الصورة والصوت والفيديو بنسبة 21.8 %، وهو يتوافق مع نفس الاقتراح الخاص بالصحف الإلكترونية الجزائرية، أما الاقتراح الثالث فتمثل في مراعاة التوازن بين الخط والموضوع بنسبة 17.6 %، وتركزت اقتراحات الطلبة على زيادة الحركة وذلك لكون الإخراج الصحفي العربي لا يوظف الكثير من الحركة التي يجذبها الطلبة كشريحة من الشباب تميل إلى الحركة والتفاعل أكثر مع الصحف الإلكترونية خاصة في الوصلات المرفقة بالمواضيع وهذه الوصلات هي التي تربط بين وحدات المعلومات، وتعمل بمنزلة مؤشرات للانتقال من وحدة إلى أخرى، وعادة تكون الوحدة على شكل كلمة، أو جملة أو زر، أو صورة، أو أيقونة، ويستطيع مستخدمو شبكة المعلومات العالمية تنشيط هذه العلاقة بمجرد النقر عليها بالفأرة (2)

جدول رقم (55) : يوضح الشكل الإخراجي في الصحف الأجنبية بالنسبة للطلبة حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الشكل الإخراجي للصحف الأجنبية
28.2	48	18.2	31	10	17	ناقص
17.6	30	10.6	18	7.1	12	متوسط
54.1	92	27.1	46	27.1	46	ممتاز

المتوسط الحسابي : 2.26 الانحراف المعياري : 0.87 المدى : 2 التباين : 0.76

يبين لنا هذا الجدول تقييم الطلبة للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية وهذه المرة الأجنبية، حيث تركزت معظم الإجابات على درجة ممتاز بنسبة 54.1 % ، بتمثيل متساوي بين الذكور والإناث ، وهذا يدل على الاقتناع الكامل والتام للطلبة بالشكل الذي تقدم به

1 - ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره ،ص. 42 .

2 - محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره،ص. 278.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الصحف الإلكترونية الأجنبية، وهذا معناه انبهار الطلبة بالشكل الإخراجي نظرا لتوفر عناصر قد لا تكون متوفرة في الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية والعربية.

جدول رقم (56) : يوضح اقتراحات للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الأجنبية :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس اقتراحات
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
38.2	65	23.5	40	14.7	25	زيادة الحركة
4.7	8	2.9	5	1.8	3	مراعاة التوازن بين الخط والموضوع
4.1	7	1.2	2	2.9	5	توظيف الصوت والصورة والفيديو
10.6	18	7.6	13	2.9	5	رفع حدة الألوان
6.5	11	1.8	3	4.7	8	حذف الإعلانات
17.1	29	9.4	16	7.6	13	تغيير الإيقاع
4.7	8	1.8	3	2.9	5	زيادة الإعلانات
11.2	19	6.5	11	4.7	8	تقليل من الحركة
2.9	5	1.2	2	1.8	3	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 3.86 الانحراف المعياري : 2.71 المدى : 8 التباين : 7.38

نلاحظ من خلال هذا الجدول الموالي أن أهم الاقتراحات التي قدمها الطلبة للارتقاء

بالإخراج الصحفي الأجنبي تمحورت على عنصر الحركة أي زيادة الحركة بنسبة 38,2 %

وهذا يتوافق مع نفس الاقتراحات التي خصصت للشكل الإخراجي العربي، فأبرز ما يشد

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

القارئ والذي يتم التركيز عليه هو الحركة خاصة حركة العين التي تحتوي على العديد من الحركات ذات الشد البصري الداخلي والخارجي المتمثلة في الأخبار المتحركة والصور المتحركة والمعلومات المتحركة، حيث يستخدم هذا النموذج المعلومات في تقديم الأخبار الحديثة الواردة في الصفحة، وتقديم تلميحات الأشكال الجرافيكية الموجودة في الصفحة، بالإضافة للعناوين المتحركة التي عادة كل منها يكون بعيد عن الآخر من العناوين بحيث لا يتعارضان⁽¹⁾ فعلى الرغم من الحركة المتوفرة على مستوى الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الأجنبية التي تقوم على الحركة فان هذا الأمر غير كافي حسب وجهة نظر الطلبة، أما الاقتراح الثاني فتمثل في تغيير الإيقاع فبالنسبة للإيقاع وخاصة الأجنبي قد يكون صاخبا مقارنة بالإيقاع الجزائري أو العربي، ذلك أن الانتماء إلى مدرسة إخراجية معينة تدل على السياسة التحريرية لهذه الجريدة، فأغلب توجهات الشكل الإخراجي الصحفي للصحف الإلكترونية الأجنبية تميل إلى المدارس المحدثّة التي تركز على الانطلاق والتحرر من كل قيود سواء في الألوان أو الإيقاع وغيرها ... وهذا قد لا يتوافق وتوجهات القارئ العربي الجزائري خاصة الطلبة.

¹ - ماجد سالم تزيان، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 49، 50، 51 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
 الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.
 ثالثا : اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصادقية وحرية التعبير

1- التفاعلية :

جدول رقم (57) : يوضح تفاعل الطلبة مع الصحافة الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
81.8	139	45.9	78	35.9	61	نعم
18.2	31	10	17	8.2	14	لا

المتوسط الحسابي : 1.18 الانحراف المعياري : 0.38 المدى : 1 التباين : 0.15

يبين لنا الجدول التالي تفاعل الطلبة أو عدم التفاعل مع الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع، ويتضح لنا أن نسبة كبيرة من الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية بنسبة 81,8 %، ويمثل الإناث أكبر هذه النسبة 45,9 % فالتفاعلية عملية Process تدعم العمليات المعرفية للمتلقي في علاقته بوسائل الإعلام ومحتواها، وليست منتجاً يرتبط بمهارات التصميم والإنتاج، وليست مهارات التصميم أو الإنتاج سوى أداة للارتقاء بمستوى هذه العملية ونشاطها لتحقيق أكبر قدر من المشاركة والتفاعل أثناء التعرض والعمليات الإدراكية (1) فالتفاعلية Interactive أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية، الذي يمكن أن يكون مباشراً، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه مباشرة من خلال الموقع، كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني (2) ولذلك نجد أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية .

1 - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت .مرجع سبق ذكره،ص21.

2 - سليمان زيد منير،مرجع سبق ذكره،ص.54.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (58) : يوضح أوقات تفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية متغير حسب الجنس:

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الأوقات
15.9	27	5.9	10	10	17	دائما
48.2	82	30.6	52	17.6	30	أحيانا
29.4	50	17.6	30	11.8	20	نادرا
5.9	10	1.2	2	4.7	8	في أغلب الأوقات
0.6	1	0.6	1	0	0	تفاعل دون أن أطلع الصحف

المتوسط الحسابي : 2.27 الانحراف المعياري : 0.82 المدى : 4 التباين : 0.67

يبين لنا الجدول أعلاه أوقات أو مدى تفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع، نجد أغلب الطلبة يتفاعلون أحيانا مع الصحف الإلكترونية بنسبة 48,2 %، ومثل هذه النسبة الإناث بأكبر نسبة هي 30,6 %، هذا يعني عدم التزام الطلبة بالتفاعل مع الصحف الإلكترونية، وفي المرتبة الثانية يتفاعل الطلبة نادرا مع الصحف الإلكترونية بنسبة 29,4 %، وأكبر نسبة من الذكور الذين يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية دائما تمثلت في 10 %، قد لا يبدي الطلبة اهتماما كبيرا بالتفاعل مع الصحف الإلكترونية، ويمكن إرجاع هذا التدني في نسبة المشاركة أو التفاعل إلى قلة العمليات المتاحة خاصة في الصحف الجزائرية على اعتبار أن أغلب الطلبة يطالعون الصحف الإلكترونية الجزائرية، أو عدم تعدد الخيارات المتاحة، وقد يرجع السبب كذلك لعدم سهولة استخدام واجهات التفاعل للبرامج

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

والصفحات والمحتوى، أو عدم الاستجابة إلى مشاركات الطلبة وكذا صعوبة الاتصال والتفاعل وعدم توفر عنصر السرعة قد يكون عائقا بالنسبة للمستخدمين .

جدول رقم (59): يوضح الخدمات التفاعلية التي يمارسها الطلبة في الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الخدمات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
48.2	82	25.9	44	22.4	38	التعليق الإلكتروني على المحتوى
8.8	15	5.3	9	3.5	6	مراسلة الصحفيين و المسؤولين
14.1	24	7.6	13	6.5	11	التصويت الإلكتروني
19.4	33	12.4	21	7.1	12	المشاركة في سبر الآراء
8.2	14	4.1	7	4.1	7	المشاركة في المنتديات
1.2	2	0.6	1	0.6	1	أشياء أخرى

المتوسط الحسابي : 2.34 الانحراف المعياري : 1.49 المدى : 5 التباين : 2.22

يوضح لنا الجدول المقابل أهم الخدمات التفاعلية التي توفرها الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع نجد أن الخدمة التي مثلت أغلب إجابات الطلبة تركزت على الخدمة الأولى المتمثلة في التعليق الإلكتروني على المحتوى بنسبة 48,2 %، ويعتبر إلحاق ردود فعل المتصفحين أو التعليق بالتقارير الإخبارية في الصحف الإلكترونية، سببا في خلق مركز حوار ومحادثة جماهيرية عامة لمكان بارز لا يحتاج لأن يبحث عنه وهذا عكس المنتديات ومجوعات النقاش أو التثقات، التي تتواجد في منطقة بعيدة أكثر من مجال صحيفة

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

الانترنت، وعلى مجموعات مشتركة هامة أكثر، حيث عدد المشتركين بنقاشهم أصغر وأقل، وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة رجوع الصدى الفوري أو المباشر ولذلك نجد أن أهم خدمة هي التي تسمح للقراء في إبداء رأيهم حول الموضوع وكما ذكرنا سابقاً أن هناك طلبة يقرؤون الصحف الإلكترونية من أجل قراءة التعليقات الإلكترونية

جدول رقم (60) : يوضح تسجيل الطلبة في المنتديات الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
49.4	84	25.9	44	23.5	40	نعم
50.6	86	30	51	20.6	35	لا

المتوسط الحسابي : 1.15 الانحراف المعياري : 0.50 المدى : 1 التباين : 0.25

نلاحظ من خلال الجدول المقابل أن 50,6% من الطلبة لا يسجلون أنفسهم في منتديات الصحف الإلكترونية، وأن هناك نسبة مقاربة لهذه النسبة تقوم بالتسجيل في الصحف الإلكترونية 49,4%، فالمنتديات هي نوع من المدونات التي تطورت لتصبح وسيلة للتعبير وتفرض نفسها كنمط جديد للصحافة الإلكترونية، إذ وحتى إن لم يكن البعض الآخر يوافق على هذا التصنيف إلا أنها أصبحت جزء من الصحيفة الإلكترونية، إذ تعتمد العديد من المواقع الصحفية إلى استضافة المدونات كخدمة تفاعلية للقراء وخاصة منها المدونات الخاصة بالصحفيين الذين يرغبون في نشر مقالاتهم الإضافية فيها .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (61) : يوضح مشاركة الطلبة في المنتديات حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس الأوقات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
62.4	106	39.4	67	22.9	39	لا أشرك
5.9	10	2.4	4	3.5	6	مشاركات كثيرة
31.8	54	14.1	24	17.6	30	مشاركات قليلة

المتوسط الحسابي : 1.69 الانحراف المعياري : 0.92 المدى : 2 التباين : 0.85

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين لنا مدى مشاركة الطلبة في المنتديات حسب متغير النوع أن أغلب الطلبة لا يشاركون في هذه المنتديات سواء كانوا مسجلين أو غير مسجلين في هذه المنتديات وذلك بنسبة 62.4 %، لكن هذه النسبة قليلة لدى الذكور قدرت بـ 22.9% وفي المرتبة الثانية كانت المشاركات القليلة بنسبة 31.8% حتى وإن سجل الطلبة أنفسهم في المنتديات فتبقى مشاركتهم قليلة لكن نجد أن مشاركات الطلبة كثيرة وخاصة الذكور مقابل الإناث بنسبة 3.5% هذا ينبأ بغياب ثقافة المنتديات كمجال للإبداع بكل أنواعه .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (62) : يوضح وجود أو عدم وجود الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية

عامل لتصفحها حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		النسبة %	التكرار
		65.9	112	35.9	61	30	51	نعم
		34.1	58	20	34	14.1	24	لا

المتوسط الحسابي : 1.34 الانحراف المعياري : 0.47 المدى : 1 التباين : 0.22

يوضح لنا هذا الجدول ما إذا كان وجود أو عدم وجود الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية دافعا في تصفحها حسب متغير النوع، فأغلب الإجابات ترى بأن الخدمات التفاعلية سبب في تصفح الطلبة للصحافة الإلكترونية وذلك بنسبة 65%، فأهم ما يميز الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية هو إتاحة الخدمات التفاعلية التي تمكن التفاعل بين الأفراد (الجمهور) أو مع القائم بالاتصال وذلك بفضل الإمكانيات التقنية الكثيرة التي تمنحها الانترنت للصحافة الإلكترونية وهي الخدمات التي تسمح للمتلقي باستكمال الطريق الثاني والثالث في الاتصال المرشد، وتسمح له أيضا بتجسيد دور المشارك في عملية الاتصال والإعلام من خلال الأدوات التي تسمح له بالتعليق والمناقشة والتقويم في بعض الحالات.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

جدول رقم (63) : يوضح أسباب تفاعل الطلبة في الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الأسباب
46.5	79	27.1	46	19.4	33	لأن حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية
21.2	36	10	17	11.2	19	التفاعلية متاحة واسعة لا مثيل لها
17.6	30	10	17	7.6	13	الصحافة الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة
4.7	8	2.4	4	2.4	4	تعودت على ذلك
8.2	14	5.9	10	2.4	4	أجد أشخاصا يشاركون بنفس أفكارى
1.8	3	0.6	1	1.2	2	أسباب أخرى

التباين: 1.84

المدى: 5

الانحراف المعياري: 1.36

المتوسط الحسابي: 2.12

يوضح لنا الجدول المقابل أسباب تفاعل الطلبة في الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع ونجد أنه من أهم هذه الأسباب أن حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية بنسبة 46.5% هذا بالمقارنة مع الصحف الورقية وتتجسد الحرية بصورها الواضحة في المشاركة بفيديوهات وصور جريئة قد لا تجرأ الصحف المطبوعة في نشرها ولا حتى التلفزيونات قد

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

لا تبتها، ويتدخل في ذلك عدم التحكم في المعلومات الإلكترونية خاصة منها المنشورة عن طريق الانترنت، كما أن للصحف الإلكترونية مصادر معلومات مثل الأرشيف الإلكتروني، فتأتي خدمة الأرشيف الإلكتروني على جانب من الأهمية، فيعد في حد ذاته مصدرا للبحث، فالقدرة على البحث والتجوال بحرية والحصول على النتائج بسرعة ودقة عالية، كل هذا يمثل فروقا مهمة جدا بين خدمة الأرشيف الصحفي بشكله التقليدي، وبين خدمة الأرشيف الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية، كما انه في الصحافة الإلكترونية باتت عملية الأرشيف والحصول على المعلومات واستدعائها سهلة وميسورة (1) أما السبب الثاني فتمثل في التفاعلية المتاحة واسعة لا مثيل لها بنسبة 21.2%، خاصة عدد العمليات المتاحة (تجول، اختيار، ضبط، مشاركة)، عدا الخيارات المتاحة أو صلات النص وصلات الوسائل وتعدد الأدوات المتاحة (أدوات تزامنية أدوات غير تزامنية) (2).

جدول رقم (64) : يوضح العناصر الواجب توفرها في الخدمات التفاعلية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس	العناصر
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
37.6	64	22.4	38	15.3	26	التطور والتحديث المستمر في نوعية الخدمات	
20	34	9.4	16	10.6	18	سرعة تجاوب المسؤولين مع مشاركة الجمهور	
31.8	54	18.2	31	13.5	23	إعطاء مساحة للقارئ لنشر كل أفكاره وآرائه	
10.6	18	5.9	10	4.7	8	تنوع وتعدد الخدمات في الموقع الصحفي الواحد	

1 - ماجد سالم تريان ، مرجع سبق ذكره ، ص 136 .

2 - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سبق ذكره .ص. 70 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

المتوسط الحسابي : 2.15 الانحراف المعياري : 1.4 المدى : 3 التباين : 1.10

يوضح لنا الجدول المقابل أهم العناصر الواجب توفرها في الخدمات التفاعلية حسب متغير النوع، نجد أن أهم عنصر هو التطوير و التحديث المستمر في نوعية الخدمات بنسبة 37.6 % ، و تتراوح أهداف الوسائل الجديدة من تحقيق التفاعل بين مستوى تحقيق الاستجابة السريعة نحو الأشخاص أو الموضوعات ومستوى مشاركة المتلقي في بناء المحتوى أو الخدمة وذلك من خلال التحديث المستمر في الخدمات، حيث يقوم الاختيار الحر بداية على تحقيق سهولة وسرعة التجول أو الإبحار بين البرامج و الخدمات ووصلات المحتوى المتعددة و المتشعبة وأشكال العرض والتقديم (1) أما في المرتبة الثانية يأتي إعطاء مساحة للقارئ لنشر كل أفكاره وآرائه بنسبة 31.8 % ، و بجانب أدوات التجول والاختيار الحر، فإن مشاركة المتلقي في تحقيق أهداف الاتصال و الإعلام بدءا من تطوير وتغيير المحتوى إلى تقويم العمليات الاتصالية وأهدافها، وتقرض مشاركة المتلقي الاهتمام بأدوات الاتصال والتفاعل مع المحتوى والقائم بالاتصال في قنوات راجعة سواء بالكتابة أو بالصوت أو الصورة أو كلاهما معا (2) .

2- المصداقية وحرية التعبير:

جدول رقم (65) : يوضح مميزات الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المميزات
48.8	83	24.7	42	24.1	41	المصداقية
35.3	61	21.8	37	14.1	24	التحيز
15.3	26	9.4	16	5.9	10	الحياد

المتوسط الحسابي : 1.66 الانحراف المعياري : 0.72 المدى : 2 التباين : 0.53

1 - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ، مرجع سبق ذكره . ص. 65 .

2 - المرجع السابق نفسه . ص. 67 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

يتضح لنا من خلال الجدول المقابل أنه من أبرز مميزات الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع ، أن أهم ما يميز هذه الأخيرة توفر عنصر المصداقية بنسبة 48.8 % ، بنسب متساوية بين الذكور والإناث، و هذا يدل على ثقة القراء من الطلبة في المحتويات التي تنتشر في صفحات الصحف الإلكترونية -صحافة الشبكات- وما زاد من تأكيد الطلبة وجود عنصر المصداقية هو المزايا التي تتوفر بها الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية المتمثلة في إضافة الوسائط المتعددة، فمن خصائص الصحف الإلكترونية أنها قد تتجاوز مقص الرقيب، كما تشير الإحصاءات إلى أن قراء الصحف الإلكترونية في الغالب من فئة الشباب، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبرى منهم وأن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم، ويعني ذلك أنهم راضون ومقبلون عليها، و تعود الأسباب على أنها متوافرة طوال اليوم وتحقق قدرا من المصداقية (1).

جدول رقم (66) : يوضح دور السرعة في تقديم المعلومات حسب متغير الجنس :

الجنس	الذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
يقل من المصداقية	10	17	11.8	20	21.8	37
يزيد من المصداقية	14.1	24	13.5	23	27.6	47
ليس له علاقة بالمصداقية	20	34	30.6	52	50.6	86

المتوسط الحسابي : 2.29 الانحراف المعياري : 0.80 المدى : 2 التباين : 0.64

يبين لنا الجدول المعروض أمامنا دور عامل السرعة في تقديم المعلومات ، في تحقيق المصداقية أي علاقة ميزة السرعة بتحقيق عنصر المصداقية من عدمه حسب متغير النوع، فنجد أن أغلب الإجابات تركزت على الاقتراح الثالث أي ليس له علاقة بالمصداقية و

¹ - سليمان زيد منير، مرجع سبق ذكره، ص. 26 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

ذلك بسببة 50.6 %، أي أن عنصر السرعة الذي فرضته طبيعة الوسيلة التكنولوجية الحديثة لما تملكه من قدرة على إيصال الخبر فور وقوعه و قبل أن تتناقله وسائل الإعلام الأخرى و خاصة المقروءة التي قد تستغرق أغلب الوقت في عملية الطباعة و التوزيع لوصول الخبر إلى الجمهور .فإجابة الطلبة تدل على رضاهم على وجود عامل السرعة، حتى أن هناك نسبة معقولة تقول بأن السرعة تزيد من المصدقية نسبة 27.6 % ، غير أن هناك من يؤكد على أن عنصر السرعة و طلب تحقيق سبق الصحفي و الخبر - السكوب - تؤدي إلى فقدان المصدقية بسبب الاعتماد على مصادر غير موثوق بها في نشر الأخبار، و الخلط بين الخبر والرأي، لعدم كفاية الوقت للتأكد من مصادر الخبر و معرفة صحته من عدمها، لأن الهدف هو أن ينشر الخبر أول بأول .

جدول رقم (67) : يوضح عوامل تحقق المصدقية حسب متغير الجنس :

عوامل تحقق المصدقية	الذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
إرفاق المواضيع بالصوت والصورة	17.6	30	22.4	38	40	68
التسجيلات و أرشيف الإلكتروني	3.5	6	5.3	9	8.8	15
الدقة في المعلومات	11.8	20	12.9	22	24.7	42
أمكانية تعليق القراء على ما ينشر	5.9	10	4.1	7	10	17
توفر الرقابة	5.3	9	10.6	18	15.9	27
أشياء أخرى	0	0	0.6	1	0.6	1

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

المتوسط الحسابي : 2.55 الانحراف المعياري : 1.51 المدى : 5 التباين : 2.28

يبين لنا هذا الجدول الموالي أهم العوامل التي يمكن الاعتماد عليها لتحقيق عنصر المصداقية حسب متغير النوع، نجد أن من أهمها إرفاق المواضيع بالصوت والصورة وذلك بنسبة 40 %، فالصوت والصورة أبلغ تعبير، فدع الصورة تتكلم وتنتقل الحقيقة، كما أن هناك من يرى أن إمكانية تعليق القراء على ما ينشر يحقق المصداقية وذلك بنسبة 24.7 %، هذا يعني تحقيق ما يسمى بالحرية والانفتاح والديمقراطية خاصة إذا أخذ بعين الاعتبار تعليقات القراء، وإذا تمكنت الصحافة الإلكترونية من تأدية الوظيفة الوطنية السياسية، فهنا ستحقق المصداقية .

جدول رقم (68) : يوضح خصائص الصحافة الإلكترونية حسب الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	تتمتع الصحف الإلكترونية
28.8	49	15.3	26	13.5	23	حرية التعبير
35.9	61	19.4	33	16.5	28	السبق الصحفي
30	51	19.4	33	10.6	18	الجرأة في معالجة المواضيع
5.3	9	1.8	3	3.5	6	احترام أخلاقيات المهنة

المتوسط الحسابي : 2.12 الانحراف المعياري : 0.88 المدى : 3 التباين : 0.79

نلاحظ من خلال هذا الجدول خصائص الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع، نجد أن أهم ما يميز الصحف الإلكترونية السبق الصحفي بنسبة 35.9 %، فالصحافة الإلكترونية قادرة على اختصار المسافات وتجاوز الحدود السياسية وتحقيق السبق الصحفي أما الخاصية الثانية فتمثلت في الجرأة في معالجة المواضيع بنسبة 30 % و هذا قد يتحقق من خلال توفر

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتفاعلية.

هامش من الحرية قد لا يكون متوفرا في الصحف الورقية، كما يصعب تحقيق الرقابة في الصحف الإلكترونية فهي تفلت من مقص الرقيب، و بالتالي لا يوجد الكثير من العوائق والحواجز التي تعيق مرور الخبر ونشره فور وقوعه، أما الخاصية الثالثة متمثلة في حرية التعبير بنسبة 28.8%، فلو عدنا للنظر إلى بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت، كفضاء إلكتروني غير محدود بقيود صارمة أو قابلة للتحكم فيها كما هو الحال في بيئة عمل الصحافة المطبوعة، سنلاحظ على الفور أن الصحافة الإلكترونية قد فتحت عصرا جديدا فيما يتعلق بحرية التعبير، وقدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة، الأمر الذي أوجد مدخلا مستقلا يمكن أن نطل من خلاله على جزء من ظاهرة الصحافة الإلكترونية (1) .

¹ - زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره ، ص.16 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

الفصل الثالث : اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية
والمطبوعة ونتائج الدراسة .

أولا : اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة

ثانيا :. نتائج الدراسة

ثالثا : النتيجة العامة

الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية

والمطبوعة ونتائج الدراسة

أولاً : اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والصحف

الورقية.

جدول رقم (69) : يوضح معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية قبل استخدام الصحف

الإلكترونية حسب متغير الجنس :

الجنس	الذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
معدل القراءة قبل						
أقرأها بانتظام	22	12.9	28	16.5	50	29.4
أحياناً	51	30	66	38.8	117	68.8
لا أقرأها أبداً	2	1.2	1	0.6	3	1.8

المتوسط الحسابي : 1.72 الانحراف المعياري : 0.48 المدى : 2 التباين : 0.23

يوضح لنا الجدول المقابل معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية قبل استخدام الصحف

حسب متغير النوع الذي تبين من خلاله أن الطلبة كانوا يقرؤون الصحف الورقية أحياناً

وذلك بنسبة 68 %، وأكبر هذه النسبة مثلتها نسبة الإناث 38%، وهذا ما يدل على أن

الذكور قد يقرؤونها بانتظام وذلك بنسبة 12.9 %، وقد تتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة

الباحث "رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ في دراسته للنخبة المصرية، فأظهرت نتائج الدراسة أن

غالبية النخبة كانت حريصة على الانتظام في قراءة الصحف المطبوعة وأن نسبة قليلة جداً

هي التي لم تكن تتعرض للصحف الورقية قبل استخدامهم الانترنت، فقد أوضحت الدراسة

أن 66.75 % من عينة الدراسة كانت تحرص على قراءة الصحف الورقية بانتظام، وأن

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 244.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

29.75 % كانوا يقرؤون بشكل غير منتظم، في حين أجاب 3.5 % فقط أنهم لم يكونوا يقرؤون الصحف الورقية قبل استخدامهم الانترنت، وهي نتيجة منطقية لأن مجتمع البحث هو مجتمع النخبة الذي يتابع وسائل الإعلام، و يشارك فيها بإنتاج الرسائل الإعلامية، كما نجد نسبة الطلبة الذين لا يقرؤونها أبدا قبل الصحف الإلكترونية حسب الجدول الموضح هي 1.8 % و هي نسبة قليلة جدا .

جدول رقم (70) : يوضح معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	معدل القراءة بعد
15.3	26	7.1	12	8.2	14	أقرأها بانتظام
71.8	122	14.7	56	27.1	46	أحيانا
12.9	22	4.1	7	8.8	15	لا أقرأها أبدا

المتوسط الحسابي : 1.98 الانحراف المعياري : 0.53 المدى : 2 التباين : 0.28

يوضح لنا الجدول الموالي معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع، نجد أن 71.9 % يقرؤونها أحيانا وهي نسبة كبيرة ولم تتغير كثيرا عن النتيجة الأولى قبل قراءة الصحف الإلكترونية لكن ارتفعت نسبة الطلبة الذين لا يقرؤونها أبدا وذلك بنسبة 12.9 %، هذا يعني أن الطلبة اكتفوا بمطالعة الصحف الإلكترونية مما أدى إلى عزوفهم على قراءة الصحف الورقية، حتى نسبة الطلبة الذين يطالعونها بانتظام، ففي المرة الأولى -قبل- تمثلت النسبة في 29.4 %، وفي المرة الثانية - بعد - أصبحت النسبة 15.3 % هذا يدل على أن قراءة الطلبة للصحف الإلكترونية أثر على استخدامهم للصحف الورقية لكن بشكل محدود، هذا يتوافق مع دراسة" رضا عبد الواحد

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

أمين⁽¹⁾ عن عينة الدراسة المتمثلة في النخبة المصرية ، حيث تحول المبحوث من قارئ منتظم للصحف الورقية قبل استخدام الانترنت إلى قارئ غير منتظم في قراءتها، بسبب إمكانية قراءتها بسهولة ويسر على الانترنت، دلت النتائج أن 12 % تقريبا، قد فعلوا ذلك أشارت النتائج أن نسبة من يقرؤون الصحف الورقية بانتظام نقص بعد استخدامهم للانترنت من 66.75 % إلى 53 %، و أن من يقرؤونها أحيانا قد زادت من 29.75 % قبل استخدامهم الانترنت إلى 40 % بعد استخدامها.

جدول رقم (71) : يوضح دوافع قراءة الطلبة للصحف الورقية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
42.4	72	20.6	35	21.8	37	التعود على قراءة الصحف الورقية
41.2	70	25.3	43	15.9	27	إمكانية قراءتها في وسائل النقل
9.4	16	5.9	10	3.5	6	إمكانية قراءتها في أسهل للعين
4.7	8	2.9	5	1.8	3	لأن هناك أجزاء لا تنشر في الصحف الإلكترونية
2.4	4	1.2	2	1.2	2	دوافع أخرى

¹ - رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره،ص.244 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

المتوسط الحسابي : 1.84 الانحراف المعياري : 0.94 المدى : 4 التباين : 0.89

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أهم دوافع قراءة الطلبة للصحف الورقية حسب متغير النوع هو التعود على قراءة هذه الصحف الورقية بنسبة 42,4 %، ومثل الطلبة أكبر هذه النسبة 37 %، فهو دافع نفسي سببه العادة وخاصة عند الذكور الذين يطالعون الصحف الورقية بشكل منتظم، كما أن من الدوافع نجد كذلك إمكانية قراءتها في وسائل النقل بنسبة 41.2 %، كدافع ثاني لقراءتها، ذلك لأنها سهلة الحمل ولا تحتاج إلى الشحن بالكهرباء و لا تأخذ مكان، ولا تحتاج إلى تعبئة أو أي وسيلة تكنولوجية أو أي أداة من الوسائط المتعددة، كما نجد من إيجابيات الصحف المطبوعة التي تدفع لقراءتها، أنها لا تقوم بزيادة العلاقة بينها وبين القارئ ، ولا يحتاج تصفحها غير الإلمام بالقراءة و الكتابة، وهي ذات مصداقية أعلى لاعتمادها على مصادر موثوقة لاستقاء الأخبار والتزامها أساليب التحرير كما أنها تحفظ حقوق الملكية الفكرية، لتضييق فرص الادعاء والانتحال، و هي أقل تكلفة في الصحافة الإلكترونية (1).

¹ - زيد منير سليمان، مرجع سبق ذكره، ص. 61.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

جدول رقم (72) : يوضح أسباب عدم مطالعة الصحف الورقية حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس أسباب عدم القراءة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
18.2	31	9.4	16	8.8	15	مكلفة من الناحية المادية
31.2	53	16.5	28	14.7	25	الصحف الإلكترونية تتيح ميزات أفضل من الورقية
31.8	54	17.6	30	14.1	24	عدم وجود الوقت لمطالعتها
16.5	28	10.6	18	5.9	10	لا بد من مواكبة التطور التكنولوجي
2.4	4	1.8	3	0.6	1	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 2.54 الانحراف المعياري : 1.4 المدى : 4 التباين : 1.9

من أسباب عدم مطالعة الطلبة للصحف الورقية حسب متغير النوع نجد حسب نتائج الجدول الموضح أعلاه أن النسبة توزعت بالتساوي بين سببين اثنين وهما عدم وجود الوقت لمطالعتها وذلك بنسبة 31.8 %، أما السبب الثاني وهو كون الصحف الإلكترونية تتيح ميزات أفضل من الورقية بنسبة 31.2 %، كما نجد من ضمن الأسباب أن الصحف الورقية مكلفة من الناحية المادية وذلك بنسبة 18.2 %، ولقد أظهرت نتائج دراسة الباحث "رضا

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

عبد الواحد أمين⁽¹⁾ أن أهم أسباب عزوف النخبة المصرية على مطالعة الصحف الورقية أنهم لم يعد لديهم الوقت لمطالعتها وذلك بنسبة 28.6% منهم وهذا يتوافق مع نتائج الدراسة، حيث تخلق التكنولوجيا، - رغم فوائدها المتعددة - الكثير من التعقيدات التي تطول المجتمعات الإنسانية. كما نجد أنه من أسباب عدم مطالعة الطلبة للصحف الإلكترونية أنه لا بد من مواكبة التطور التكنولوجي وذلك بنسبة 16.5%، خاصة التسهيلات التي توفرها التكنولوجيا الحديثة من روابط إلكترونية ووسائط متعددة وبريد إلكتروني وغيرها...

جدول رقم (73) : يوضح مدى تأثير الصحافة الإلكترونية الورقية في المستقبل حسب متغير الجنس

الجنس	الذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
كثيرا	14.1	24	20	34	34.1	58
قليلًا	23.5	40	28.2	48	51.8	88
أبدا	6.5	11	7.6	13	14.1	24

المتوسط الحسابي : 1.80 الانحراف المعياري : 0.66 المدى : 2 التباين : 0.44

يوضح لنا الجدول التالي مدى تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحف الورقية من وجهة نظر الطلبة حسب متغير النوع، وجد أن اغلب النسبة أجابت أن الصحافة الإلكترونية ستؤثر قليلا على الصحف الورقية وذلك بنسبة 58.1% ثم المرتبة الثانية أن الصحف الإلكترونية ستؤثر كثيرا على الصحف الورقية و ذلك بنسبة 34.1%، وأخيرا فإن النسبة المتبقية فأجابت بأن الصحف الإلكترونية لن تؤثر أبدا على الصحف الورقية 14.1% وتتوافق هذه الدراسة مع دراسة الباحث "رضا عبد الواحد أمين"⁽²⁾ عن النخبة المصرية

1 - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص.246.

2 - المرجع السابق نفسه، ص.249.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

حيث بينت نتائج الدراسة أن 58.75% من عينة الدراسة يرون أن الصحف الإلكترونية تؤثر بشكل أو بآخر على الصحف المطبوعة على الورق، بينما أجاب 41.25% من العينة أنهم يرون أن الصحف الإلكترونية من وجهة نظرهم لا تؤثر في الوقت الراهن على الصحف الورقية وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التي تؤكد أن استخدام الانترنت لم يؤثر بدرجة ملموسة على معدلات قراءة الصحف المطبوعة في مختلف أنحاء العالم.

جدول رقم (74) : يوضح الصحافة الإلكترونية بالنسبة للصحف الورقية حسب متغير الجنس :

الصحافة الإلكترونية بالنسبة للورقية	الجنس		الذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة %	التكرار						
تعتبر كبديل	15.3	26	12.9	22	28.2	48	28.2	48
ستلغي الصحافة الورقية	6.5	11	6.5	11	12.9	22	12.9	22
الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى لاتختفي	22.4	38	36.5	62	58.8	100	58.8	100

المتوسط الحسابي : 2.31 الانحراف المعياري : 0.88 المدى : 2 التباين : 0.7

يوضح لنا الجدول المقابل ما تمثله الصحافة الإلكترونية بالنسبة للصحافة الورقية حسب وجهة نظر الطلبة وذلك وفق متغير النوع، ونجد أن الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى لا تختفي وذلك بنسبة 58.8%، كما أن هناك من الطلبة من يرى أن الصحف الإلكترونية تعتبر كبديل للصحف الورقية بنسبة 28.2%، لكن مثلت أصغر نسبة والاقتراح الثاني المتمثل في كون أن الصحف الإلكترونية ستلغي الصحف الورقية وذلك

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة

الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

بنسبة 12.9% فيما يتعلق باستشراف العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، حسب دراسة "رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ عن النخبة المصرية بأن أغلبية المبحوثين استبعدوا احتمالية تفوق الصحف الورقية، غير أن نسبة قليلة لم تستبعد ذلك أما إمكانية إلغاء الصحف الإلكترونية للصحف الورقية وجد أن 59% من عينة الدراسة تؤكد على أن الصحف الإلكترونية لن تقدر على إلغاء الصحف الورقية في المستقبل وهذا ما يتوافق مع دراستنا.

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص. 254 ، 251.

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

ثانياً: نتائج الدراسة :

استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة للصحافة الإلكترونية بحكم التخصص في مجال الصحافة بصفة عامة وكذلك معرفة كيفية تقييم الطلبة لمحتوى الصحافة الإلكترونية والشكل الذي تقدم به من خلال معرفة اتجاهاتهم بالإضافة إلى الوقوف على أهم أسباب إقبال الطلبة على الانترنت والصحافة الإلكترونية على حد سواء وكذلك عزوفهم عليها والإشباع المحققة من هذه الأخيرة واتجاه الطلبة نحو التفاعلية التي تحققها الصحافة الإلكترونية ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية .

وقد أسفرت الدراسة على النتائج التالية :

- فيما يتعلق بخصائص المبحوثين وتعرضهم للانترنت .

1- كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الأولى من 18 إلى 22 سنة جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 49.4% ثم تليها فئة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 23 إلى 27 سنة وذلك بنسبة 47.6% أما الفئات العمرية المتبقية لم تمثل نسبة كبيرة فالفئة التي تتراوح ما بين 28 إلى 32 سنة جاءت في المرتبة الأخيرة أي 1.2%، ولم تمثل الفئة الأخيرة أي ما أكثر من 32 سنة سوى 1.8% .

2- أظهرت الدراسة بأن 64.7% من الطلبة يدرسون في مستوى السنة الرابعة جامعي تليها السنة الثالثة جامعي بنسبة 25.9% أما السنة الثانية 8.2% وبالنسبة للسنة الأولى جامعي فتمثلت في نسبة 1.2%، أما مكان الإقامة نجد أن 53.5% من الطلبة غير مقيمون في الجامعة و 46.5% يقطنون بالإقامة الجامعية .

3- كما بينت النتائج أن أغلب الطلبة غير متزوجين بنسبة 96.5% أما المتزوجون مثلوا نسبة 3.5% أما الوضعية المادية ففي المرتبة الأولى مثلت الوضعية الحسنة 57.6%، وفي المرتبة الثانية الوضعية المتوسطة بنسبة 28.2% وبالنسبة للمرتبة الأخيرة الوضعية الجيدة بنسبة 14.1% وبالنسبة للغات المتقنة نجد اللغة العربية بنسبة

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

48.2 % وهي أعلى نسبة، وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 31.2% وفي المرتبة الأخيرة اللغة الانجليزية 14.1% وتبقى نسبة 6.5% من نصيب اللغات الأخرى .

4- أظهرت نتائج الدراسة أن 41.2% من الطلبة الجامعيين يستخدمون الانترنت في البيت وأن 25.9% يستخدمون الانترنت في المقهى الافتراضي كما بينت أن الجامعة جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 18.8%، أما نوادي الشباب فمثلت 11.2% وبقية الأماكن الأخرى 2.9% .

5- بينت الدراسة أن 54.1% من الطلبة لا يوجد لديهم وقت محدد لاستخدام الانترنت وفي المرتبة الثانية يستخدم الطلبة الانترنت في الليل بنسبة 28.2%، كما يستخدم الطلبة الانترنت في المساء بنسبة 8.2% أما الذين يستخدمونها في منتصف النهار فمثلوا نسبة 5.3% وأخيرا يمثل مستخدميها في فترة الصباح نسبة 4.1% .

6- أظهرت النتائج أن من أسباب تفضيل الطلبة لهذه الفترة وفي المرتبة الأولى أن الوقت يناسبهم بنسبة 72.4% وفي المرتبة الثانية لا يوجد اكتظاظ بنسبة 15.3% وجاء في المرتبة الثالثة سرعة التدفق بنسبة 8.2% أما الأسباب الأخرى مثلت نسبة 4.1%

7- أظهرت الدراسة أن الوقت المستغرق في الانترنت في المرتبة الأولى تمثل في من ساعة إلى ساعتين بنسبة 47.1% ثم في المرتبة الثانية أكثر من ثلاث ساعات 21.8% وفي المرتبة الثالثة في ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 18.8% وأخيرا اقل من ساعة بنسبة 12.4% .

8- كشفت الدراسة أن أسباب استخدام شبكة الانترنت أنها تفيد الحياة العلمية بنسبة 66.5%، أما المرتبة الثانية المتمثلة في التحكم الجيد في الانترنت بنسبة 17.6% وفي المرتبة الثالثة بنسبة 13.5% أسباب أخرى لاستخدام الانترنت وأخر سبب تمثل في ملكية جهاز الكمبيوتر بنسبة 2.4% .

9- وتبين كذلك من خلال هذه الدراسة انه من بين أسباب عدم استخدام الطلبة الانترنت كسبب أول وفي الدرجة الأولى كون الطلبة لا يتقنون الإبحار في شبكة الانترنت وذلك

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

بنسبة 40.6% أما السبب الثاني فتمثل في كون الطلبة لا يملكون جهاز الكمبيوتر وذلك بنسبة 25.9% وتمثل السبب الثالث في كون حق الاشتراك باهض وذلك بنسبة 20% أما السبب الرابع فيمكن في وجود أسباب أخرى لم تذكر بنسبة 8.2% كالخوف من الوسيلة في حد ذاتها أما السبب الخامس فتمثل في أن الانترنت تضيع الوقت بنسبة 4.7% وأخيراً نجد السبب الأخير أن الانترنت تضر بالصحة التي مثلت نسبة صغيرة 0.6% نلاحظ أن الأسباب التي جاءت في الدرجة الأولى اقتصر على أسباب متعلقة بالمهارات أو حداثة التقنية والأسباب المادية .

10- كما بينت الدراسة أنه من بين أهم دوافع استخدام الطلبة الانترنت هو دافع انجاز البحوث العلمية بنسبة 21.2% وفي الدرجة الثانية هناك دافعان تقاسما نفس النسبة 14% وهو دافع الدردشة والمشاركة في مواضيع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أما دافع مشاهدة الأفلام و تحميل الأغاني ودافع التنقّف والتعلم جاء في نفس الدرجة بنسبة 11% ودافع قضاء أوقات الفراغ ودافع تحميل الكتب كذلك في نفس الدرجة بنسبة 7.6% ونجد بعد هذا الدافع يأتي دافع الألعاب والتسلية بنسبة 5.9% وكذلك الاتصال الهاتفي بنسبة 6% وآخر دافع تمثل في الحصول على الأخبار بنسبة 0.6% ، نلاحظ من خلال النتائج أن على الرغم من أن الدافع العملي تصدر بقية الدوافع فإن أغلب الدوافع اقتصر على الترفيه ولهذا بقي دافع الحصول على الأخبار في المرتبة الأخيرة - فيما يتعلق باستخدام الطلبة للصحافة الإلكترونية .

1- كشفت الدراسة أن الأوقات التي يطالع فيها الطلبة الصحافة الإلكترونية غير منتظمة بنسبة 42.4% أما في المرتبة الثانية نجد أن الطلبة يطالعون الصحافة الإلكترونية في حالة وجود أحداث تهمهم بنسبة 28.8% وفي المرتبة الثالثة هنالك من الطلبة من يطالعون الصحف الإلكترونية يوميا بنسبة 21.2% وهنالك من يطالعها مرة في الأسبوع بنسبة 4.1% وفي الأخير نجد أوقات أخرى بنسبة 2.4% أما من يطالعها مرة في

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

الشهر فيمثلون 1.2% ، ونلاحظ من خلال هذه النتائج صعوبة تحديد الوقت المخصص لمطالعة الصحف الإلكترونية .

2- تبين الدراسة أن أهم أسباب تصفح الطلبة الصحف الإلكترونية وفي الدرجة الأولى نجد كون الصحف الإلكترونية بديلا عن الصحف الورقية بنسبة 27.1% أما السبب الثاني تمثل في كونها لا تكلف الكثير من الجهد والمال وتمثل السبب الثالث في أن الصحف الإلكترونية تفيد في انجاز البحوث الميدانية بنسبة 16.5% ، أما السبب الرابع هو بحكم تخصص الإعلام والاتصال وبعدها جاء في المرتبة الخامسة أن الصحف الإلكترونية تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق إليها بنسبة 9.4% وبعدها لأن الصحف الإلكترونية تميل إلى التفصيل والتحليل وأخيرا من الأسباب الأخيرة أنها تصدر قبل الصحف الورقية بنسبة 0.6% ونلاحظ على أن الأسباب تركزت على النقائص والموجودة في الصحف الورقية .

3 - أظهرت الدراسة أن أهم ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحف الإلكترونية العناوين بنسبة 24.7% وفي المرتبة الثالثة التعليقات الإلكترونية بنسبة 16.5% أما المرتبة الرابعة فكانت الأخبار الجانبية القصيرة بنسبة 12.4% وبعد مشاهدة الصور بنسبة 9.4% وفي المرتبة الأخيرة نجد الإعلانات بنسبة 5.3% . نلاحظ أن الطلبة يركزون على المحتويات الخفيفة في الصحف الإلكترونية .

4- كشفت الدراسة أن من عوامل إجماع الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية كونها يطالعونها في نسخ ورقية وذلك بنسبة 22.4% ، وفي المرتبة الثالثة نجد كل من عامل تفضيل الطلبة للوسائل الترفيهية بدلا من الوسائل الجادة بنسبة 18.8% وكذلك كون الطلبة لا يجيدون البحث في شبكة الانترنت بنسبة 18.2% ثم يليه عامل أن الطلبة يعرفون مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 10.6% أما عامل أن الصحافة الإلكترونية شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى مهمشة تمثل 8.8% ، وأخيرا نجد كل عامل أنها مضيعة للوقت وعامل الأسباب الصحية والنفسية فمثل 0.6% .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

نلاحظ أن العوامل هذه المرة ركزت كذلك على النقائص الموجودة في الصحف الورقية .

- فيما يتعلق باتجاه الطلبة نحو المضمون وشكل الصحف الإلكترونية .

1- كشفت الدراسات أن أهم الصفات التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية أن كل الصفات المتوفرة في الصحف الإلكترونية بنسبة 32.9% ومثل الإناث أكبر هذه النسبة 18.1% أما الصفة الثانية فتمثلت في البساطة والسهولة بنسبة 22.4%، و الصفة الثالثة فتمثلت في الإيجاز في التحرير بنسبة 16.5% أما الصفة الرابعة فتقاسمتها صفتان الأولى الدقة والتناسب والثانية الوضوح والاتساق بنسبة 14.1% ونلاحظ أن كل هذه الصفات المذكورة من الضروري توفيرها لا يمكن فصل بعضها عن البعض فكلها تكمل بعضها

2- تبين الدراسة أن أسباب تفضيل مضامين الصحف الإلكترونية جاء في مقدمتها السرعة والتحديث المستمر للمعلومات بنسبة 36.5%، أما السبب الثاني فتمثل في كون مضامين الصحف الإلكترونية تضيف نصوص مرئية وسمعية بنسبة 28.2% أما السبب الثالث فتمثل في السعة الكبيرة في المعلومات وكذلك كونها تتميز بتعدد خيارات تصفحها بنسبة 15.9 لكل من السببين ،وأخيرا كون الصحف الإلكترونية تقدم تقنية النص الفائق 3.5% .

ونلاحظ أن اغلب الأسباب التي تحصلت على نسبة كبيرة ركزت على عنصر السرعة والحركة والديناميكية التي تحققها الصحف الإلكترونية كظاهرة حديثة .

3- أظهرت الدراسة أن أهم الفوائد التي تحققها مضامين الصحف الإلكترونية أنها تثرى ثقافة الطلبة الإعلامية بنسبة 54.7% أما الفائدة الثانية فتمثلت في أنها تساعد على تعلم التحرير الصحفي وذلك بنسبة 14.1% وثالثا نجد أنها تساعد على اكتساب مهارات لغوية بنسبة 10% ورابعا كون هذه المضامين تساعد على اكتساب قوالب صحفية بنسبة 8.2% وأخيرا نجد أن الصحف الإلكترونية أو مضامينها تساعد على طريقة صياغة العناوين بنسبة 5.9% .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

4- بينت الدراسة كذلك أن ترتيب المواضيع حسب أولوية مطالعتها تصدرتها المواضيع السياسية عند الفئة العمرية الأولى ما بين 18 إلى 22 سنة وبالتحديد عند الإناث بنسبة 26.2%، كما مثلت المواضيع الاجتماعية المرتبة الأولى في نفس الفئة العمرية بنسبة 52.5% وبالتحديد عند الإناث أما المواضيع الثقافية فمثلت المرتبة الأولى لدى الإناث وحتى الفئة العمرية الثانية وذلك بنسبة 35.3%، وكذلك المواضيع الفنية في الفئة الثانية أي من 23 إلى 27 سنة مثلت نسبة 55.6% نلاحظ أن الإناث في الفئتين العمريتين الأولى والثانية يطالعون ويفضلون المواضيع السياسية والاجتماعية بالدرجة الأولى أما الذكور من الفئة العمرية الأولى والثانية يطالعون ويفضلون المواضيع الرياضية بنسبة 32.4% في الفئة العمرية الأولى و 37.8% في الفئة العمرية الثانية وهذا يبين أن اهتمام الطلبة في الإناث أكثر من الذكور وان توجهاتهم تكون أكثر للمواضيع الجادة أكثر من الذكور .

5- كشفت الدراسة أن أبرز الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها في الصحف الإلكترونية الخبر لكن إذا أخذنا بعين الاعتبار متغير السن والنوع نجد أن الإناث في الفئة العمرية الأولى يطالعون التحقيق وذلك بنسبة 42.3% وبعدها الريبورتاج في نفس الفئة العمرية 36.8% بينما يطالع الذكور وبالدرجة الأولى التعليق ، بنسبة 36.6% في الفئة العمرية الثانية، ثم العمود في الفئة العمرية الثانية بنسبة 36.4% . نلاحظ أن الذكور يتوجهون للفنون الصحفية التي تحمل الرأي بينما الإناث يتوجهون للأنواع الصحفية الخيرية .

6- بينت الدراسة أن اغلب الطلبة يطالعون الصحف الجزائرية وإذا ربطنا مطالعة الطلبة للصحف بمدى إتقانهم للغات نجد أن الطلبة الذين يتقنون العربية يطالعون الصحف الجزائرية والعربية على حد سواء وأكبر نسبة مثلتها الإناث في مطالعة الصحف العربية هي 33.3% أما مطالعة الصحف الجزائرية بالنسبة للطلبة الذين يتقنون اللغة العربية كانت متقاربة بين الذكور 23.9% والإناث 24.8% ، أما في المرتبة الثانية نجد أن

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

الطلبة الذين يتقنون اللغة الفرنسية خاصة من الذكور يطالعون الصحف الأجنبية بنسبة 13.3 % والملاحظ أن اللغة الانجليزية ليست لها أهمية في أوساط الطلبة فهي لا تؤثر على مطالعة الصحف الأجنبية .

7- كشفت الدراسة أن الطلبة يفضلون مطالعة صحيفة الشروق اون لاين في الدرجة الأولى من بين بقية الصحف الجزائرية وذلك بنسبة 36.5 % وتليها في المرتبة الثانية صحيفة الخبر بنسبة 20.6 % ثم تليها في المرتبة الرابعة صحيفة الهدف الرياضية ذلك بنسبة 14.7 % وفي المرتبة الرابعة نجد صحيفة Liberate بنسبة 12.4 % وخامسا تأتي صحيفة النهار اون لاين بنسبة 5.9 % وأخيرا لم تمثل بقية الصحف سوى نسب قليلة وهي على التوالي El waten ، أخبار اليوم ، البلاد اون لاين ، El moudjahid ، والملاحظ أن أكثر الصحف الجزائرية مطالعة هي الصحف الناطقة بالعربية وذات النسخ الورقية خاصة منها التي تهتم بالأخبار الرياضية .

8- تبين من خلال هذه الدراسة أن من أهم أسباب تفضيل الطلبة للصحف الجزائرية هو كونها تعالج مواضيع محلية ووطنية بنسبة 80 % وفي المرتبة الثانية نجد الحرية في معالجة المواضيع والمصادقية بنسبة 12.4 % ، وأخيرا انه يكتب فيها صحفيين مشهورين بنسبة 2.9 % ونلاحظ أن الأسباب لا تخرج عن إطار مطالعة الصحافة بصفة عامة أي التفصيل في الأحداث القريبة نفسيا ومكانيا .

9- أظهرت الدراسة أن الطلبة يفضلون مطالعة صحيفة الشرق الأوسط من بين الصحف العربية وذلك بنسبة 45.3 % والصحيفة الثانية هي صحيفة الأخبار بنسبة 15.9 % وثالث هذه الصحف نجد صحيفة الأهرام المصرية بنسبة 13.5 % أما في المرتبة الرابعة فنجد كل من صحيفة الحياة والقدس بنفس النسبة 8.8 % وأخير هذه الصحف صحيفة إيلاف والملاحظ أن الطلبة يطالعون الصحف العربية ذات التوجه القومي العربي والتي تنافس كل القضايا العربية .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

10- بينت الدراسة أن أسباب تفضيل الطلبة للصحيفة العربية وبالدرجة الأولى كونها تعالج قضايا القومية بنسبة 56.5% وثاني هذه الأسباب بلاغة اللغة العربية بنسبة 25.3% وثالثا وأخيرا نجد كونها تتمتع بمهارات فائقة في التحرير وذلك بنسبة 14.7% والملاحظ أن أهم الأسباب التي تتحكم في مطالعة الطلبة للصحف العربية هي أسباب تتعلق بالموضوع المعالج أكثر من طريقة المعالجة .

11- يطالع الطلبة الصحف الأجنبية وعلى التوالي في المرتبة الأولى صحيفة Le monde الفرنسية بنسبة 73.5% وبعدها صحيفة Le parisien بنسبة 6.5% تليها في المرتبة الثالثة صحيفة The guardian بنسبة 5.3% أما في المرتبة الرابعة نجد كل من صحيفة The New York times و The Sunday times بنسبة 3.5% وهي نفس النسبة لكنتا الصحفيتين وبعدها صحيفة U S A today و صحيفة independent بنفس النسبة وهي 1.8% ، وأخيرا صحيفة the Washington بنسبة 0.6% والملاحظ أن أغلب الصحف التي يفضل الطلبة مطالعتها هي الصحف الفرنسية وذلك بحكم إتقان هذه اللغة.

ومن أهم الأسباب التي تجعل الطلبة يفضلون الصحف الأجنبية بالدرجة الأولى بحكم إتقان لغات أجنبية وذلك بنسبة 62.4% وتليها مستوى أفضل في تقديم المعلومات وذلك بنسبة 16.5% وأخيرا تغطية شاملة للأحداث بنسبة 15.9% والملاحظ أن هذه الأسباب ترتبط بعامل اللغة المتقنة.

12- أظهرت الدراسة أن أهم ما يشد الطلبة نحو الشكل الخارجي هو أسلوب عرض الموضوعات بنسبة 28.8% وثانيا نجد من عوامل الجذب الأخبار والمعلومات المتحركة بنسبة 17.1% ثالثا ما يشد الطلبة كذلك الألوان والصورة بنسبة 13.5% رابعا الإيقاع المرفق مع المواضيع والإعلانات بنسبة 12.4% خامسا تصميم واجهة الصحيفة بنسبة 11.2% وسادس ما يشد الطلبة التصميم الثابت والمتغير للصفحة بنسبة

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

8.8% وأخيرا شكل وحجم الخط بنسبة 4.7% ونلاحظ أن أهم ما يشد الطلبة في إخراج الصحف الطريقة التي يعرض بها الموضوع أهم من الشكل .

13- بينت الدراسة أن أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها في الشكل الخارجي للصحف الإلكترونية هي حركة العين بنسبة 32.4% في المرتبة الثانية ، استخدام الألوان بنسبة 28.8 % أما المرتبة الثالثة فتمثلت في العناوين المتحركة بنسبة 27.6% رابعا نجد القوائم والمساحات البيضاء بنسبة 10.6% وأخيرا نجد اعتبارات أخرى الملاحظ أن أهم الاعتبارات ركزت على عنصر الحركة .

14- من أهم مرفقات المواضيع المنشورة في الصحف الإلكترونية الفيديو بنسبة 34.7% وفي المرتبة الثانية نجد الصورة بنسبة 26.5% وفي المرتبة الثالثة الوسائط المتعددة بنسبة 18.2% وفي المرتبة الثالثة الإيقاع الموسيقي بنسبة 8.8 % ويليهما الصوت ذلك بنسبة 7.1 % وأخيرا الإعلانات بنسبة 4.7% والملاحظ أن أغلب المرفقات يتحكم فيها عنصر الصوت والصورة المتحركة وهذا ما يتطلبه العصر الحديث.

15- تبين الدراسة أن الشكل الخارجي بالنسبة للطلبة له القدرة على إحداث تأثيرات نفسية بالدرجة الأولى وبنسبة 41.8% وفي المرتبة الثانية كون الإخراج الصحفي يتميز بالوحدة الموضوعية بنسبة 24.1% أما المرتبة الثالثة فكان الإخراج الصحفي أكثر توازنا بنسبة 14.1% وجاء في المرتبة الرابعة أن الإخراج الصحفي هو حركة مرتبة ومنسقة ومنظمة بنسبة 13.5% وأخيرا أن الإخراج الصحفي حركة عشوائية بنسبة 5.9% . ونلاحظ أن الإخراج الصحفي حسب وجهة نظر الطلبة يرتبط ارتباطا وثيقا بميول القارئ النفسية أي أن له أهمية بالغة .

16- أن الشكل الإخراجي في الصحافة الجزائرية حسب وجهة نظر الطلبة متوسط بنسبة 77.6% وهناك من أجاب بأنه ناقص بنسبة 15.3% وأخيرا وبنسبة 7.1% أجابوا بامتياز . وهذا يدل على رضا الطلبة الجامعيين على الإخراج الصحفي الجزائري .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

17- ما يقترحه الطلبة بالنسبة للشكل الإخراجي للصحف الجزائرية، المرتبة الأولى تحقيق التوازن أكثر بين الخط والموضوع بنسبة 35.9% وثاني هذه الاقتراحات زيادة الإيقاع والصوت والصورة بنسبة 17.6% ورابعا زيادة الحركة بنسبة 13.5% وأخيرا زيادة الإعلانات بنسبة 6.5% . ونلاحظ أن ما ينقص الشكل الإخراجي للصحف الجزائرية هو التوازن أي مشكل تنظيم وترتيب المواضيع.

18- كشفت الدراسة أن وجهة نظر الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف العربية تبين انه متوسط بنسبة 64.7% وبعدها انه ناقص بنسبة 18.2% وأخيرا انه ممتاز بنسبة 17.1% وهذا يدل على رضا الطلبة على الشكل الإخراجي للصحف العربية . بينما نجد أن وجهة نظر الطلبة نحو الشكل الإخراجي ممتاز بنسبة 51.1% ثم انه ناقص بنسبة 28.2% وأخيرا أنه متوسط بنسبة 17.6% وهذا يبين اقتناع الطلبة التام بالشكل الإخراجي للصحف العربية.

19- يقترح الطلبة للشكل الإخراجي للصحف العربية بالدرجة الأولى زيادة الحركة بنسبة 24.7% وثاني هذه الاقتراحات توظيف الصورة والصوت والفيديو بنسبة 21.8% و في المرتبة الثالثة مراعاة التوازن بين الخط والموضوع بنسبة 17.6% ورابعا حذف الإعلانات بنسبة 12.4% خامسا نجد تغيير الإيقاع بنسبة 8.2% وبعدها وفي نفس المرتبة كل من رفع حدة الألوان والتقليل من الحركة بنسبة 5.96% وأخيرا زيادة الإعلانات بنسبة 3.5% .

كما نلاحظ في هذه الاقتراحات كذلك أن ما ينقص الشكل الإخراجي للصحف العربية الحركة والوسائط المتعددة .

أما ما يقترحه الطلبة في الشكل الإخراجي للصحف الأجنبية وفي المرتبة الأولى زيادة الحركة بنسبة 28.2% وثاني هذه الاقتراحات التقليل من الحركة بنسبة 11.2% رابعا رفع حدة الألوان بنسبة 10.6% وفي المرتبة الخامسة وعلى التوالي ثلاث اقتراحات هي مراعاة

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

التوازن بين الخط والموضوع وزيادة الإعلانات توظيف الصورة والصوت والفيديو وذلك بنسبة 4.7% والملاحظ أن ما ينقص الصحف الأجنبية كذلك عنصر الحركة .

- فيما يتعلق باتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصادقية وحرية التعبير .

1- كشفت الدراسة أن الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية بنسبة 81.8% أما الطلبة الذين لا يتفاعلون فمثلوا نسبة 18.2% ونجد أن الطلبة يتفاعلون بدرجة كبيرة مع الصحف الإلكترونية أما أوقات تفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية فأغلب الطلبة يتفاعلون أحيانا مع الصحف الإلكترونية بنسبة 48.2% وفي المرتبة الثانية يتفاعل الطلبة مع الصحف الإلكترونية نادرا بنسبة 29.4% أما من يتفاعل دائما مع الصحف الإلكترونية فمثلوا نسبة 15.9% وأخيرا في اغلب الأوقات بنسبة 5.9% ونجد انه على الرغم من أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية إلا أنهم يتفاعلون معها في أوقات قليلة .

2- أظهرت الدراسة أن أهم الخدمات التفاعلية التي يمارسها الطلبة في المرتبة الأولى التعليق الإلكتروني على المحتوى بنسبة 48.2% أما في المرتبة الثانية فجاءت المشاركة في سبر الآراء بنسبة 19.4% وبعدها التصويت الإلكتروني بنسبة 14.1% وأخيرا وفي نفس الدرجة وعلى التوالي مراسلة الصحفيين والمسؤولين وكذلك المشاركة في المنتديات بنسبة 8.8% .

وهذا يبين أن الطلبة يجدون في الصحف الإلكترونية هامشا للتعبير والتعليق على كل ما ينشر .

3- تبين الدراسة أن نسبة الطلبة الذين لا يسجلون أنفسهم في منتديات الصحف الإلكترونية أكثر من نسبة الطلبة الذين يسجلون، فالذين لا يسجلون مثلوا نسبة 50.6% والذين يسجلون أنفسهم مثلوا نسبة 49.4% وهذا يدل على عدم اهتمام الطلبة بما يتعلق بالصحف الإلكترونية من خدمات أخرى غير تقديم الأخبار. أما الطلبة الذين يسجلون أنفسهم ولا يشاركون في المنتديات مثلوا نسبة كبيرة تقرب ب 62.4% عليها الطلبة الذين

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

يسجلون أنفسهم ويقومون بمشاركة قليلة قدرها بنسبة 31.8% أما المشاركات الكثيرة فكانت في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.9% .

4- أظهرت الدراسة أن وجود الخدمات التفاعلية سبب أو عامل لتصفحها وذلك بنسبة 65.9% أما الذين أجابوا بعدم علاقة وجود الخدمات التفاعلية بتصفح الصحف الإلكترونية فمثلوا نسبة 34.1% وهذا يبين أن الخدمات التفاعلية جزء مهم في نجاح الصحيفة الإلكترونية . ومن أهم أسباب تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية وفي المرتبة الأولى كون حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية بنسبة 46.5% وفي المرتبة الثانية نجد أن التفاعلية المتاحة واسعة لا مثيل لها بنسبة 21.2% ثالثا أن الصحف الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة بنسبة 17.6% وبعدها أن هناك أشخاص يشاركون بنفس أفكار الطلبة بنسبة 8.2% وأخيرا كون الطلبة تعودوا على ذلك بنسبة 4.7% ، والملاحظ أن عنصر التفاعلية مرتبط بعامل الحرية . التي تتفرد بها الصحف الإلكترونية على خلاف الصحف الورقية وبينت الدراسة كذلك أن أهم العناصر الواجب توفيرها في الخدمات التفاعلية هي التطوير والتحديث المستمر في نوعية الخدمات بنسبة 37.6% ثانيا تليها إعطاء ساحة للقارئ لنشر كل أفكاره وأرائه بنسبة 31.8% بعدها سرعة تجاوب المسئولين مع مشاركات الجمهور بنسبة 20% وأخيرا تنوع وتعدد الخدمات في الموقع الصحفي الواحد بنسبة 10.6% وهذا يبين أن خصائص التكنولوجيا الحديثة للاتصال لا بد وان تؤثر حتى في الخدمات التفاعلية وبشكل مباشر .

5- أكدت الدراسة أن من أهم مميزات الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية حسب توجهات الطلبة نجد المصداقية بنسبة 48.8% وبعدها التحيز بنسبة 35.9% وأخيرا الحياد بنسبة 15.3% وهذا يوضح ثقة الطلبة بكل ما يقدم من الصحف الإلكترونية نظرا للمزايا التي تتفرد بها دون الصحف الورقية . أما عن دور السرعة في تقديم المعلومات فليس له علاقة بالمصداقية حسب إجابات الطلبة وذلك بنسبة 50.6% أما الذين قالوا أنها تزيد من المصداقية فمثلوا نسبة 27.6% وأخيرا أن السرعة تقلل من المصداقية

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

بنسبة 21.8% والملاحظ أن السرعة لا تغير شيء من جانب تقبل الطلبة لما ينشر في الصحف الإلكترونية وعدم التقبل .

6- أظهرت الدراسة أن من أهم العوامل التي حققت المصادقية هو إرفاق المواضيع بالصوت والصورة بنسبة 40% وثاني هذه العوامل بنسبة 15.9% بعدها إمكانية تعليق القارئ على ما ينشر بنسبة 10% وأخيرا التسجيلات والأرشيف الإلكتروني بنسبة 8.8% والملاحظ أن المصادقية تدعمها الصورة المتحركة التي تؤكد على صحة ودقة الحدث كما بينت الدراسة أن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية أنها تتمتع بالسبق الصحفي بالدرجة الأولى بنسبة 35.9% وثاني هذه الخصائص الجراءة في معالجة المواضيع بنسبة 30% وبعدها حرية التعبير بنسبة 28.8% وأخيرا احترام أخلاقيات المهنة بنسبة 5.3% . هذه النتائج تدل على عنصر السرعة أهم ميزة تنفرد بها الصحف الإلكترونية عن بقية وسائل الإعلام الأخرى .

- فيما يتعلق باتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والصحف الورقية :

1- كشفت الدراسة أن معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية قبل استخدام الصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى كان أحيانا وذلك بنسبة 68.8% وبعدها أقرها بانتظام بنسبة 29.4% وأخيرا عدم قراءتها أبدا بنسبة 1.8% .

وهذا يبين أن الطلبة كانوا يطالعون الصحف الورقية قبل استخدام الصحف الإلكترونية لكن بمعدل معتبر .

كما بينت الدراسة أن الطلبة يقرؤون الصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية أحيانا بنسبة 71.8% و قراءتها بانتظام بنسبة 15.3% وعدم قراءتها أبدا بنسبة 12.9%

نلاحظ أن الصحف الإلكترونية أثرت على معدل قراءة الصحف الورقية حين انخفضت نسبة مطالعة الطلبة للصحف الورقية بانتظام بعد استخدام الصحف الإلكترونية .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

2- أكدت الدراسة على أن دوافع قراءة الطلبة للصحف الورقية تمثلت في التعود على قراءة الصحف الورقية بنسبة 42.4 % ثاني هذه الدوافع إمكانية قراءتها في وسائل النقل وبذلك نسبة 41.2% وثالث هذه العوامل لان قراءتها أسهل للعين بنسبة 9.4% بعدها لان هناك أجزاء لا تنشر في الصحف الإلكترونية بنسبة 4.7% وهذا يبين أن الصحف الإلكترونية أبرز الوسائل التي أنتجت التكنولوجيا الحديثة فلم يتعود عليها الجمهور بعد بينما الصحف الورقية نظرا لقدمها فتكونت نوع من الألفة بينها وبين الجمهور كما بينت الدراسة انه من أسباب عدم مطالعة الطلبة للصحف الورقية وفي الدرجة الأولى عدم وجود الوقت لمطالعتها بنسبة 31.8% وثاني هذه الأسباب أن الصحف الإلكترونية تتبع ميزات أفضل من الورقية بنسبة 31.2% وثالث أسباب عدم مطالعة الصحف الورقية أن هذه الصحف مكلفة من الناحية المادية بنسبة 18.2% وآخر هذه الأسباب مواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 16.5 % ونلاحظ أن هذه الأسباب مرتبطة بالخصائص الحديثة التي تضيفها الصحف الإلكترونية والتي تعد من عيوب الصحف الورقية .

3- أثبتت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية تؤثر في الصحافة الورقية لكن بشكل قليل بنسبة 51.8% أما في المرتبة الثانية هناك من يرى أنها تؤثر كثيرا بنسبة 34.1% وأخيرا هناك من يرى أنها لا تؤثر أبدا بنسبة 14.1% .

هذا يبين أن الصحافة الورقية لا تشكل لها الصحافة الإلكترونية خطرا فظهورها لم يغير الكثير حسب رأي الطلبة .

كما بينت الدراسة أن الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى لا تختفي بنسبة 58.8% وبعدها أن الصحف الإلكترونية تعتبر بديلا بنسبة 28.2% وأخيرا ستلغى الصحافة الورقية بنسبة 2.9% والملاحظ أن لكل من الصحافة الإلكترونية أو الورقية مكانتها ضمن جمهورها فالورقية كبقية الوسائل الأخرى ستعيش بجمهورها .

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

مناقشة النتائج : بالنسبة للنتائج المتحصل عليها من خلال محاولة تجميع اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية والتي سنحاول مقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة فإذا رجعنا إلى الدراسة التي قام بها د/ علي عبد الرحمن عواض (1) بكلية الاتصال الشارقة عن " استخدامات الصحافة المطبوعة والإلكترونية في مجال متابعة الأخبار في الوسط الطلابي " نجد أن نتائج هذه الدراسة بينت أن 61% من أفراد العينة ممن يستخدمون الانترنت يقضون من ساعتين إلى ثلاثة ساعات يومياً على الشبكة وهذه النتيجة تتوافق مع نفس النتيجة المتحصل عليها في الدراسة وهي 47.1 %، كما تتفق الدراستين في كون أن 50 % من الطلبة يفضلون الأخبار الاجتماعية.

أما دراسة د/ جواد راغب الدلو المعنونة " بالصحافة الإلكترونية واحتمالات تأثيرها على الصحف الورقية " كشفت نتائج هذه الدراسة أن حوالي 86.49% من عينة الدراسة يقرؤون الصحف على الانترنت دائماً وأحياناً، نجد كذلك أنها تتلاءم وتتوافق مع نتائج هذه الدراسة التي بينت أن نسبة 42.4% يطالعون الصحف الإلكترونية بصفة غير منتظمة قد تكون أحياناً أو دائماً، لأن نفس أفراد العينة يستخدمون الانترنت بشكل كبير أما بالنسبة لمدى تأثير قراءة الصحف الإلكترونية على الصحف المطبوعة تبين أن 46.78% يعتقدون أن تأثيرها يتراوح ما بين قليل ولا تؤثر وهذا يتوافق مع النتيجة المسجلة المتمثلة في 51.8% أجابوا بأن تأثير الصحافة الإلكترونية على الورقية قليل.

كما أن دراسة الباحث محمد مليك (2) حول " النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة " أثبتت أن النشر الإلكتروني غير العادات الشرائية خاصة لدى جيل تحت سن الثلاثين الذي أصبح يخصص وقتاً أطول في يومه أمام شاشة الكمبيوتر كما أن جمهور الصحف الإلكترونية

1- علي عبد الرحمن عواض، مرجع سبق ذكره.

2 - محمد مليك، مرجع سبق ذكره.

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

يتميز بشبابيته بحيث يتراوح أعمارهم ما بين 18 و 34 سنة مما ينتج عنه تغير في عادة القراءة الأمر الذي يؤدي إلى تغيير في وسط القراءة بحيث سيتحول من الوسط الورقي إلى الوسيط الرقمي - في المستقبل- آخذا بعين الاعتبار أن معظم مستعملي شبكة الانترنت في الوقت الراهن هم من فئة الشباب وهذا يتوافق مع نتائج الدراسة التي بينت أن اغلب متصفح الانترنت والصحافة الإلكترونية تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 22 سنة و 23 إلى 32 سنة .

ثالثا : النتيجة العامة :

1- خلاصة الفروض البحثية : ثبات صحة الفروض أو عدم ثباتها .

الفرضية العامة : يؤيد الطلبة الجامعيين الصحافة الإلكترونية ذلك لما توفره مقارنة بالصحف الورقية من حيز للحرية إشباعات معرفية وقاعدة واسعة من أنواع المادة الإخبارية والسرعة الفائقة في إيصال الخبر وعند اطلاعنا على نتائج الدراسة تبين لنا صحة هذا الفرض لأن أغلبية الطلبة يتفحصون الصحف الإلكترونية لأنها تعد بديلا عن الصحف الورقية وكونها تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها، كما أنها لا تكلف الكثير من الوقت والجهد والمال ناهيك عن أنها تصدر قبل الصحف الورقية وتتمتع بسرعة في التحديث المستمر للمواضيع هذا ما يجعل الطلبة يقبلون على مطالعتها .

الفرض الأول : الصحف الإلكترونية أكثر مقروئية من الصحف الورقية وهذا يرتبط بمدى استخدام الطلبة للانترنت وحسب النتائج المسجلة أعلاه هذا الفرض صحيح لان الطلبة يستخدمون الانترنت نظرا لتحكمهم الجيد في تقنيات الإبحار وهذا يدفعهم لمطالعة الصحف الإلكترونية ويرجع ذلك لتطرقها لمواضيع لا تتطرق لها الصحافة الورقية كما أن الصحف الإلكترونية تميل للتحليل والتفصيل أكثر من الصحف الورقية وكل هذه الخصائص لا تتوفر في الصحف الورقية .

الفرض الثاني : المحتوى الإلكتروني للصحف الإلكترونية في مقدمة دوافع إقبال الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية ويعد من أبرز الإشباعات التي تحققها الصحف، ومن النتائج

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

المتحصل عليها في هذا الفرض صحيح ونظرا للسرعة الفائقة والتحديث المستمر للمعلومات والسعة الكبيرة في المعلومات والعمق المعرفي المقدم يحقق إشباعا للطلبة بالإضافة لكون الصحف الإلكترونية تقدم نصوص مرئية وسمعية مع تعدد خيارات التصفح كما أن أغلب إجابات الطلبة أكدت على أن مضامين الصحف الإلكترونية تثري ثقافتهم الإعلامية أما عن مستويات تفضيل الطلبة للصحف من ناحية المضامين فإن الطلبة يفضلون الصحف الجزائرية لأنها تعالج القضايا المحلية والوطنية كما يفضلون المواضيع السياسية بالدرجة الأولى .

الفرض الثالث : الإخراج الصحفي الإلكتروني يؤثر على إقبال الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية ومن النتائج المتحصل عليها فإن هذا الفرض صحيح ويرجع ذلك إلى أسلوب عرض الموضوعات بالإضافة إلى قدرة الإخراج الإلكتروني على تقديم أخبار وعناوين ومعلومات متحركة بالإضافة إلى جودة تقديم الصور والألوان والإيقاع وتوظيف الوسائط المتعددة .

الفرض الرابع : اغلب الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية نظرا للخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحف الإلكترونية ويمكن القول أن هذا الفرض صحيح لأن الطلبة يرون أن وجود الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية سبب في تصفحها وأن أهم الخدمات التفاعلية التي حققتها الصحف الإلكترونية التعليق الإلكتروني على المحتوى والمشاركة في سبر الآراء والتصويت الإلكتروني وهذا يرجع لحرية التعبير المتاحة في الصحف الإلكترونية و يرتبط بمدى مصداقية محتويات الصحف الإلكترونية حيث يرى اغلب الطلبة أن ما يقدم في الصحف الإلكترونية يمتاز بالمصداقية .

الفرض الخامس :

بالنسبة لعلاقة الصحف الإلكترونية بالصحف الورقية فإن تأثيرها سيكون قليلا على مقروئية الصحف الورقية كما أن الصحف الإلكترونية لن تلغي الصحف الورقية ويعتبر هذا الفرض صحيحا حسب نتائج الدراسة فمطالعة الطلبة للصحف الورقية قبل استخدام الصحف الورقية لم

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

يختلف كثيرا ذلك لأنه من أهم دوافع مطالعة الطلبة للصحف الورقية التعود على قراءتها وإمكانية قراءتها في وسائل النقل. كما أن الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى التي ظهرت لن تختفي حسب رأي أغلب الطلبة وبالتالي فهي لن تلغي الصحافة الورقية في المستقبل القريب أو البعيد

اختبار صحة الفروض أو عدم صحتها :

• المعالجة الإحصائية للفرضيات:

• الفرضية العامة

حجم العينة	الأداة الإحصائية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
170	كا $2 = 1.62$	2	0.44

توجد علاقة بين الإشباع التي تحققها الصحف الإلكترونية و إقبال الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية لأن مستوى الدلالة غير محقق وبالتالي فإن الفرضية محققة .

الفرضية الأولى

المتغيرات	م: المتوسط الحسابي ع: الانحراف المعياري	و: معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مطالعة الصحف الإلكترونية	م = 3.77 ع = 2.70	ر = 0.32	0.56
استخدام الانترنت	م = 2.12 ع = 0.85		

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

توجد علاقة بين استخدام الانترنت ومطالعة الصحف الإلكترونية لأن مستوى الدلالة غير محقق وبالتالي فان الفرضية محققة .

الفرضية الثانية :

المتغيرات	م=المتوسط الحسابي ع=الانحراف المعياري	ر=معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مطالعة الصحف الإلكترونية	م= 3.77 ع= 2.70	ر= 0.61	0.70
محتوى الصحف الإلكترونية	م= 2.42 ع= 1.35		

توجد علاقة بين مضامين الصحف الإلكترونية واستخدام الصحف الإلكترونية المتمثلة في التحديث المستمر للمعلومات لأن مستوى الدلالة غير محقق فالفرضية محققة .

الفرضية الثالثة :

المتغيرات	م=متوسط حسابي ع=الانحراف المعياري	ر= معيار الارتباط	مستوى الدلالة
مطالعة الصحف الإلكترونية	م= 3.77 ع= 2.70	ر= 0.34	0.74

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

الإخراج الإلكتروني	م=4.9 ع=1.8	غير دال إحصائياً
--------------------	----------------	------------------

توجد علاقة بين جودة الإخراج الإلكتروني للصحف الإلكترونية وإقبال الطلبة على مطالعة الصحف لأن مستوى الدلالة غير محقق فالفرضية محققة .

الفرضية الرابعة :

المتغيرات	م=المتوسط الحسابي ع=الانحراف المعياري	ر=معامل الارتباط	مستوى الدلالة
تصفح الصحف الإلكترونية	م=3.77 ع=0.70	ر = 0.91	0.2
الخدمات التفاعلية المقدمة	م=2.34 ع=1.49		غير دال إحصائياً

توجد علاقة بين تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية والخدمات التفاعلية المحققة لأن مستوى الدلالة غير محقق فالفرضية محققة .

الفرضية الخامسة :

المتغيرات	م=المتوسط الحسابي ع=الانحراف المعياري	ر=معامل الارتباط	مستوى الدلالة

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة ونتائج الدراسة

0.52	$r=0.22$	$m=1.80$ $e=0.66$	الصحافة الإلكترونية تؤثر على الصحف الورقية
غير دال إحصائياً		$m=3.31$ $e=0.88$	الصحافة الإلكترونية تلغي الصحافة الورقية

لا توجد علاقة بين ظهور الصحافة الإلكترونية وإلغاء الصحف الورقية لأن مستوى الدلالة غير محقق وبالتالي الفرضية محققة .

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية
والمطبوعة ونتائج الدراسة

الخاتمة

حاولت من خلال هذه الدراسة العملية تسليط الضوء على ظاهرة تعتبر من أبرز الظواهر التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديث وهي الصحافة الإلكترونية وذلك من خلال عملية رصد لاتجاهات الرأي الجامعي . ومن منظور الإشكالية حاولنا الإجابة على تساؤل رئيس يتمحور حول اتجاه جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية ومجموعة من التساؤلات ،والإشباعات المحققة من استخدامها وكذا البحث في مستويات تفضيل الطلبة للصحف الجزائرية والعربية والأجنبية كما بحثت في اتجاهات الطلبة نحو المضمون والشكل الإخراجي لهذه الصحف وأهم الخدمات التفاعلية التي تحققها ومستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة كما حاولت أن أطر نظريا كل مفهوم ورد في تساؤل الإشكالية من خلال الرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة .

ولقد توصلت إلى نتائج تصب في نفس السياق المتمثل في أن إقبال الطلبة الكبير على الانترنت و بالتالي الصحافة الإلكترونية تتحكم فيه كل من مضمون وشكل هذه الصحف والخدمات التفاعلية ومدى المصدقية وأن الجودة التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية لن تؤثر على الصحف الورقية ولن تلغي هذه الأخيرة .

ومن خلال النتائج المتوصل إليها أأمل أن تكون بداية لصياغة فرضيات من أجل القيام بدراسات أخرى على سبيل التأسيس لهذا المجال في البحث من حيث المفاهيم والتنظير والتقنيات المنهجية ولا تقوتني الإشارة إلى أن لهذه الدراسة حدود ولا أدعي أنني أجبت على السؤال الكبير المتعلق باتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، ولا أعتقد أبدا أنني توصلت إلى معرفة كل ما يفكر فيه الطلبة حقيقيا وإنما يمكن أن أكون قد تمكنت من معرفة جزء فقط مما يفكرون فيه وقد يكون ضئيلا جدا مقارنة بضخامة الظاهرة وحجمها.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت والصحافة الإلكترونية
أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات .
ثانياً: خصائص مجتمع البحث.

ثالثاً : واقع استخدام الطلبة للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الفصل الثاني: اتجاهات الطلبة نحو مضمون وشكل الصحف الإلكترونية والتفاعلية.
أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية.

ثانياً: اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية.

ثالثاً: اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية والمصادقية وحرية التعبير.

الفصل الثالث: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة
ونتائج الدراسة.

أولاً: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة.

ثانياً : نتائج الدراسة .

ثالثاً: النتيجة العامة .

- الخاتمة

- قائمة المراجع

- الملاحق

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت والصحافة الإلكترونية.
أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات .
ثانياً: خصائص مجتمع البحث .
ثالثاً : واقع استخدام الطلبة للانترنت والصحافة الإلكترونية.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الفصل الأول : واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

أولا : الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة المحدد بـ 170 مفردة ، والتي تم تشكيلها بصفة قصدية وقد بدأنا توزيع الاستمارات في نهاية شهر ماي سنة 2011 ،وتسنى لنا استرجاعها ،حيث اشتمل الاستبيان عند التوزيع 228 استمارة، وعند الاسترجاع تحصلنا على 180 استمارة فقط وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 01 إلى 180، تم استبعاد الاستمارات التي لم تتوفر فيها الشروط اللازمة ،كالإجابة على أكثر من اقتراح ، أو عدم الإجابة على الأسئلة ، وهذه الاستمارات عددها 10 ، فأصبح العدد النهائي 170 استمارة، وتحقيفا لتحليل محتوى الدراسة وبياناتها تحليلا إحصائيا كميًا وكيفيًا، كان من المفروض علينا استخدام بعض المقاييس لاستخراج النسب التكرارية ومقاييس النزعة المركزية كالمتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، ومقاييس التشتت ومن أجل ذلك تم الاستعانة ببرنامج spss

1- تعريف البرنامج الإحصائي spss: يعد البرنامج الإحصائي spss المختصر

STATISCAL PACKAGE SOCIAL SCIENCE (1) من أكثر البرامج الإحصائية

استخداما من طرف الباحثين في المجالات التربوية والاجتماعية والفنية والهندسية والزراعية في إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة ،وقد بدأت الشركة spss بإعداد هذا النظام الذي كان يعمل تحت نظام التشغيل MS- DOS وقد تم تطويره ليعمل في بيئة نظام التشغيل WINDOWS في عام 1993 ، متجاوزا بذلك الصعوبات التي كانت تواجه العاملين على هذا النظام في بيئة MS- DOS ، وقد توالى الإصدارات لهذا النظام التي كان آخرها الإصدار spss 20.00 حيث يوفر هذا النظام مجالا واسعا للتحليلات الإحصائية . وإعداد المخططات البيانية لتلبية حاجة المختصين والمهتمين في مجال الإحصاء ، كما وفر إمكانية تتأقل البيانات مع قواعد البيانات وبرامج LOTUS – EXCEL وغيرها من البرمجيات .

¹ - فضيل دليو ، تقنيات تحليل البيانات . منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2004 ، ص.120 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

كما اعتمد الباحث في التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية وقياس العلاقة الارتباطية بين المفردات ومتغيري النوع والسن على بعض مقاييس إحصائية وهي :

أ- التكرارات والنسب المئوية:

وهي خاصة بكل الجداول ، وقد تم حساب نسب المتغير المستقل ، حتى نتمكن من معرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع ، بمعرفة تأثير النوع والسن على الاتجاه ، فمن الواضح أن رأي الشخص لا يؤثر في جنسه أو سنه ، السن أو الجنس هو الذي يؤثر في الاتجاه كما تقول البحوث والدراسات الاجتماعية

ب- مقاييس النزعة المركزية:

هي أساليب إحصائية تمثل المركز أو متوسط المجموعة من البيانات ، لذا فهي تعرف أيضا تحت اسم المتوسطات أو القيم المركزية.

1- المتوسط الحسابي:

وهو المعدل العام المتعلق بمجموعة من البيانات الخاصة بظاهرة ما ، ويتم حساب المتوسط الحسابي لبيانات القيم المبوبة يكون بتطبيق المعادلة التالية : (1)

$$م = \frac{\text{مجموعة مراكز الفئات } X \text{ التكرارات}}{\text{عدد القيم}}$$

$$م = \frac{\sum f X}{n}$$

$$م = \frac{\sum f X}{n}$$

ن

ج- مقاييس التشتت:

التشتت لغة يفيد التفرق والتباعد ، وفي لغة الإحصاء يعني وضعية تفرق ، أو تباعد ، أو توزع تتأثر قيم مجموعة ما عن بعضها البعض ، إن مقاييس التشتت وفق التعريف المقدم تمكننا من حساب مدى تباعد ، أو قرب قيم مجموعة ما من بعضها البعض ، قياس مدى تشتت (البعثرة) القيم في مجموعاتها .

¹ - أحمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص. ص. 390، 391.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

وهنا يمكن الإشارة إلى أنه كلما كانت القيم المدروسة أكثر تشتتاً (تباعداً) كانت متباينة ، وكلما كانت أقل تباعداً كانت منسجمة (1)

1- الانحراف المعياري :

يرمز له بالرمز "ع" أحد مقاييس التشتت المستخدم في حساب درجة تباعد ، أو قرب القيم عن نقطة مركزها ، المعبر عنها بالمتوسط الحسابي ، الذي يعتبر من أكثر المقاييس استعمالاً في الغرض الإحصائي المذكور ، نظراً لدقة النتائج التي يوفرها للبحث العلمي ، ومن ذلك يمكن القول : أن الانحراف المعياري هو الجذر التربيعي لمتوسط مجموع مربعات انحرافات القيم ، عن المتوسط الحسابي

$$ع = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n}}$$

2- مقاييس الارتباط :

تقاس علاقة الارتباط بين المتغيرات المدروسة بما يعرف في لغة الإحصاء بمعامل الارتباط ، لتحديد الدرجة التي تتراوح في وضعيتها الإيجابية بين قيمة : أكبر من الصفر حتى +1 < من 0 حتى +1 وفي وضعيتها السالبة : بين أقل من الصفر حتى -1 (> من 0 حتى -1) ، كلما اقتربت هذه العلاقة من القيمة +1 أو قيمة -1 كلما كانت قوية والعكس صحيح يقاس معامل الارتباط بتطبيق العديد من المعادلات أشهرها معادلة بيرسون (2)

3- مقياس التوزيعات (كا2)

إن مقياس التوزيعات : (كا2) يستخدم في اختبار درجة الفرق المعنوي بين المتغيرات المختلفة ، أي بين البيانات الفعلية ، التي حصل عليها الباحث في دراسته لظاهرة معينة ، والبيانات الظرفية المفترضة من طرفه (3)

1- أحمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره ، ص. 411.

2 - المرجع السابق نفسه ، ص. 468.

3 - المرجع السابق نفسه ، ص. 466.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

$$2\text{ك} = (\text{التكرار المشاهد } X \text{ التكرار المتوقع})^2$$

التكرار المتوقع

ثانيا : خصائص مجتمع البحث

جدول رقم (1) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة	العدد	التوزيع النوع
% 44.1	75	ذكور
%55.9	95	إناث
% 100	170	المجموع

تتحدد السمات الديموغرافية لجمهور الطلبة - عينة الدراسة- من خلال عدد من المتغيرات مثل النوع (الجنس) ، الفئة العمرية ، المستوى الجامعي ، مكان الإقامة ، الحالة العائلية (المدينة) ، الوضعية المادية ، وإتقان اللغة .
وفيما يتعلق بمتغير النوع ، يتضح من خلال هذا الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب النوع يتكون من 55.9 % إناث، حيث بلغ عدد الإناث 95 مفردة من إجمالي عينة الدراسة البالغ تعدادها 170 مفردة ، بينما بلغ عدد الذكور 75 مفردة بنسبة 44.1 % ، يرجع الاختلال في توازن النسبتين يرجع إلى النسبة العالية في عدد الإناث مقارنة بالذكور في المجتمع الجزائري، وبالتالي أصبح يمثلن الأغلبية في الجامعات الجزائرية خاصة بعد تشجيع الفتاة ووصولها إلى مستويات عليا في التعليم العالي ، وفي الغالب فإن الفارق بين نسب الذكور والإناث في عنة الدراسة لا يعد كبيرا

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (2) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة	العدد	التوزيع فئات السن
% 49.4	84	22-18
%47.6	81	27-23
%1.2	2	32-28
%1.8	3	أكثر من 32

وفيما يتعلق بمتغير الفئة العمرية (السن) جاءت أغلبية المبحوثين في الفئة العمرية الأولى (18 إلى 22 سنة) بنسبة %49.4 وواقع 84 تكرارا ، وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية (23 إلى 27 سنة) بنسبة غير بعيدة عن نسبة العمرية الأولى بنسبة 47.6 % بواقع 81 تكرارا، وشكلت الفئتين 97 % من إجمالية الفئات أي لم تشكل الفئتين المتبقيتين إلا جزءا صغيرا الأمر الذي يدل على أن الشباب هم الفئة العمرية الأقدر على التعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ، أما الفئة الأولى فيمكن اعتبارها إنها لم تخرج بعد من فترة المراهقة التي تجد ضالتها في الانترنت وهي من الجيل الجديد لمجتمع المعلومات الرقمي .

واحتلت الفئة العمرية (28-32 سنة) المرتبة الثالثة بنسبة %1.2 ، واحتلت الفئة العمرية (أكثر من 32 سنة) المرتبة الرابعة والأخيرة وهذا يدل على أن أغلب الطلبة الملتحقين بمدرجات الدراسة بالجامعة الجزائرية ينحدرون ما بين 18 و 22 سنة .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (3) : يوضح توزيع العينة حسب المستوى الجامعي:

النسبة	العدد	التوزيع المستوى الجامعي
%1.2	2	أولى جامعي
%8.2	14	ثانية جامعي
%25.9	44	ثالثة جامعي
%64.7	110	رابعة جامعي
% 100	170	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن أكثر الفئات تركزت على مستوى السنة الرابعة جامعي ، حيث قدرت نسبة المبحوثين %64.7 بتكرار 110 مفردة ، ثم يليها أفراد السنة الثالثة جامعي بنسبة % 25.9 بواقع تكرار 44 مفردة ، وهذه النتيجة ستساعد الباحث في الوصول إلى النتائج المرجوة في هذا البحث ، وذلك أن طلبة السنة الرابعة سيتخصصون أكثر في مجال الإعلام ويكتسبون معلومات ومعارف موسعة في مجال الإعلام والاتصال ، كما أن طلبة السنة الرابعة في فترة التخرج والإعداد لمذكرة نهاية الدراسة ، حيث سيكونون في حاجة ماسة إلى استخدام الانترنت في مجال البحث العلمي، كمصدر هام من مصادر المعلومات الإلكترونية في ظل غياب المراجع أو نقصها في بعض الأحيان ، أما طلبة السنة الثالثة ، ففي هذه السنة سيكونون LMD أي سنة التخصص في النظام الكلاسيكي القديم وسنة نهاية الدراسة في النظام الجديد LMD ، ففي هذه السنة سيكونون صورة متضحة المعالم عن الأنواع الصحفية بصفة خاصة وعالم الصحافة بصفة عامة ، كما أنهم سيستخدمون الانترنت للدخول لمواقع التواصل والإطلاع على الأخبار الإلكترونية .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (4) : يوضح مكان الإقامة

النسبة	العدد	التوزيع النوع
46.5 %	79	إقامة جامعية
53.5 %	91	إقامة غير جامعية
100 %	170	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن حوالي 53.5% من أفراد العينة يقطنون في إقامة غير جامعية ، أي خارج الجامعة أما مع الأولياء أو سكن مستقل ، وذلك بواقع تكرار 91 مفردة ، وهذا يدل أن أغلب الطلبة الذين لا يقطنون في الأحياء الجامعية أكثر استخداما للانترنت ومطالعة للصحف الإلكترونية وذلك يرجع لعدة أسباب ، وقد يرجع هذا للعامل المادي الذي سوف نتطرق إليه في الجداول اللاحقة ، بمعنى أن المقيمين في الأحياء الجامعية قد لا يملكون الوقت ولا المال للتردد على قاعات الانترنت ، بينما غير القاطنين في الأحياء الجامعية ، قد يملكون خطوط الانترنت في البيت نظرا لتوفرها وتوفر الوقت .

جدول رقم (5) : يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية (المدنية):

النسبة	العدد	التوزيع الحالة العائلية
96.5 %	164	أعزب
3.5 %	6	متزوج
100 %	170	المجموع

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة هي من فئة العزاب التي تقدر بـ 96.5% بواقع تكرار 164 مفردة، هذا كون الطلبة الجامعيين هم في بداية تكوين حياتهم من أجل الانطلاق في الحياة العملية ومن ثم الزواج، كما أن الزواج قد يقلل من استخدام شبكة الانترنت نظرا لعدم توفر الوقت وزيادة المسؤوليات، لكن رغم هذا نجد نسبة المتزوجين تقدر بـ 3.5% قد يقصد العزاب الانترنت بشكل موسع وذلك بغرض البحث عن علاقات.

جدول رقم (6) : يوضح توزيع العينة حسب الوضعية المادية :

النسبة	العدد	التوزيع الوضعية المادية
28.2%	48	متوسطة
57.6%	98	حسنة
14.1%	24	جيدة
100%	170	المجموع

بين لنا الجدول توزيع المبحوثين وفقا للوضعية المادية للمبحوثين، فأغلب إجابات عينة الدراسة ارتكزت على الحالة أو الوضعية المادية الحسنة بنسبة 57.6% بواقع تكرار قدر بـ 98 مفردة، ذلك أن الجانب المادي له علاقة بالتردد على الانترنت أو امتلاك كمبيوتر.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (7) : يوضح توزيع العينة حسب إتقان اللغات :

النسبة	العدد	اللغات / التوزيع
%48.2	82	العربية
%31.2	53	الفرنسية
%14.1	24	الإنجليزية
%6.5	11	لغات أخرى
% 100	170	المجموع

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب اللغة المتحكم فيها أو المتقنة، يتقن الطلبة اللغة العربية على اعتبار أنها اللغة الأساسية للتعليم في الجزائر حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 48.2 % بواقع تكرار 82 مفردة، ونسبة إتقان اللغتين الفرنسية و الإنجليزية مما يعادل نسبة إتقان اللغة العربية ، وقد يؤثر عامل إتقان اللغات الأجنبية على الدخول إلى الانترنت ومطالعة الصحف الإلكترونية خاصة منها الأجنبية ، واحتلت اللغة الفرنسية المرتبة الثانية بنسبة 31.2 % على اعتبار أن هذه اللغة من مرسخات الاستعمار الفرنسي ، لكن هذا لا يمنع من إتقان بعض الطلبة للغات أخرى كاللغة الإسبانية والإيطالية. ونقصد بالإتقان هنا التكلم بطلاقة لسان بإحدى هذه اللغات وليس فقط معرفة سطحية لهذه اللغة .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

ثالثا : واقع استخدام الانترنت والصحافة الإلكترونية

(1) - استخدام الانترنت

جدول رقم (8) : يبين مكان استخدام الطلبة لشبكة الانترنت :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة مكان الاستخدام
41.2%	70	البيت
25.9%	44	المقهى الافتراضي
18.8%	32	الجامعة
11.2%	19	نوادي الشباب
2.9%	5	أماكن أخرى
100 %	170	المجموع

يبين الجدول الموالي أن الأغلبية الساحقة للطلبة يستخدمون الانترنت في البيت بنسبة 41.2 % بواقع تكرار 70 مفردة، ذلك أن معظم الطلبة لا يقيمون في الجامعة، فهم يستخدمون الانترنت في البيت. هذا على عكس ما توصل إليه الباحث بور حلة سليمان في البحث الذي قام بانجازه في إطار نيل شهادة الماجستير تحت عنوان: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم⁽¹⁾، حيث أن نسبة 60.2 % من عينة الدراسة يستخدمون الانترنت في المقهى الافتراضي مع العلم أن هذه الدراسة أجريت سنة 2007 على طلبة جامعة يوسف بن خده الجزائر العاصمة. لكن من خلال النتيجة التي توضح أن البيت هو أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الطلبة الجامعيين للانترنت يدل على تطور الأسر

¹ - بور حلة سليمان ، مرجع سبق ذكره ، ص. 143 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الجزائرية و تبنيهم لفكرة الاتصال عبر الانترنت و التعامل معها كباقي وسائل الاتصال الأخرى. كما يدل على انتشار و ذبوع الثقافة الإلكترونية و تطور تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الحديثة في الجزائر و يدل على ربط معظم الأسر أو اشتراكهم في شبكة الانترنت وهذا لا يمنع من أن 25,9% يستخدمون الانترنت في المقاهي الافتراضية 18,8% يستخدمونها في الجامعة بمختلف مرافقها سواء كانت نوادي الجامعة أو المكتبة و غيرها من الأماكن القريبة من الإقامة الجامعية، و الأماكن الأخرى التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت نجد على سبيل المثال لا الحصر بيوت الأصدقاء.

جدول رقم (9) : يبين وقت استخدام الانترنت :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أوقات الاستخدام
4.1%	07	الصباح
28.2%	48	الليل
5.3%	09	منتصف النهار
8.2%	14	المساء
54.1%	92	لا يوجد وقت
100%	170	المجموع

بين هذا الجدول أن معظم أفراد العينة يستخدمون الانترنت في الليل بنسبة 28.2% ،ذلك أن هذه الفترة مناسبة للطلبة على اعتبار أنهم خرجوا من الجامعات و المعاهد، أي وقت فراغ وراحة بالنسبة لهم ، كما أن التدفق في الليل يكون أحسن للانترنت كما أن نوادي الجامعة أو الإقامات الجامعية تفتح أبوابها في الليل ،لكن نسبة 54.1% من عينة الدراسة لا

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

يوجد لهم وقت محدد للدخول إلى الانترنت خاصة إذا كانت الانترنت متوفرة داخل البيت هذا لا يمنع من أن يدخل إليها الطلبة في أي وقت صباحا و مساء أو ليلا أو حتى في منتصف النهار فالوسيلة متوفرة و أينما توفر الوقت يدخل الطلبة للانترنت ، بغض النظر عن سرعة التدفق

جدول رقم (10) : يبين أسباب تفضيل فترة الاستخدام :

النسبة	التكرار	النسبة والتكرار أسباب تفضل فترة الاستخدام
72.4%	123	الوقت يناسبك
8.2%	14	سرعة التدفق
15.3%	26	لا يوجد اكتظاظ
4.1%	7	أسباب أخرى
100%	170	المجموع

من أبرز أسباب تفضيل الطلبة للفترة التي يستخدمون فيها الانترنت، كانت في المرتبة الأولى أن الوقت يناسبهم سواء كان وقت فراغ أو سرعة التدفق أو عدم وجود الاكتظاظ فكلها معبرة في أن الوقت يناسبهم بنسبة 72.4 % بواقع تكرار 123 مفردة.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
 الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
 والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (11) : يبين الوقت المستغرق في الانترنت :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الوقت المستغرق في الانترنت
12.4%	21	أقل من ساعة
47.1%	80	من ساعة إلى ساعتين
21.8%	32	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
4.1%	37	أكثر من ثلاث ساعات
100 %	170	المجموع

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الانترنت من ساعة إلى ساعتين 47.1 % بواقع تكرار 80 مفردة، وهي فترة زمنية معتدلة لكن الغريب في الأمر أن نسبة 21.8 % يستخدمون الانترنت لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم أي تعرضهم لمشكل الإدمان على الانترنت و يكونون مهددين بالعزلة و الأمراض النفسية و المخاطر الصحية للانترنت كجلطات القلب و الدماغ و الصرع ...

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (12) : يبين أسباب استخدام شبكة الانترنت :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أسباب استخدام شبكة الانترنت
17.6%	30	التحكم في الانترنت
66.5%	113	تفديني في حياتي العملية
2.4%	4	فقط لأني أملك كمبيوتر
13.5%	23	أسباب أخرى
100%	170	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن هناك سببين يتحكمان في استخدام شبكة الانترنت هذين السببين هما أن الانترنت تفيد الطلبة في حياتهم العملية بنسبة 66.5 % ، يليها التحكم في الانترنت بنسبة 17.6 % ، أي أن الانترنت تساعد الطلبة على انجاز بحوثهم و مذكرات التخرج كما أن التحكم في الانترنت يساعد الطلبة على استخدام الانترنت لان جهل الطلبة لهذه الوسيلة قد يكون عائقا أو سببا في الإحجام عن استخدام الانترنت ، أما الأسباب الأخرى نذكر على سبيل المثال لا الحصر استخدامها من أجل التعارف وإقامة صداقات، البحث عن العمل أو التعلم في الخارج ، الحصول على الأخبار ، التسلية و الألعاب و غيرها ...

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (13) : يبين أسباب عدم استخدام الطلبة للانترنت :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أسباب عدم استخدام الانترنت
20.0%	34	حق الاشتراك باهض
4.7%	8	تضييع الوقت
0.6%	1	تضرر بالصحة
40.6%	69	عدم إتقان الإبحار
25.9%	44	لا يملكون جهاز كمبيوتر
8.2%	14	أسباب أخرى
100%	170	المجموع

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول الموالي أن أبرز الأسباب التي تتحكم في عدم استخدام الطلبة للانترنت هي ثلاثة أسباب أبرزها عدم إتقان طرق الإبحار في الانترنت بنسبة 40.6% ثم يليها في المرتبة الثانية أن الطلبة لا يملكون جهاز كمبيوتر بنسبة 25.9% ، ثم في المرتبة الثالثة أن حق الاشتراك أو التوصيل بالانترنت باهض بنسبة 20% ذلك أن الطلبة لا زالوا يعتمدون على أسرهم خاصة من الجانب المادي ، نجد أن السببين الأخيرين يرتبطان بالجانب المادي و السبب الرئيسي يرجع لعامل الأمية الرقمية ، أو عدم إتقان تقنيات الإبحار في الانترنت وعدم رغبة الطلبة في تعلم أو اكتشاف هذه الوسيلة التي يعد من لا يعرف أو يجهلها أمي بالمعنى التكنولوجي .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (14) : يبين دوافع استخدام الطلبة لشبكة الانترنت :

النسبة	التكرار	دوافع التكرار والنسبة الاستخدام
%21.2	36	إنجاز البحوث العلمية
%5.9	10	العباب وتسلية
%11.2	19	مشاهدة الأفلام والأغاني
%3.5	6	محاضرات وندوات
%7.6	13	قضاء أوقات الفراغ
%14.7	25	المشاركة في الفاييبوك
%25.9	1	التتقيف والتعلم
%11.8	13	التعارف والدردشة
%0.6	1	الاتصال الهاتفي
%7.6	13	تحميل الكتب
%25.9	1	الحصول على الأخبار
%0.6	1	أسباب أخرى
%100	170	المجموع

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

يبين لنا هذا الجدول أن الدافعين الرئيسيين لاستخدام الطلبة لشبكة الانترنت هما المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك و التعارف و الدردشة بنسبة 14.7 % ، و يعتبر الدافعين ترفيهيين خاصة الولوج في عالم الفايسبوك ، ذلك أن شباب الجامعة هم في حالة انبهار من هذا الموقع الجديد وكل الطلبة يتوافدون على هذا الموقع الاجتماعي ، أما الدردشة و التعارف كذلك يعتبر دافعا ترفيهي ، لخلق صداقات افتراضية أو واقعية ، و يأتي دافع انجاز البحوث العلمية في المرتبة الأولى بنسبة 21.2 % ، فهناك بعض الطلبة لم يقتربوا من الانترنت إلا بصفة إجبارية أي دفعهم قلة وجود المراجع في المكاتب الورقية إلى قصد المكاتب الإلكترونية و المنتديات و محركات البحث في الانترنت ، ثم أن كل من الدوافع الأخرى أخذت حضاها من الإجابة خاصة دافع مشاهدة و تحميل الأفلام و الأغاني .

2- استخدام الصحافة الإلكترونية :

جدول رقم (15) : أوقات مطالعة الصحافة الإلكترونية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أوقات المطالعة
21.2%	36	يومية
4.1%	7	مرة في الأسبوع
28.8%	49	وجود أحداث هامة
42.4%	72	غير منتظمة
1.2%	2	مرة في الشهر
2.4%	4	أخرى
100 %	170	المجموع

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب الطلبة يطالعون الصحف الإلكترونية بصفة غير منتظمة بنسبة 42.4%، بواقع تكرار 72 مفردة، أي لا يوجد وقت محدد لمطالعة الصحف الإلكترونية، هذا لا يدل على أن الطلبة الجامعيين يطالعون الصحافة الإلكترونية مطالعة دائمة وملتزمة، وفي المرتبة الثانية في حالة وجود أحداث تهكم بنسبة 28.8 %، قد تكون أحداث تهتم الوسط الطلابي الجامعي كالإضرابات وغيرها من الأحداث وخاصة منها الأحداث الرياضية و هناك من يطالع الصحافة الإلكترونية من خلال موضوع يلفت انتباهه في مواقع التواصل الاجتماعية كالفيسبوك أما الطلبة الذين يطالعون الصحافة الإلكترونية يوميا وبصفة منتظمة يقدر عددهم 36 مفردة بنسبة 21.2%.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (16) : يوضح أسباب تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة أسباب التصفح
27.1%	46	تعد بديلا عن الورقية
24.7%	42	لا تكلف الجهد والمال
9.4%	16	تطرق لمواضيع لا تستطيع الورقية تناولها
5.3%	9	تريد ممارسة مهنة الصحافة
16.5%	28	تفيد في إنجاز البحوث الميدانية
11.2%	19	بحكم تخصص الإعلام الاتصال
4.7%	8	لأنها تميل إلى التفصيل والتحليل
0.6%	1	لأنها تصدر قبل الورقية
0.6%	1	أخرى
100%	170	المجموع

أجمع أغلبية الطلبة على انه من أهم أسباب مطالعتهم للصحافة الإلكترونية كونها تعد بديلا عن الصحف الورقية ، بنسبة 27.1 % أي أن دخولهم للانترنت عوضهم على اقتناء الصحف الورقية بما أن لهذه الصحف مواقع إلكترونية ، وأن هناك صحف أخرى منشورة

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

على صفحات الانترنت تغنيهم عن شراء وتصفح الصحف الورقية ، كما أن السبب الثاني للتعرف الصحف الإلكترونية ملازم للسبب الأول ذلك أن الصحافة الإلكترونية لا تكلف الكثير من الجهد و المال بنسبة 24.7 % ، و من بين الأسباب الأخرى تذكر أنها تساعدهم في انجاز بحوثهم الميدانية بنسبة 16.5 % ، وذلك بحكم تخصص في الإعلام و الاتصال. فهناك بعض المقاييس ، مثل مقياس فنيات التحرير يدفع الطلبة للاحتكاك بعالم الصحافة و خاصة الصحافة الإلكترونية ، وهناك أسباب أخرى كأن تتطرق الصحف الإلكترونية لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها .

جدول رقم (17) : يبين أهم ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحف :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة يكتفي الطلبة بمطالعة
27.1%	46	العناوين
24.7%	42	مقدمة المواضيع
9.4%	16	مشاهدة الصور
5.3%	9	الإعلانات
16.5%	28	التعليقات الإلكترونية
12.4%	21	الأخبار الجانبية القصيرة
4.7%	8	أخرى
100%	170	المجموع

بين الجدول أعلاه أن أهم ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحف الإلكترونية هي عناوين و مواضيع بنسبة 27.1 % حيث تمثل العناوين واجهة للأخبار ، و عامل جذب

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

لمتابعة الأخبار أو العزوف عنها، فإذا كان محتوى العنوان مهما وحتى شكله جذابا فسيواصل الطلبة مطالعة المتن و المحتوى ، و إن كان العنوان لا يشكل أي أهمية من الناحيتين فيعزف الطلبة عن مواصلة المطالعة ، و لهذا فإن التركيز على عناوين الأخبار الإلكترونية يشكل عاملا هاما في نجاح الصحف الإلكترونية و الترويج لها ، و من ناحية أخرى نجد أن اكتفاء الطلبة بمطالعة أو قراءة العناوين له تفسير آخر أن القارئ الإلكتروني على عجلة من أمره كما أن من خصائص قراءة الصحافة الإلكترونية السرعة، حيث لا يستغرق القارئ الكثير من الوقت ، نفس الشيء بالنسبة لمقدمة المواضيع التي تعتبر بمثابة إشارة كما سيتم التطرق إليه داخل محتوى الأخبار و المواضيع ، و لهذا احتلت المرتبة الثانية بنسبة 24.7 % ثم تلتها التعليقات الإلكترونية فهناك من يطالع الصحف الإلكترونية ليس لشيء بل لأنه يريد الاطلاع على ما يقوله المواطنون عن الأخبار ، كما نجد أن الطلبة يطالعون الأخبار الجانبية القصيرة بنسبة 12.4 % نظرا لسلاستها و سهولة قراءتها .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (18) : يبين عوامل إيجاب الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة عوامل الإحجام
18.2%	31	لا يجيدون البحث في شبكة الانترنت
22.4%	38	يطالعونها في نسخها الورقية
18.8%	32	يفضلون وسائل الترفيه بدلا من الوسائل الجادة
0.6%	1	مضيعة للوقت والجهد
10.6%	18	لا يعرفون مواقع الصحف الإلكترونية
17.6%	30	عدم التعود على الطرق الحديثة في تصفح الصحف
0.6%	1	أسباب صحية ونفسية
8.8%	15	أن الصحافة الإلكترونية شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى مهمشة
2.4%	8	أخرى
100%	170	المجموع

من أهم عوامل إيجاب الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية حسب اتجاهات جمهور الطلبة، وكما يبينه الجدول المقابل هي أن الطلبة يفضلون وسائل الترفيه بدلا من

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الوسائل الجادة وذلك بنسبة 18,8 % ، كما أن الطلبة يطالعون الصحف في نسخها الإلكترونية بنسبة 22,4 % كأهم وبرز عامل لإحجام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية ، حيث يكتفي الطلبة باقتناء الصحيفة الورقية ظنا منهم أنها مطابقة لما ينشر إلكترونيا، أو أن مطالعتها في الانترنت قد يعد تضيعة للوقت خاصة من لا يملك جهاز كمبيوتر واشترك بخط الانترنت، كما أن الطلبة في هذا السن بالتحديد يعتبرون شباب معظمهم لم يخرج من طور المراهقة ،هذا ما يجعله تواقا لوسائل الترفيه ومحجما عن متابعة الأخبار في الصحف الإلكترونية ، كما أن من عوامل إحجام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية أيضا أنهم لا يجيدون البحث في شبكة الانترنت بنسبة 18,2 % ، كما أن عدم التعود على الطرق البحثية في تصفح الانترنت ، أو جهل الطلبة لمواقع الصحف الإلكترونية يشكلان عاملان مهمان في نظر الطلبة يتسببان في إحجامهم في مطالعة الصحف الإلكترونية .

(3) التحليل الإحصائي لنتائج واقع استخدام الطلبة للانترنت والصحافة الإلكترونية .

جدول رقم (19) : يوضح مكان استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس والسن :

السن																المتغيرات مكان الاستخدام
أكثر من 32				32-28				27-23				22-18				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.4	1	0	0	0	0	1.4	1	18.6	1	17.1	12	40	28	21.4	15	البيت
0	0	2.3	1	0	0	0	0	11.4	5	36.4	16	25	11	25	11	المقهى
0	0	0	0	0	0	0	0	43.8	1	18.8	6	37.5	12	0	0	الجامعة
0	0	5.3	1	0	0	0	0	31.6	6	36.8	7	10.5	2	15.8	3	نوادي الشباب
0	0	0	0	0	0	20	1	20	1	20	1	40	2	0	0	أماكن أخرى

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

يوضح لنا هذا الجدول مكان استخدام الطلبة للانترنت موزعا وفقا لمتغيرين اثنين وهما متغير النوع و السن ، من خلال هذا الجدول سنحاول ربط علاقة التأثير والتأثر بين المتغيرين المستقلين والمتغير التابع ونلاحظ أن الفئتين العموميتين اللتين استحوذتا على نتائج النسب المئوية في الفئة الأولى أي 18-22 والفئة الثانية 23-27 ، وكما أشرنا سابقا أن هاتين الفئتين مثلت الشباب المراهق أو مرحلتين يتفق عليها كل جامعات العالم بأنها أنسب وأحسن فترة لمزاولة الدراسة الجامعية ، لكن التباين يبدو واضحا في متغير النوع فنجد أن الإناث مثلوا أعلى نسبة في الدخول إلى الانترنت، وذلك على مستوى البيت من الفئة الأولى من 18 - 22 سنة ، وذلك بنسبة 40 % وأعلى نسبة للذكور انحصرت في الفئة الثانية 23-27 سنة بنسبة 36,4 % في المقهى الافتراضي و 36,8 % في نوادي الشباب ، ويمكن تفسير النسبة الأولى للإناث وأسباب دخولها للانترنت على مستوى البيت خاصة هذه الفئة من 18-22 سنة ، وفي الأسر بضرورة توفير خطوط الانترنت على مستوى المنازل نظرا لحاجة أبنائهم لهذه الوسيلة في المجال العلمي والبحثي، والإناث بالتحديد وذلك ليسهل على الأولياء مراقبة الفتاة على مستوى البيت والتحكم في اختياراتها وطرق تصفحها عن قرب، أي تكون تحت أعين الأولياء أفضل من أن تقصد المقاهي الافتراضية التي قد تكون محل خطر خاصة للفتاة في هذه الفئة العمرية، بالتحديد على أساس أنها فئة لا تزال تعيش تحت وطأة تخدير سن المراهقة الحاملة، أما الذكور فمن الطبيعي أنهم يقصدون المقاهي الإلكترونية ونوادي الشباب التي أصبح أغلب المترددين عليها من فئة الذكور ، هذه النتيجة تتوافق والنتيجة التي تحصل عليها الباحث رضا عبد الواحد⁽¹⁾ التي شكلت فيها نسبة دخول الانترنت على طريق جهاز الكمبيوتر المتوفر على مستوى المنازل بنسبة 66 %، وهذا من خلال الدراسة التي أجريت على النخبة المصرية لكن فسرت هذه النتيجة بان أفراد النخبة يحرصون على امتلاك التكنولوجيا التي تساعدهم على استكمال أعمالهم ومعارفهم.

¹ - رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سبق ذكره ، ص. 171 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (20) : يوضح مكان استخدام الطلبة للانترنت حسب الإقامة والوضعية المادية

الوضعية المادية												المتغيرات مكان الاستخدام
جيدة				متوسطة				حسنة				
غير جامعية		جامعية		غير جامعية		جامعية		غير جامعية		جامعية		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
%		%		%		%		%		%		
11.4	8	10	7	15.7	11	4.3	3	40	28	18.6	13	البيت
2.3	1	0	0	15.1	7	20.5	9	40.9	18	20.5	9	المقهى
12.5	4	12.5	4	6.3	2	25	8	6.3	2	50.0	16	الجامعة
10.5	2	5.3	1	10.5	2	31.6	6	31.6	6	10.5	2	نوادي الشباب
20	1	0	0	0	0	0	0	60	3	20	1	أماكن أخرى

يقيس هذا العنصر العلاقة بين مكان استخدام الطلبة لشبكة الانترنت والوضعية المادية للمبحوثين وكذا مكان إقامة المبحوثين، نلاحظ أن معظم الطلبة الذين تكون وضعيتهم المادية حسنة يدخلون للانترنت وذلك في البيت، لكن عامل الإقامة أثر على مكان دخول أو استخدام الطلبة للانترنت فالطلبة الذين يملكون وضعية حسنة ولا يقيمون في الجامعة يستخدمون الانترنت في البيت بنسبة 40 %، كما يستخدمونها في المقهى الافتراضي بنسبة 40,9 %، أما الطلبة المقيمين فمثلت الجامعة أكبر نسبة لاستخدام الطلبة للانترنت وذلك بنسبة 50 % والجامعة قد تكون مكتبة الجامعة، أو فضاءات الانترنت على مستوى الإقامة، كما مثلت نسبة 31,6 % من الطلبة ذوي الوضعية المادية المتوسطة استخدامهم للانترنت في نوادي الشباب، ويمكن تفسير هذه النسب المئوية على أن عامل الإقامة عامل هام في مكان ومعدل استخدام الطلبة للانترنت لكون الطلبة المقيمين في الجامعة رغم توفر نوادي الانترنت على مستوى الجامعة، مما قد يقلل استخدامهم للانترنت، لان هذه النوادي لا تفتح كل الأوقات، أو الأوقات التي يفضل الطلبة استخدام الانترنت فيها، بينما في البيت يستطيع

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

الطالب استخدام الانترنت في أي وقت ، حتى وان وجدت نوادي الانترنت الجامعية مفتوحة . فقد يجد الطالب الاكتظاظ في هذه النوادي ، ويضطر منظم النادي أن يمنح وقت محدد لكل مستخدم عليه أن لا يتجاوزه لإعطاء فرص متساوية لكل الطلبة في استخدام الانترنت ، هذا ما يجعل الطالب المقيم يعزف على استخدام الانترنت، أو يقصد المقاهي الافتراضية الخارجية ، كما لا ننسى أن عامل الوضعية المادية يتحكم في استخدام الانترنت فأغلب الطلبة الذين يصنفون من أصحاب الوضعية المتوسطة يلجئون لنوادي الشباب العمومية التي توفرها الدولة ، في دور الشباب أو دور الثقافة مجاناً . وأغلب هؤلاء الطلبة المقيمين في الجامعة أما غير المقيمين ، فيلجئون للمقاهي الافتراضية .

جدول رقم (21) يوضح الأنواع الصحفية التي يفضل الطلبة قراءتها حسب متغير الجنس .

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس	الأنواع الصحفية
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة		
39.4	67	20.6	35	18.8	32	الخبر
6.5	11	3.5	6	2.9	5	التقرير
1.8	3	1.8	3	0	0	البر تري
12.9	22	5.9	10	7.1	12	التعليق
11.2	19	7.6	13	3.5	6	الريبورتاج
15.3	26	10	17	5.3	9	التحقيق
6.5	11	4.1	7	2.4	4	الحديث الصحفي
6.5	11	2.4	4	4.1	7	العمود

بين الجدول الموالي أن أهم أنواع الصحيفة التي يطالعها الطلبة هي الخبر بنسبة 39.4% والذي يعتبر من الأنواع الصحيفة الخفيفة التي تهدف إلى إعطاء نتيجة الحدث مباشرة دون أي إطالة معتمدة على قالب الهرم المقلوب الذي يتميز بالاختصار والدقة في تقديم المعلومات، وثاني هذه الأنواع الصحفية نجد فن التحقيق بنسبة 15.3% ويعتبر هذا النوع من المجموعة الاستقصائية ذات الوظيفة الإخبارية العميقة التي تبحث في الأحداث بعمق أكثر، فلا يكتفي الطلبة وخاصة الإناث بقراءة الخبر فقط وما وراء الخبر كما نلاحظ

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

أن الطلبة يطالعون الريبورتاج في الدرجة الثالثة بنسبة 11.2%، ويعد هذا النوع كذلك إخباري فالملاحظ أن الطلبة يهدفون من وراء مطالعتهم للصحف إلى الحصول على الأخبار أكثر من الرأي .

جدول رقم(22) يوضح أكثر الصحف تصفحا حسب الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
66.5	11	35.9	61	30.6	52	الصحف الجزائرية
24.7	42	15.9	27	8.8	15	العربية
8.8	15	4.1	7	4.7	8	الأجنبية

نلاحظ من خلال الجدول المعروض أمامنا أن أهم الصحف التي يطالعها الطلبة هي الصحف الجزائرية وذلك بنسبة 66.5% هذا يدل على رضا الطلبة على ما تقدمه الصحف الإلكترونية الجزائرية من مواضيع وغيرها، الأمر الذي جعل أغلب الطلبة يطالعون الصحف الجزائرية كما يرجع السبب كذلك لأن الصحف الجزائرية خاصة الناطقة بالعربية تعالج مواضيع من منطلقات محلية ووطنية، وبعدها نجد الصحف العربية بنسبة 24.7%، كما أن الصحف العربية تسلط الضوء على مواضيع تمس بالأمة وقريبة من الجمهور العربي بصفة خاصة وأخيرا يبدو على الاهتمام بالصحف الأجنبية التي مثلت نسبة 8.8%، وهذا يرجع لعامل اللغة المتقنة بالدرجة الأولى .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (23) : يوضح أوقات استخدام الطلبة للانترنت حسب السن والجنس :

السن																المتغيرات أوقات الاستخدام
أكثر من 32				32-28				27-23				22-18				
أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
0	0	0	0	0	0	0	0	42.9	3	0	0	42.9	3	14.3	1	الصباح
0	0	0	0	0	0	2.1	1	14.6	7	29.2	14	25	12	29.2	14	الليل
0	0	0	0	0	0	0	0	22.2	2	0	0	55.6	5	22.2	2	منتصف النهار
0	0	0	0	0	0	0	0	28.6	4	28.6	4	14.3	2	28.6	4	المساء
1.1	1	2.2	2	0	0	1.1	1	25	23	26.1	24	35.9	33	8.7	8	لا يوجد وقت

يبين الجدول أعلاه أوقات استخدام الطلبة للانترنت وفقا لمتغير النوع والسن، نلاحظ أن أغلب نسب الإناث من الفئة العمرية الأولى 18 - 22 سنة و 23 - 27 سنة يستخدمون الانترنت في فترة الصباح ، بينما مثلت نسبة الإناث من الفئة العمرية الأولى 18-22 سنة أكبر نسب تستخدم الانترنت في منتصف النهار ، و يفسر هذا بتعذر خروج الفتاة في أي وقت ففترة الصباح أحسن فترة ، وفترة منتصف النهار للفئة العمرية الأولى 18 - 22 سنة نظرا للرقابة التي يفرضها الأولياء على الفتاة في هذه الفترة بالتحديد . أما الذكور فأنسب فترة يستخدم فيها الطلبة للانترنت في الفئتين الأولى والثانية على التوالي وبنفس النسب هي فترة الليل بنسبة 29,2 % ذلك أن الذكور يستطيعون التردد على الانترنت في أي وقت وفي أي مكان ولا خوف على خروج الذكر حتى في الليل إذا لم تتوفر لديه الانترنت على مستوى البيت في أن يقصد أي مكان حتى وان كان الوقت متأخر .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (24): يوضح أوقات استخدام الطلبة للانترنت حسب الوضعية العائلية :

متزوج		أعزب		الوضعية العائلية
				أوقات الاستخدام
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
6	1	3.5	6	الصباح
1.8	3	26.5	45	الليل
0	0	5.3	9	منتصف النهار
0.6	1	7.6	13	المساء
0.6	1	53.5	91	لا يوجد وقت محدد

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح لنا أوقات استخدام الطلبة للانترنت و علاقاتها بالوضعية العائلية أو الحالة المدنية، نجد أن أغلب الطلبة العزاب لا يوجد لديهم وقت محدد لاستخدام الانترنت بنسبة 53.5 % ، ويفسر هذا الأخير بعدم تقيد الطلبة بمسؤوليات كثيرة لأن الزواج قد يكون سببا في زيادة المسؤوليات و لهذا قد لا يكون للطلبة الوقت لاستخدام الانترنت ، كما أن من أجاب بأنه متزوج فأفضل و أنسب فترة لاستخدام الانترنت ، اقتصرت على فترة الصباح ، فقد يكون للطلاب المتزوج إن كان يمارس عمل معين أن يتصفح الانترنت في مكان العمل و ذلك في فترة الصباح .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (25): يوضح أسباب تفضيل هذه الفترة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس أسباب التفضيل
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
72.4	123	38.8	66	33.5	57	الوقت يناسبك
8.2	14	2.4	4	5.9	10	سرعة التدفق
15.3	26	12.4	21	2.9	5	لا يوجد اكتظاظ
4.1	7	2.4	4	1.8	3	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 1.51 الانحراف المعياري : 0.89 المدى : 3 التباين : 0.80

يوضح لنا هذا الجدول أسباب تفضيل الطلبة لفترة استخدامهم للانترنت وذلك حسب متغير الجنس ، فنجد أن أكبر نسبة من الإناث أجابت باختيارها للسبب الأول أي أن الوقت يناسبهم بنسبة 38.8% بواقع تكرار 66 مفردة ، كما أن الذكور اقتربت نسبتهم من نسبة الإناث نحو نفس الاختيار أو السبب -الوقت يناسبك- وذلك بنسبة 33.5 % ، بينما النسبة الأخرى لم تحظى بنفس النتيجة ، فيها الإجابة باختيار السؤال الأول معتدلة أي أن الطلبة متى توفر لديهم وقت فراغ سواء كانوا من الذكور أو الإناث فهم يستخدمون الانترنت ، ذلك أن في هذا العصر أصبحت المهام الموكلة للفتاة تقترب من مهام الذكور خاصة في مجال الدراسة على اعتبار أنهم طلبة جامعيون .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (26) : يوضح الوقت المستغرق في الانترنت حسب متغير السن :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس الوقت المستغرق
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
12.4	21	8.2	14	1.4	7	أقل من ساعة
47.1	80	22.9	39	24.1	41	من ساعة إلى ساعتين
18.8	32	10.6	18	8.2	14	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
21.8	37	14.1	24	7.6	13	أكثر من ثلاث ساعات

المتوسط الحسابي : 2.50 الانحراف المعياري : 0.96 المدى : 3 التباين : 0.93

يشير هذا الجدول أن المدى الزمني الذي يقضونه الطلبة أمام شاشة الكمبيوتر في استخدامهم الانترنت تمثلت في الوقت المحدد من ساعة إلى ساعتين، خاصة الذكور بنسبة 24.1% أما الإناث 22.9% و لقد فسر الباحث "رضا عبد الواحد أمين" (1) هذه المدة الزمنية بالتحديد و التي مثلت في دراسته على استخدام النخبة المصرية للانترنت و الصحافة الإلكترونية 24.75% ، بأن ذلك يرجع إلى طبيعة الشبكة نفسها حيث أن الانترنت تحتوي على كم هائل من المعلومات وعدد لا حصر له من المواقع في كل المجالات و التخصصات ، و يصعب على المتصفح للانترنت أن يتحكم في الوقت الذي يقضيه أثناء التصفح لكثرة الروابط وتتعدد الموضوعات وذلك أن كثرة المعلومات مشكلة مثل ندرتها فالمعلومات الكثيرة لا تكفي للفهم لأن الانترنت تحتوي على كثير من المعلومات الكاذبة ، كما تحتوي على المعلومات الهامة و المفيدة.

¹ - رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره،ص.169.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (27) : يوضح أسباب استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
17.6	30	7.1	12	10.6	18	أسباب استخدام الانترنت
66.5	113	40	68	26.5	45	أجيد التحكم في الانترنت
2.4	4	1.2	2	1.2	2	تفيدني في حياتي العملية
13.5	23	7.6	13	5.9	10	لأنني أملك جهاز كمبيوتر
						أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 2.12 الانحراف المعياري : 0.85 المدى : 3 التباين : 0.73

من خلال الجدول المبين أمامنا ، نجد أنه من أبرز أسباب استخدام الطلبة للانترنت وفقا لمتغير النوع وهو السبب الثاني المتمثل في كون الانترنت تفيدهم في حياتهم العلمية و التي مثلتها فئة الإناث بنسبة كبيرة قدرت بـ 40 % وهذا يدل على أن التوجه الرئيسي للفتاة و لجونها لشبكة الانترنت يكون بدافع انجاز البحوث العلمية أكثر من أي غرض آخر ، بينما مثلت فئة الذكور نسبة 26.5 % و هي نسبة قليلة إذا ما قورنت بفئة الإناث بينما مثلت أقل نسبة لدى الذكور و الإناث على حد سواء 1.2 % السبب المتمثل في امتلاك جهاز الكمبيوتر فقد يشكل هذا الاقتراح سببا خاصا لشريحة الطلبة فأغلبهم لا يتمتعون بالاستقلالية المادية ، على عكس ما توصل إليه الباحث "رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ ذلك أن امتلاك النخبة المصرية للوسائط التكنولوجية التي تؤهلهم للإبحار في الانترنت -هي الحاسب الآلي- كانت مبررا رئيسيا لاستخدام الانترنت عند 73% ممن شملتهم الدراسة ، و ساهم في ذلك انتشار أجهزة الحواسيب الشخصية و انخفاض ثمنها عن ذي قبل ، خاصة بعد انتشار الحواسيب المحمولة Laptops في العالم ، خاصة في الشريحة النخبوية التي تتمثل في مجتمع الدراسة .

¹ - رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره،ص. 177 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (28) : يوضح أسباب عدم استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	أسباب عدم الاستخدام
20	34	9.4	16	10.6	18	حق الاشتراك الباهض
4.7	8	2.4	4	2.4	4	تضييع للوقت والمال
0.6	1	0.6	1	0	0	تضر بالصحة
40.6	69	26.5	45	14.1	24	لا يتقنون الإبحار
25.9	44	13.5	23	12.4	21	لا يملكون جهاز كمبيوتر
8.2	14	3.5	6	4.7	8	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي : 3.72 الانحراف المعياري : 1.85 المدى : 3 التباين : 2.5

يوضح لنا الجدول المقابل أسباب عدم استخدام الطلبة للانترنت وفقا لمتغير النوع ، وحسب إجابات الطلبة نجد أن اغلب الإناث جعلوا من أسباب عدم استخدام الطلبة للانترنت يرجع لعدم إتقان الإبحار في الانترنت و ذلك بنسبة 26.5 % ، و يفسر ذلك الاختبار لقلّة الفرص المخصصة للفتات بالتحديد في تلقي دورات لتعلم الانترنت و خاصة الطلبة و عدم تشجيعهم على ذلك ، كما أن الذكور مثلت نسبة اختبارهم لنفس السبب بـ 14.1 % و هذا ما أثبتته المتوسط الحسابي للإجابات 3.72 القريب من الإجابة الرابعة ، كما أن درجة تباعد أو قرب القيم من نقطة المركز - المتوسط الحسابي - و التي يمكن قياسها من خلال الانحراف المعياري 1.58 لا يعد بعيدا كثيرا عن نقطة المركز، وهذا ما يثبت دقة النتائج، فلم تتحرف النتائج كثيرا فالقيم المدروسة كلما كانت أكثر تشتتا (تباعدا) كانت متباينة و العكس صحيح.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (29) : يوضح دوافع استخدام الطلبة للانترنت حسب الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس دوافع الاستخدام
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
21.2	36	10	17	11.2	19	إنجاز البحوث
5.9	10	4.1	7	1.8	3	ألعاب وتسلية
11.2	19	7.1	12	4.1	7	مشاهدة الأفلام والأغاني
3.5	6	2.9	5	0.6	1	محاضرات وندوات
7.6	13	4.7	8	2.9	5	قضاء أوقات الفراغ
14.7	25	8.8	15	5.9	10	مواقع التواصل
11.8	20	6.5	11	5.3	9	التثقيف والتعلم
14.7	25	5.9	10	8.8	15	التعارف والدرشة
0.6	1	0.6	1	0	0	الاتصال الهاتفي
7.6	13	4.7	8	2.9	5	تحميل الكتب
0.6	1	0	0	0.6	1	الحصول على الأخبار
0.6	1	0.6	1	0	0	أسباب أخرى

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

المتوسط الحسابي : 5.2 الانحراف المعياري : 2.98 المدى : 11 التباين : 8.89

تحددت دوافع استخدام الطلبة للانترنت حسب متغير النوع في تمركز أعلى نسبة على الاختيار الأول أي انجاز البحوث العلمية، خاصة عند الذكور بنسبة 11.2 %، و حتى عند الإناث بنسبة 10 %، كنسبتين متقاربتين و يعرف الدافع العلمي من أبرز الدوافع و حتى أسباب استخدام الانترنت ثم يليها دافع دخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفايسبوك الذي شكل أهم دافع لفئة الطلبة لاستخدامهم للانترنت، و حتى الطلبة الذين لم يكن لهم أدنى اهتمام بالانترنت بمجرد سماعهم بهذا الموقع الشهير أصبحوا يترددون على الانترنت ،وهنا شكلت فئة الإناث أكبر نسبة قدرت 8.8 % بينما الذكور أرجعوا الدوافع إلى التعارف و الدردشة بنسبة 8.8 %، على الرغم من أن الفايسبوك يفتح آفاقا إلى التعارف و الدردشة، و هذا واضح من خلال متوسط 5.2 ، وهنا الانحراف متباعد في نقطة المركز 2.98 و هو موضح و يوجد تباين كبير و بالتالي فإن النتيجة متباينة .

جدول رقم (30) : يوضح أوقات مطالعة الصحافة الإلكترونية حسب الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
21.2	36	11.2	19	10	17	يومية
4.1	7	3.5	6	0.6	1	مرة في الأسبوع
28.8	49	17.1	29	11.8	20	في حالة وجود أحداث مهمة
42.4	72	22.9	39	19.4	33	غير منتظمة
1.2	2	0.6	1	0.6	1	مرة في الشهر
2.4	4	0.6	1	1.8	3	أخرى

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

المتوسط الحسابي : 3.5 الانحراف المعياري : 1.25 المدى : 5 التباين : 1.57

يوضح لنا الجدول الموالي أوقات مطالعة الطلبة للصحف الإلكترونية حسب متغير النوع، نجد أن أغلب الطلبة على اختلاف النوع يطالعون الصحافة الإلكترونية بصفة غير منتظمة، و مثل الإناث أعلى هذه النسبة 22.9 % أما الذكور بنسبة 19.4 % ، غير أن هذه النتيجة تختلف عن النتيجة التي توصل إليها الباحث "رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ تبين أن 70.75 % من عينة الدراسة - النخبة المصرية - التي تستخدم الانترنت يتعرضون للصحف الإلكترونية بشكل منتظم، أما المرتبة الثانية فتمثلت في مطالعة الطلبة للصحف الإلكترونية في حالة وجود أحداث مهمة، لدى الإناث بالتحديد بنسبة 17.1 % ، أما الذكور 11.8 % قد تكون هذه الأحداث المهمة متعلقة بأخبار الجامعات و الاحتجاجات أو أخبار الرياضة ، هذا يدل على الاهتمام الزائد بالنسبة للإناث و رغبتهم في متابعة الأخبار و التشبع بمختلف المعلومات على الأحداث الهامة ونجد من خلال هذا الجدول الموضح أمامنا أن إجمالي الطلبة -ذكور وإناث- على حد سواء يطالعون الصحف الإلكترونية يوميا بنسبة 21.2 % و هذه النتيجة تتشابه مع نتيجة دراسة أجريت على مستخدمي الصحافة الإلكترونية في فلسطين ، تبين أن 27 % من مستخدمي الانترنت يقرؤون الصحف الإلكترونية دائما⁽²⁾

1 - رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره ،ص. 185.

2 - المرجع السابق نفسه،ص.185.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (31) : يوضح ما يكتفي الطلبة بقراءته في الصحافة الإلكترونية :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس يكتفي الطلبة بقراءته
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
27.1	46	12.9	22	14.1	24	العناوين
24.7	42	12.9	22	11.8	20	مقدمة المواضيع
9.4	16	6.5	11	2.9	5	مشاهدة الصور
5.3	9	2.9	5	2.4	4	الإعلانات
16.5	28	11.2	19	5.3	9	التعليقات الإلكترونية
12.4	21	7.6	13	4.7	8	الأخبار الجانبية القصيرة
4.7	8	1.8	3	2.9	5	أخرى

المتوسط الحسابي : 3.15 الانحراف المعياري : 1.97 المدى: 6 التباين: 3.90

يكتفي الطلبة عند مطالعتهم للصحف الإلكترونية، بقراءة العناوين، خاصة الذكور الذين مثلوا أكبر نسبة، قدرت بـ 14.1% ذلك أن عناوين الأخبار في الصحافة الإلكترونية تعد عامل جذب بالنسبة للقارئ، فمن خلال العنوان أو مجموعة العناوين في أي مؤسسة إعلامية يمكن معرفة الخط الافتتاحي -السياسي- لها (1)، كما أن العنوان أحيانا يتحول من الإعلان عن سلعة في الصحيفة إلى سلعة في حد ذاته، وذلك بحكم نفوذه القوي و المكانة التي يحتاجها في عالم الصحافة وهو بداية حركة الصحيفة نحو المنافسة في سوق الموزعين

¹ - ساعد ساعد، فنيات التحرير الصحفي. الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2009، ص 89.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

(1) و الذكور وقد يكتفون بالعناوين لعدم ميلهم للتعمق أكثر في الأخبار ، أما المرتبة الثانية فتمثلت في قراءة مقدمات المواضيع لدى الإناث بالتحديد بنسبة قدرت بـ 12.9 % ، ذلك أن مقدمات الصحف الإلكترونية تحمل نتيجة الخبر ، فبمجرد قراءة المقدمة لا يواصل القارئ مطالعة كامل الموضوع بل يكتفي بالمقدمة ، خاصة المقدمة الترخيفية التي تتميز بها أغلبية المواضيع المنشورة في الصحف الإلكترونية ، حيث تجيب هذه المقدمة على التساؤلات الأربعة للموضوع ، نجد كذلك أن الطلبة وخاصة الإناث يكتفون بقراءة التعليقات الإلكترونية بنسبة 11,2 % ، بل أن بعض الطلبة يقصدون الصحف الإلكترونية لمعرفة ما قاله المواطنون - آراؤهم - حول المواضيع نظرا لعدم توفر هذه الخاصية في الصحف المكتوبة.

¹ - عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الانترنت. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ، 2004 ، ص.ص. 70 ، 71.

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
 الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
 والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (32) : يوضح أسباب تصفح الطلبة للصحافة الإلكترونية حسب الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس أسباب التصفح
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
29.4	50	13.5	23	15.9	27	تعد بديلا عن الورقية
17.6	30	11.8	20	5.9	10	لا تكلف الكثير من الجهد والمال
12.4	21	9.4	16	2.9	5	التطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها
1.8	3	1.2	2	0.6	1	ستمارس مهنة الصحافة
3.5	6	3.5	6	0	0	تفيد في إنجاز البحوث
14.7	25	7.1	13	7.1	13	بحكم تخصص الإعلام والاتصال
5.9	10	3.5	6	2.4	4	تميل أكثر للتحليل
11.2	19	3.5	6	7.6	13	تصدر قبل الورقية
3.5	6	2.4	4	1.2	2	أسباب أخرى

المتوسط الحسابي: 3.77 الانحراف المعياري: 2.70 المدى: 8 التباين: 7.29

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

يعد المبرر الأول لمطالعة الصحف الإلكترونية من قبل الطلبة هو كونها تعد بديلا عن الصحف الورقية بنسبة 29,4 % ، ومثلت هذه النسبة لدى الذكور 15,9 % ، وهذا يتشابه مع ما توصلت إليه الدراسة التي قام بها الباحث " رضا عبد الواحد أمين " (1) عن النخبة المصرية ، حيث بينت نتائج الدراسة أن مبرر استخدام الصحف الإلكترونية هو ما تمثله هذه الصحف كبديل سهل الحصول عليه وقراءته عن الصحف الورقية بنسبة 45,2 % فلا يحتاج المستخدم سوى توصيل الحاسب عبر الهاتف والولوج إلى الانترنت ليرى سوقا إلكترونية للصحف يختار منها ما يريد ،دون أن يتكلف الكثير من الجهد والمال ، وكمبرر ثاني تمثل في أن الصحف الإلكترونية لا تكلف الكثير من الجهد والمال وهذا لدى الإناث بالتحديد بنسبة 11,8 % ، كما جاء مبرر أن مطالعة الصحف الإلكترونية تكون بحكم تخصص الإعلام والاتصال لدى الذكور والإناث على حد سواء 14,7 % على اعتبار أن عينة الدراسة تمثلت في طلبة علوم الإعلام والاتصال ، أما مبرر أن الصحف الإلكترونية تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها بنسبة 12,4 % ، ومبرر أن الصحف الإلكترونية تصدر قبل الصحف الورقية بنسبة 11,2 % فتوافقت مع النتيجة التي توصل لها الباحث " رضا عبد الواحد أمين " (2) عن النخبة المصرية أن إمكانية قراءة الصحافة الإلكترونية قبل نزول نسخها الورقية إلى الأسواق بنسبة 24 % حيث يستطيع المستخدم قراءة النسخة الإلكترونية قبل وجود النسخة الورقية بالأسواق خاصة إذا كان المستخدم بعيدا عن مدينة صدور النسخة الورقية ، ومن بين الأسباب الأخرى التي ذكرها الطلبة كون عدم وجود الصحيفة بشكلها المطبوع في الجزائر بنسبة 3,5 %

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص. 187.

² - المرجع السابق نفسه ، ص 187 .

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت
والصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (33) : يوضح عوامل إحجام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية حسب الجنس :

المجموع		أنثى		الذكر		الجنس عوامل إحجام
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
18.2	31	9.4	16	8.8	15	لا يجيدون البحث في شبكة الانترنت
22.4	38	10.6	18	11.8	20	يطالعوها في نسخها الورقية
18.8	32	12.9	22	5.9	10	يفضلون وسائل الترفيه بدلا من الحادة
0.6	1	0	0	0.6	1	مضيعة للوقت والجهد والمال
10.6	18	8.8	15	1.8	3	لا يعرفون مواقع الصحف الإلكترونية
17.6	30	7.6	13	10	17	عدم التعود على الطرق الحديثة
0.6	1	0.6	1	0	0	أسباب صحية ونفسية
8.8	15	4.7	8	4.1	7	شأنها شأن الوسائل الأخرى
2.4	4	1.2	2	1.2	2	عوامل أخرى

القسم الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول: واقع استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية.

المتوسط الحسابي : 3.76 الانحراف المعياري : 2.35 المدى : 8 التباين : 5.56

بعد اختبار استنباهه الدراسة عوامل إجمام الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية حسب متغير النوع تبين أن أهم عامل هو كون الطلبة يطالعون الصحف الإلكترونية في نسخها الورقية ،بنسبة 22,4 % مثلت أغلبها فئة الذكور بنسبة 11,8 % ،على اعتبار أن من يكتفي بمطالعة الصحيفة الورقية فهو لا يضيع الوقت في مطالعتها مرة أخرى في الانترنت، وهذا ما يتوافق ونتائج دراسة الباحث" رضا عبد الواحد أمين"⁽¹⁾ عن النخبة المصرية ،أي 35% منهم يكتفون بقراءة الصحف المطبوعة على الورق معللين ذلك بأنه ليس هناك ما يميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية ،في حين أن نسبة كبيرة من الإناث علن إجمام الطلبة على الصحف الإلكترونية بأنهم يفضلون وسائل الترفيه بدلا من الوسائل الجادة بنسبة 12,9 % ،عدم تخصيص الوقت على أمور قد لا توفر عنصر الترفيه،كما أن نسبة 18,2 % من الطلبة -الذكور والإناث على حد سواء - أرجعوا عوامل الإجمام إلى عدم إجادة البحث في شبكة الانترنت .هذا ما أكدته نفس الدراسة المذكورة سابقا ،والتي توصلت إلى أن نسبة 41,9 % لا يقرؤون الصحف الإلكترونية لا يعرفون مواقعها الإلكترونية، ولا يجيدون البحث في شبكة الانترنت⁽²⁾

وفي هذا السياق فقد أشارت إحدى الدراسات عن أسباب عدم استخدام جمهور مستخدمي الانترنت للصحافة الإلكترونية أن الصحف الإلكترونية لا تقدم ما يميزها في الصحف الورقية بنسبة 50 % ،ثم أشاروا إلى صعوبات مادية بنسبة 34 % ،و صعوبات صحية بنسبة 30 % ،و صعوبات تقنية تتعلق بامتلاك التكنولوجيا والحاسب الآلي و إمكانية استخدامها بنسبة 24 % .

و بناء على ذلك فإن الصحف الإلكترونية -خاصة ذات الأصل الورقي- عليها أن تطور مواقعها، وتقوم بإضافة الأبواب التي تجذب القراء كي لا تكون نسخة طبق الأصل من النسخة الورقية⁽³⁾

1 - رضا عبد الواحد أمين ،مرجع سبق ذكره ، ص 188 .

2 -المرجع السابق نفسه ،ص. 188 .

3 - المرجع السابق نفسه،ص. 189 .

مصادر ومراجع الدراسة

* المراجع باللغة العربية

1/ الكتب

- 1- إبراهيم عامر قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية . دار البازوري ، عمان ، الأردن ، 2008 .
- 2- إبراهيم عامر قندلجي، شبكة المعلومات والاتصالات . دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2009 .
- 3- إبراهيم أبو السعود و محمد عبد الهادي ، النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية . دار الثقافة العلمية ، القاهرة ، 2001.
- 4- أبو شنب جمال ، نظريات الاتصال والإعلام . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 .
- 5- أبو شنب جمال و أشرف فهمي خوخة ، الدعاية والإعلام . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، 2005 .
- 6- التميمي عبد الفتاح ، الشبكات المحلية والانترنت . الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر ، 2006.
- 7- أحمد جودة سعادة وعادل فايز السر طاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في ميدان التربية والتعليم . دار الشروق لنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2007.
- 8- إحدادن زهير ، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، ط4 ، بن عكنون ، الجزائر .
- 9- الحسيني أسامة ، الشبكة الكمبيوترية العالمية . مكتبة ابن سينا ، القاهرة ، 1996 .
- 10- السبتي عبد المالك ، محاضرات في تكنولوجيا المعلومات . مطبوعات جامعة منتوري ، قسنطينة، 2003 .
- 11- إسماعيل عبد الله صوفي ، التكنولوجيا الحديثة والتعليم والتربية . دار الرواق ، عمان، 2002 .
- 12- أشال انشراح ، الدش والانترنت والتلفزيون : في إطار علم الاجتماع الإعلامي . المدينة برس ، 2003 .
- 13- الطويرقي عبد الله ، صحافة المجتمع الجماهيري . مكتبة العبيكان، السعودية ، 1997 .
- 14- العبد الله مي ، نظريات الاتصال . النهضة العربية ، ط1 ، بيروت، لبنان ، 2006 .
- 15- العبد الله مي ، الاتصال في عصر العولمة : الدور والتحديات الجديدة . الدار الجامعية للطباعة والنشر ، بيروت، لبنان ، 1999 .
- 16- العيفة جمال ، الثقافة الجماهيرية . جامعة باجي مختار ، عنابة، 2003 .

- 17- القليليني سوزان ، الاتصال : نظريته ، وسائله . دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1998.
- 18- ألبير ببيير ، الصحافة . ترجمة فاطمة عبد الله محمود ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1987.
- 19- العبد الله مي ، نظريات الاتصال . دار النهضة العربية ، ط1 ، بيروت، لبنان ، 2006.
- 20- الميليجي حلمي ، علم النفس المعاصر . دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت، 2000.
- 21- المنتصر فاطمة الكيتاني ، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات لدى الأطفال . دار الشروق ، ط1 ، عمان ، 2000.
- 22- الميلادي عبد المنعم ، الإعلام . مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2007.
- 23- أنجرس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية . ترجمة صحراوي بوزيد وأخواه ، دار القصة ، الجزائر ، 2004.
- 24- الهاشمي محمد ، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري : مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة . دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان.
- 25- الوقفي راضي ، مقدمة في علم النفس . دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان، الأردن ، 1998.
- 26- بخيت السيد ، الصحافة والانترنت . العربي للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2000.
- 27- بخيت السيد ، الانترنت وسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والتعليمية والقانونية . دار الكتاب الجامعي، ط1 ، العين ، 2004.
- 28- بخيت السيد ، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين؟ . العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2000.
- 29- بدر أحمد ، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية . دار قباء للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 1998.
- 30- بلقا سم سلاطنية وحسان جيلاني ، أسس البحث العلمي . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007.
- 31- بن خرف الله طاهر ، الوسيط في الدراسات الجامعية . مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الجزء 1 ، عمان ، الأردن ، 2001.
- 32- بن مرسلي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003.
- 33- بني جابر جودت ، علم النفس الاجتماعي . مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 1998.
- 34- بوحوش عمار ومحمد محمود ذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1995.

- 35- جمال أبوشنب ، نظريات الاتصال و الإعلام . دار المعرفة الجامعية ، 2008 ، ص. 98.
- 36- جلال سعد ، علم النفس الاجتماعي . منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1984.
- 37- جيتس بيل ، المعلوماتية بعد الإنترنت : طريق المستقبل . ترجمة عبد السلام رضوان ، سلسلة المعرفة ، الكويت ، 1998.
- 38- حسام شوقي ، حماية وأمن المعلومات على الإنترنت . دار الكتب العلمية ، القاهرة ، 2003.
- 39- حسين أسماء حافظ ، تكنولوجيات الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني والمعلومات والرقمي . الدار العربية للنشر والتوزيع ، ط1.
- 40- حسين حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري : الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام . دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1991.
- 41- حسن محمود إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير . الدار العالمية للنشر والتوزيع ، مصر ، 2003.
- 42- حمد جمعة حلمي وآخرون ، أساسيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والمالية والإدارية . دار الصفاء للنشر ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 1999.
- 43- خليل محمود ، الصحافة الإلكترونية : أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي . العربي للنشر والتوزيع القاهرة ، 1997.
- 44- درويش شريف اللبان ، المخاطر الصحية والبيئية لتكنولوجيا الصحافة . دراسة تطبيقية على المؤسسات الصحفية العالمية والمصرية .
- 45- درويش شريف اللبان ، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة . الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2001.
- 46- درويش شريف اللبان ، تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية . ط1 ، القاهرة ، 2000.
- 47- درويش شريف اللبان ، الصحافة الإلكترونية: دراسة التفاعلية وتصميم المواقع . الدار المصرية اللبنانية ، ط1 القاهرة ، 2005.
- 48- دليو فضيل وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية .. قسنطينة ، الجزائر ، 1999 .
- 49- دليو فضيل ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 .
- 50- دليو فضيل ، الاتصال : مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله .. دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2003.
- 51- دليو فضيل ، تقنيات تحليل البيانات . منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2004.

- 52- دوفور أرنود ، انترنت . ترجمة منى مليحس ونيال أدلبي،الدار العربية للعلوم،ط1،بيروت،1998. .
- 53- ديفلر ميلفن وساندرا بول روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف،الدار الدولية للنشر والتوزيع،القاهرة،1993.
- 54- ذوالفقار شيماء زغيب ، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. الدار المصرية،القاهرة،2004.
- 55- ردمان عبد المالك الدناني ،الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت. دار الرتب الجامعية،بيروت،لبنان،ط1 2000.
- 56- رزاقي عبد العالي ، الخبر في الصحافة،الإذاعة،التلفزيون،الانترنت. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،الجزائر،2004.
- 57- رشاد عبد الغفار القصيبي ، مناهج البحث في العلوم السياسية. مكتبة الآداب،القاهرة،2004.
- 58- رضا محمد البغدادي ، تكنولوجيا التعليم والتعلم . دار الفكر العربي ،ط1،القاهرة،1998.
- 59- رضا مصطفى عبد الوهاب وآخرون، الانترنت: طريق المعلومات السريع. مجموعة كتب دلتا،القاهرة،1996.
- 60- ريتش كارول ، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية. ترجمة عبدالستار جواد،دار الكتاب الجامعي،ط1،العين الإمارات العربية المتحدة.
- 61- زكي أحمد صالح ، علم النفس التربوي. النهضة المصرية ،1979.
- 62- زهران حامد ، علم النفس الاجتماعي. عالم الكتب،القاهرة.
- 63- زيدان عبد الباقي ، وسائل وأساليب الاتصال. المكتبة الأنجلو مصرية،القاهرة،1974.
- 64- سالم ماجد تربان ، الانترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية. الدار المصرية اللبنانية،ط1، 2008.
- 65- ساعد ساعد ، فنيات التحرير الصحفي. الدار الخلدونية للنشر والتوزيع،ط2،الجزائر،2009.
- 66- سعد محمد عبد الفتاح ، التسويق. دار النهضة العربية للطباعة والنشر،بيروت،لبنان،1986.
- 67- سعيد حنان الرحو ، أساسيات علم النفس. الدار العربية للعلوم،ط1، 2005.
- 68- سعيد منى الحديدي وسلوى إمام علي ، الإعلام والمجتمع. الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،2004.
- 69- سعيد أمين عبد الغني ، وسائل الإعلام والموجة الرقمية الثانية. إيتراك للنشر والتوزيع،القاهرة،2008.
- 70- سليمان عبد الله ،المنهج وكتابة تقرير البحث في العلوم السلوكية. المكتبة الأنجلو مصرية،القاهرة،1973.
- 71- سوييف مصطفى ،مقدمة لعلم النفس الاجتماعي. المكتبة الأنجلو مصرية،ط2،القاهرة،1996.

- 72- سيد محمد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية. المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
- 73- شاوي برهان، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته. الكندي، الأردن، 2003.
- 74- شاهين بهاء الانترنت والعولمة. عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1999.
- 75- شاهين بهاء، شبكة الانترنت. كمبيوتر ساينس لعلوم الحاسب، ط1، القاهرة، 1999.
- 76- شعبان خضير، مصطلحات في الإعلام والاتصال. دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، 1422.
- 77- شطاح محمد، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والأيدولوجيا. دار الهدى، الجزائر، 2006.
- 78- شفيق حسنين، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها. رحمة برس للطباعة والنشر، ط2، 2006.
- 79- شفيق حسنين، الإعلام الإلكتروني: بين التفاعلية والرقمية. رحمة برس للطباعة والنشر، 2007.
- 80- شفيق حسنين، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات. المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بمدينة الثقافة والعلوم، مصر، 2008.
- 81- شفيق حسنين، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية. رحمة برس للطباعة والنشر، 2007.
- 82- شفيق حسنين، الإخراج الصحفي الإلكتروني. رحمة برس للطباعة والنشر، 2007.
- 83- صبحي سيد، تصرفات سلوكية. مكتبة إبراهيم حليبي، ط1، السعودية، 1988.
- 84- صلاح محمد سالم، العصر الرقمي وثورة المعلومات: دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع. الدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ط1، 2007.
- 85- عباس بشير العلق وعلي محمد رباعية، الترويج والإعلان التجاري. دار اليازوي، عمان، الأردن، 2007.
- 86- عباس بشير العلق، الاتصالات التسويقية الإلكترونية: مدخل تطبيقي. الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- 87- عبده إبراهيم الدسوقي، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية. دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
- 88- عبد الحميد محمد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 89- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004.
- 90- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004.
- 91- عبد الحميد محمد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت. عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2007.
- 92- عبد الحميد محمد بسيوني، الشبكات والانترنت في ويندوز إكس بي. مكتبة ابن سينا، السعودية، 2002.
- 93- عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. دار الفكر، ط1، بيروت، لبنان، 1987.
- 94- عبد الواحد رضا أمين، الصحافة الإلكترونية. دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.

- 95- عبد الرحمان محمد الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ (دراسة في النظرية والأساليب). مكتبة العبيكان ، ط2، السعودية، 1998.
- 96- عبد الجبار حسين، اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر. دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
- 97- عبد السلام مجدي، الإنترنت. دار الياس العصرية، القاهرة، 2001.
- 98- عبد الأمير فيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي. جامعة بغداد، 2004.
- 99- عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع. دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1، القاهرة، 2004.
- 100- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي. دار وائل للنشر، ط1، 1999.
- 101- علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف. السحاب للنشر والتوزيع، 2005.
- 102- عماد حسن مكاوي وليلى عبد المجيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية ، ط1، القاهرة، 2003.
- 103- عيسوي عبد الرحمان، دراسات سيكولوجية. دار المعارف، 1981.
- 104- علي فيصل فرحان المحلافي، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات: دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية. المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 105- غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر. مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2006.
- 106- قاسم محمد، مدخل إلى مناهج البحث العلمي. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 107- قسايسية علي ، دراسات جمهور وسائل الإعلام: المفهوم العددي للجمهور الوسيط في الدراسات الجامعية. دار هومة للنشر والتوزيع، الجزء 2، 2003.
- 108- كاظم فلاح المحنة، علم الاتصال بال جماهير. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
- 109- كلايتون توماس، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2006.
- 110- كمال الدين محمد وآخرون، مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا. الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، 2007.
- 111- لبيب سعد، عالمية الاتصالات والوطن العربي. معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، 1991.
- 112- لعقاب محمد، مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه. دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007.

- 113-لارامي وبرنارد فاليه،البحث في الاتصال: عناصر منهجية. ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، 2006.
- 114-ماكريدشون وآخرون،أصوات متعددة وعالم واحد. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
- 115-محمد سمير حسين،بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. عالم الكتب، القاهرة، 1991.
- 116-محمد سمير حسين،تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. عالم الكتب، ط2، مصر، 1993.
- 117-محمد سمير حسين،الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام. عالم الكتب، القاهرة، 1991.
- 118-محمد عبد الرحمان عيسوي،دراسات في علم النفس الاجتماعي. دار النهضة العربية، القاهرة، 1964.
- 119-محمد محمد عمر الطنوبي،نظريات الاتصال. مكتبة الإشعاع، ط1، الإسكندرية، 2001.
- 120-محمد مصطفى رجب،الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة. الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008.
- 121-محمد أبو القاسم محمد،التسويق عبر الانترنت. دار الأمين، مصر، 2000.
- 122-محمد محمد الهادي،تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات. المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.
- 123-محمد حسني نصر،الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين.
- 124-محمد عبد الوهاب وعبد الباسط،استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 125-محمد يوسف الشيخ وآخرون،سيكولوجية الفروق الفردية. دار النهضة العربية، 1964.
- 126-محمد كامل عويضة،علم النفس بين الشخصية والفكر. دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996.
- 127-محمد كامل عويضة،علم النفس الاجتماعي. دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996.
- 128-محمد شهاب علي،السلوك الإنساني في التنظيم. القاهرة، 1976.
- 129-محمود علي العائدي،الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، أبو ظبي، 1999.
- 130-محمود سمير،الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف. دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1997.
- 131-محمود محمد الحيلة،تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2004.
- 132-مجد الدين خالد محمد،صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية. لامين للنشر والتوزيع.
- 133-مختار محي الدين،محاضرات في علم النفس الاجتماعي. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

- 134- معتز عبد الله سيد وخليفة عبد اللطيف محمد، علم النفس الاجتماعي. دار غريب للطباعة والنشر القاهرة.
- 135- منصور هالة، الاتصال الفعال، مفاهيمه وأساليبه ومهاراته. المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 136 - منير زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية. دار أسامة، ط1، عمان، 2007.
- 137- منير محمد حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة. دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2007.
- 137- منصور محمود هيبية، علوم الإعلام والاتصال بالجماهير. مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية 2004.
- 138- مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. دار الفكر، دمشق، سوريا.
- 139- موسى مصطفى محمد، أساليب إجرامية بالتقنية الرقمية: ماهيتها ومكافحتها. دار الكتب القانونية، مصر، 2005.
- 140- ميرل جون ورفل لوينشتاين، الإعلام وسيلة ورسالة. ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ للنشر، السعودية، 1989.
- 141- مجموعة من الباحثين، العرب وثورة المعلومات. سلسلة كتب المستقبل العربي، 44، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2005.
- 142- نصر محمد مهنا، مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005.
- 143- الهاشمي محمد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة. دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- 144- هلال رواية حمد شتا، حاجات المراهقين الثقافية والإعلامية. مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية 2006.
- 145- يحي أحمد الزق، علم النفس. دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006.
- 2/ القواميس والمعاجم:**
- 146- أباضي الفيروز، القاموس المحيط. دار الكتب العلمية، الجزء 2، لبنان، 1995.
- 147- ابن منظور، لسان العرب. دار صادر، المجلد 4، ط1، لبنان، 1994.
- 148- الأزهرى، تهذيب اللغة. دار الصادق للطباعة والنشر، الجزء 6، مصر، 1976.
- 149- جمال الفار، المعجم الإعلامي. دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، ط1، عمان، الأردن، 2006.
- 150- زكي أحمد بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: إنجليزي، فرنسي، عربي. دار الكتاب المصري واللبناني

ط2، القاهرة، بيروت، 1994.

- 151- سيد طارق أحمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام. دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 2008.
- 152- عزيز مجدي إبراهيم، موسوعة المعارف التربوية. عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 153- منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، 2003.
- 154- منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية. دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 3، 2003.
- 155- وف بويكوربودون، المعجم النقدي لعلم الاجتماع. ترجمة سليم حداد، مجد للدراسات والتوزيع، ط2، بيروت، لبنان، 2007.

3/ الأطروحات والرسائل:

- 156- أحمد أديب الشاطري، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية: دراسة حالة للصحف اليمنية. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2009.
- 157- أمينة نبيح، المدونات الإلكترونية المكتوبة: بين التعبير الحر والصحافة البديلة. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 158- النهاري عبد الحفيظ، الصحافة الإلكترونية السياسية والفضاء العمومي، مقارنة الاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006. رسالة ماجستير، منشورة، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة تونس، 2006.
- 159- بلعالي يمينية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، أبريل 2006.
- 160- بوفلاحة كريمة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010/2009.
- 161- بومخيلة خلاف، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2007/2006.
- 162- سليمان بور حلة، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم. مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 163- محمد مليك، النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة: دراسة نظرية وصفية. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005.

- 164- نعيمة برينس، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات: دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية التلفزيون الجزائري. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009.
- 165- خضرة واضح، اتجاهات جمهور مستخدمي الانترنت في الجزائر نحو الإعلانات الإلكترونية: دراسة ميدانية بنوادي الانترنت بولاية قسنطينة. مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009.
- 4/محاضرات جامعية:**
- 166- بومعيزة السعيد، محاضرات مقياس الأثر السوسيو ثقافي لوسائل الإعلام. السنة الأولى ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 167- عبد الفتاح علياء، محاضرات في الإعلام التربوي. كلية الإعلام التربوي، جامعة طنطا.
- 168- زكرياء بن رمضان، محاضرات في عمادة الشبكات. السنة الرابعة أرشيف وتوثيق، جامعة التكوين المتواصل، المدية، 2007.
- 5/البحوث والندوات:**
- 169- الصادق الحمامي، تجديد الإعلام. فرضيات حول هوية الصحافة الإلكترونية، جامعة الشارقة.
- 6/المقالات العلمية المنشورة والمجلات:**
- 170- الجابي ريم، انترنت عام 1997. مجلة المعلوماتي، مركز المعلومات القومي، العدد 63، دمشق، كانون الثاني، 1998.
- 171- أدواردجي فلاوسكي، نظرة شاملة على الانترنت: نشأتها، مستقبلها، قضاياها. ترجمة بن حميدة خميس، المجلة العربية للمعلومات، المجلد 1، تونس، 1995.
- 172- بوعجيمي جمال وبقاسم بالروان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وأفاق. مؤتمر صحافة الانترنت في العالم، الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 22/23 نوفمبر، 2006.
- 173- بوجلال عبد الله، الرأي العام: مفهومه، تكوينه، خصائصه ومظاهره وأهميته وقياسه. المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 5، شتاء، 1991.
- 174- رابح الصادق، الصحافة الإلكترونية ومفارقة الإنتاجية، ضرورة التجديدات التنظيمية. المجلة التونسية لعلوم الإعلام والاتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، العدد 47/48، جويلية 2006 جوان 2007، تونس، 2007.
- 175- طرابيشي عارف، انترنت تقديم ولمحة تاريخية. مجلة معلوماتية: الحاسوب والتقنيات، السنة الخامسة، عدد خاص 46، سوريا، أوت، 1996.

- 176- عبد المجيد ليلي ،السياسات الاتصالية والإعلامية وأثارها في الثقافة والعلوم. مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 1 و2، أوت-سبتمبر، أكتوبر-ديسمبر، الكويت، 1994.
- 177- المجلة العربية للمعلومات المجلد 22، العدد 2، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2001.

7/المقالات الإلكترونية:

- 178- أبو عزام، الوظيفة الإخبارية لشبكة الانترنت. [http :www.arabicmediastades.net](http://www.arabicmediastades.net). يوم الزيارة: 2010/12/11.
- 179- الجورنالجي نقلا عن: جمال غيطاس، المؤتمر الرابع للصحفيين. موقع الخيمة : <http://www.khayma.com/lifrarians/archive/lis/199htm>. يوم الزيارة: 12/11/2009.
- 180- أحمد السيد مصطفى عمر، تأثير استخدام الانترنت على مشاهدة التلفاز. متوفر على الرابط: <http://www.arabicmediastades.net> . زيارة يوم: 2010/11/12.
- 181- الحميدان مشعل ،منتديات السعودية تحت مجهر مستقبل الصحافة الإلكترونية غير واضح أمام الناشرين العرب يوم الزيارة : 17/2/2011 [http www.alriyadh.com/2005/01/22 inag/221061.jpg](http://www.alriyadh.com/2005/01/22_inag/221061.jpg)
- 182- موقع الرياض. <http://www.ariadh.com>. يوم الزيارة: 2011/01/21.
- 183- موقع السر دال. <http://www.serdal.com>. يوم الزيارة: 2010/12/22.
- 184- العتيبي بندر ،الرقمي أسبوعية متخصصة. العدد 142 من النسخة الإلكترونية زيارة يوم : 2011/3/4 [http www.alhazmiah.wordpress.com/](http://www.alhazmiah.wordpress.com/)
- 185- العابد محمد ،دور الصحافة الإلكترونية في قضايا الإصلاح و حقوق النساء. ورشة عمل 2006/6/7 ،يوم الزيارة : 22/7/2008 [http : // WWW.nabanews.net/news/3634](http://WWW.nabanews.net/news/3634).
- 186- الطالقاني علي ،روبرت ميردوخ: إمبراطور الإعلام في العالم. شبكة النبا المعلوماتية: [http:// www.annafaa.org/indesc.htm](http://www.annafaa.org/indesc.htm).
- 187- الأنصاري عادل ، الصحافة الإلكترونية و الضوابط. موقع إسلام أون لاين [http:// www.islamonline.net/servlet/satellite](http://www.islamonline.net/servlet/satellite) يوم الزيارة: 2008/07/23.
- 188- الممدوح ثمار، رأي الانترنت: اقتصاد القرن الحادي و العشرين. موقع مجلة انترنت العالم العربي. [http:// www.jwamag.com](http://www.jwamag.com). زيارة يوم: 2008/08/19.

- 189- جاسم محمد فتحي، مقرر الفصل الأول لمرحلة الماجستير. قسم الإعلام و الاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة الدنمارك، 2006/2005. <http://www.Ao-academy.org>. يوم الزيارة 2010/11/02.
- 190- جابر خليل ، تاريخ شبكة المعلومات العالمية: "الانترنت".
<http://www.angelfire.com/big/kh98maqlat-mhadrat/internet-history.htm>.
- 191- حسين أحمد بكر المصري، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت. مجلة المعلوماتية الإلكترونية <http://www.iformatics.gov.sa/magazine/moudules.php> : يوم الزيارة: 2011/01/23.
- 192- حلومي رشيد ، بالأرقام العرب مدمنو الانترنت. الموقع الإلكتروني لجمعية الأفق للطفولة و الشباب، زيارة يوم: 2010/09/23. <http://www.ahej.info/p:7>.
- 193- خالد العامري ، الانترنت تقنية قد تكون نعمة. <http://www.alwatan.com/graphics>. Heads, jt2.html.
يوم الزيارة: 2003/09/19
- 194- سالم ماجد تريان ، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية. رسالة دكتوراه في الصحافة الإلكترونية، جامعة القاهرة، منشورة على الرابط التالي: <http://w.w.w.alwatanvoie.com/arabic/news/2008/12/27>.
- 195- سالم محمد ، أركان الصحافة الإلكترونية. موقع قناة الجزيرة الإلكترونية: <http://www.aljazeeraatf.net/member.php> : يوم الزيارة: 2011/03/16.
- 196- طابة زهير ، الصحف الإلكترونية: مدونات مكتوب الإلكترونية. زيارة يوم: 2011/2/3
<http://aboutttt3arafi.maktooblog.com/about>
- 197- عالم عبد الوهاب ، محاضرات مقياس نظريات الاتصال للسنة الثالثة اتصال و علاقات عامة. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، منشورة في موقع شبكة منتديات طلبة الجزائر، <http://etudiantdz.com/vb/t39542.html>.
- 198- عبد السلام نجوى فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية.
" <http://www.Aragyfriends.com/vb/archive/index.php> : يوم الزيارة: " 28 / 2 / 2011
- 199- عبد الرحمن علي عوض ، استخدامات الصحافة المطبوعة و الإلكترونية في مجال متابعة الأخبار.
<http://arabrmediastudies.net>. يوم الزيارة: 2010/08/22، التوقيت: 14:30.
- 200- عبد الله مشعل حميدان، الطب عن بعد. <http://www.itrafic.org/medecin.htm> : يوم الزيارة: 2008/03/22.

201- عبد القادر نيرمين ، رقابة شبكة

الأترنت <http://www.cybrarains.info/journal/nel/internet.html>: الزيارة :2006/03/29.

202- عبد المنعم محمود ، الصحافة التقليدية و الإعلام الإلكتروني تنافس أم

تكامل. <http://www.openarab.net/ar>: زيارة يوم:2011/01/02.

203- غيطاس جمال ، الصحافة الإلكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين .يوم الزيارة:2008/11/4)

(accessed 2009 www.glocities.com/askress "http:

204- قدوري فتيحة ، دراسة التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية . يوم الزيارة: " 09 / 11 /

2010

<http://www.arabmediastudies.net/index.php>.

205- قسايسية علي ، محاضرات مقياس دراسات الجمهور للسنة الثالثة اتصال و علاقات عامة . قسم

علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، شبكة عالم الجزائر: <http://www.dzworld.n> زيارة

يوم:2010/02/13.

206- ربيع هبة ، جماهير الانترنت تصنع الأخبار.موقع إسلام أون

لاين،<http://www.islamonline.net/serf>،

207- فايز فاطمة عبده قطب، استشراف الاتجاهات المستقبلية للانترنت.موقع أنفاس

<http://www.anfasse.org/portail>، زيارة يوم:2009/10/04.

208- مدهار احمد ، الانترنت نشأته و تطبيقاته .موقع شبكة التربية الإسلامية الشاملة زيارة يوم

:2010/10/12 <http://www.ostad.medharweb.net/index.p.hp>

209- معالي خالد ، الصحافة الإلكترونية عززت أسس التنمية السياسية لدى الفلسطينيين . يوم الزيارة:

" 31 / 10 / 2009 " <http://www.arabs48.com/display.X?cid> .

210- ويكيبيديا " التطورات التكنولوجية في الجزائر . <http://www.wikipedia.org/wiki>: زيارة

يوم:2009/12/03.

211- الموسوعة الإعلامية ويكيبيديا: <http://www.wikipidia.org/wiki>: يوم

الزيارة:2011/01/23.

212-موقع جامعة محمد خيضر بسكرة . <http://www.univre-biskra.dz> ، يوم الزيارة"

2011/01/10" ، التوقيت: 15:30 ، ص. 1.

- 213 - Bonneville . LUC , Grosjean Martine <<**instruction aux méthode de recherche en communication** Gautam Morin, 2007
- 214 - Mayer Reber, De Buëch université << **Méthodes de recherché en en communication Sociale** >> 2000 .
- 215 - Murice Angers,**initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**.by casbah université,Alger,1997
- Bardin,Laurence,<<**L'analyse de contenu**>> , press universitaires de France,2007.p.267
- 216 -Mattelart (Arruand)et (Michelle), **Histoire des Throries de la -communication ,** paris . 1995 , la 33 dicouverte
- 217 -Lendrevie (jaque) et Brochan (Bernard) ,**publicitor Dalloz** , paris , 2001
- 218 -Wright (charles) , **Analyse fonctionnaliste et communication de masse** , in Balle (français) ; sociologie de l'information : text fondamantaux larousse , paris ,1973 ,
- 219- Louisse (jean) ,**la communication de la transmission a la relation**. 3ème edition , debock universite , Bruxelles , 2007,
- 221 -cardon,D,**la traitoire des innovations ascendautes :inventiveté**. coproduction et collectifs sur internet : retrieved september 3,2009from . Iur2006.PDF.http://Hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04PDF/cardon
- 222 - Larming Bernars et autres, **Histoire des medias audiovisuels.Ellipses**, paris,1999.
- 221- Sophie Falguéeres.Presse quotictienne nationale et ibteractivuté , **trois journaux face à leurs publics**. www.loiseaugerard .free.fr/DEL colloque/DEL Falguéeres.pdf,3/12/2010
- 222 –rapport mondial sur l’information et la communication (R M IC)
- 223– .Arnand Dufour , **internet** .que sais-je ,puf,France,2000
- 224-Jacquesson Alain,**l’information des bibbiothèques -historique, stratégies perspectives**. cercle de la librairie,paris,1995.
- 225- Leonormand patrick :trouver sur internet,**micrecephication**. paris, 2001, p22. 129.
- 226 -breeds claires finidori, jean cristophe,**marketing direct sur internet**. thomson pufishing, paris, 1997 ..

227 - Jean François, **comprendre la bourse sur internet**. édition d'organisation , -paris, 2001.

228-Adele.F.Bane, **internet insights**. How Academies arousing The internet, computers in libraries, February,1995..

229 -Djamel, Bouadjimi, **Nouvelle technologie du pluralisme politique au pluralisme médiatique** .l'espérance algérienne, Faculté des Sciences politiques et de l'information, université. d'alger,

2/المواقع الإلكترونية:

230 -www.miscsc.com/popular- http://

231 -www.minshawi.com/vb/memberhttp// :

-232 http://www.dev.holidi.com

233- http: www.emeraldinsight .com /0002-253x.htm. 2010/12/23

234 -aedy richard all the news that's fit to blog at :http :

www rmit.edu:au/appliedcommunication /jourualis ;

235- Hopscotch , **Les médias et les nouvelles technologies**: http: www. Artesi . idf . com. / public/ article."10/12/2010".

236- cardon,D, **la traioire des innovations ascendautes :inventivété.**

coproduction et collectifs sur internet : retrieved september 3,2009from

. Iur2006.PDF.http://Hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04PDF/cardon

237- Sophie Falguéeres.Presse quotictienne nationale et ibteractivuté , **trois journaux face à leurs publics**. www.loiseaugerard .free.fr/DEL colloque/DEL Falguéeres.pdf,3/12/2010

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية .
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي الانترنت
- جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجا -

بعد التحية والتقدير،

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة الماجستير حول الموضوع المذكور أعلاه ، هذه الاستمارة تحتوي على أسئلة فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص .
المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي .

شكرا جزيلا على تعاونك

إشراف الدكتور: بن زروق جمال

صاحبة البحث / قوراري صونية

السنة الجامعية: 2010-2011

أولاً : بيانات شخصية (خاصة بالمبحوثين).

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن : 18 – 22 23 - 27

32 - 28 أكثر من 32

3- المستوى الجامعي :

- أولى جامعي - ثانية جامعي

- ثالثة جامعي - رابعة جامعي

4- الإقامة :

- الإقامة الجامعية - غير جامعية

5- الحالة العائلية :

- أعزب - متزوج

6- الوضعية المادية :

- ضعيفة - حسنة - جيدة

7- اللغات التي تتقنها

- العربية - الفرنسية - إنجليزي

- لغات أخرى أذكرها :

ثانياً : واقع استخدام الطلبة الجامعيين للانترنت والصحافة الإلكترونية

8- أين تستخدم شبكة الانترنت ؟

- البيت - الجامعة

- المقهى الافتراضي - نوادي الشباب

- أماكن أخرى أذكرها

9- ماهي الأوقات التي تستخدم فيها الانترنت ؟

- الصباح - منتصف النهار - لا يوجد وقت محدد
 الليل - المساء

10- ماهي أسباب تفضيل هذه الفترة ؟

- الوقت يناسبك - سرعة التدفق
 أسعار الخدمة منخفضة - لا يوجد اكتظاظ

- أسباب أخرى أذكرها

11- الوقت المستغرق في الانترنت ؟

- أقل من ساعة - من ساعة إلى ساعتين
 من ساعتين إلى ثلاث ساعات - أكثر من ثلاث ساعات

11- ماهي أسباب استخدامك لشبكة الانترنت ؟

- أجيد التحكم في الانترنت - تفيدني في حياتي العلمية - فقط لأنني أملك جهاز كمبيوتر

- أسباب أخرى أذكرها

12 - حسب رأيك ماهي أسباب عدم استخدام الطلبة لشبكة الانترنت ؟

- لا يجيدون التحكم في شبكة الانترنت - لا يتقنون طرق الإبحار في مواقع النت
 لأنها تضيع للوقت والمال - لا يملكون جهاز كمبيوتر
 لأنها تضر بصحتهم

- أسباب أخرى أذكرها

13- ماهي دوافع استخدام الطلبة لشبكة الانترنت ؟

- تساعد على إنجازا لبحوث العلمية - التثقيق والتعلم
 ألعاب و تسلية - التعارف والدردشة
 مشاهدة الأفلام - الاتصال الهاتفي

- محاضرات وندوات ومؤتمرات افتراضية - تحميل الكتب

- قضاء أوقات الفراغ

- المشاركة في المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعية

- الحصول على الأخبار والأحداث العالمية والمحلية

- أسباب أخرى أذكرها

14- هل تطلع الصحف الإلكترونية؟

- يوميا - في حالة وجود أحداث تهكم - مرة في الشهر

- مرة في الأسبوع - غير منتظمة

- أخرى أذكرها

15- يكتفي الطلبة الجامعيين في الصحف الإلكترونية بقراءة

- العناوين - الإعلانات

- مقدمة المواضيع - التعليقات الإلكترونية

- مشاهدة الصور - الأخبار الجانبية القصيرة

- أخرى أذكرها

16- ماهي أسباب تصفحك للصحافة الإلكترونية؟

- تعد بديلا عن الصحف الإلكترونية - بحكم تخصص الإعلام والاتصال

- لا تكلف الكثير من الجهد والمال - لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل

- التطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها - لأنها تصدر قبل الصحف الورقية

- لأنك تريد أن تمارس في المستقبل مهنة الصحافة الإلكترونية

- تفيد في إنجاز بعض البحوث الميدانية في مقاييس الدراسة

- أخرى أذكرها

17- ماهي برأيك عوامل إجماع الطلبة على قراءة الصحف الإلكترونية؟

- لا يجيدون البحث في شبكة الانترنت - لا يعرفون مواقع الصحف الإلكترونية

- يطالعونها في نسخها الورقية - عدم التعود على الطرق الحديثة في تصفح الصحف

- يفضلون وسائل الترفيه بدلا من الوسائل الجادة - أسباب صحية ونفسية
- مضيعة للوقت والجهد والمال - أن الصحافة الإلكترونية شأنها شأن وسائل الإعلام أخرى مهمشة
- أسباب أخرى أذكرها

ثالثا: اتجاهات الطلبة نحو مضمون الصحف الإلكترونية

18- حسب رأيك هل تتوفر أحد هذه الصفات في لغة الصحف الإلكترونية ؟

- الوضوح والاتساق - الدقة والتناسب - كلها متوفرة
- الإيجاز في التحرير - البساطة والسهولة

19- تفضل مضامين الصحف الإلكترونية لأنها

- تضيف نصوص مرئية وسمعية - تقدم نصوص فائقة
- السرعة والتحديث المستمر للمعلومات - تعدد خيارات التصفح
- السعة الكبيرة في المعلومات (العمق المعرفي)

20 - ماهي الفوائد التي تحققها مضامين الصحف الإلكترونية ؟

- تثري ثقافتك الإعلامية - طريقة صياغة العناوين
- تساعدك على تعلم التحرير الصحفي للمواضيع - اكتساب مهارات لغوية
- تساعد على اكتشاف قوالب صحفية جديدة

..... فوائد أخرى أذكرها

21- حسب رأيك ماهي أهم المواضيع التي يقبل الطلبة على مطالعتها في مضامين الصحف الإلكترونية ؟

- السياسية الاجتماعية الرياضية
- الثقافية الاقتصادية الفنية

..... مواضيع أخرى أذكرها

22- ماهي أبرز الأنواع الصحفية التي تفضل قراءتها في الصحف الإلكترونية ؟

- الخبر القصير - التقرير - بور تريه التعليق

ريپورتاج - تحقيق - حديث صحفي

23- ماهي أكثر الصحف الإلكترونية التي تتصفحها؟

الجزائرية العربية الأجنبية

24- إذا كنت تفضل قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية ماهي أهم الصحف التي تطلعها؟

الشروق أون لاين - البلاد أون لاين - ELWATEN
الخبر - النهار أون لاين - LIBERTE
الهدف - أخبار اليوم - EL MOUDJAHID

.....
- صحف أخرى أذكرها

25- ماهي أسباب تفضيلك لقراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

لأنها تعالج مواضع محلية وطنية - يكتب فيها صحفيين مشهورين
الحرية في معالجة المواضيع والمصادقية

.....
- أسباب أخرى أذكرها

26- في حالة تصفح الطلبة للصحف الإلكترونية العربية، ماهي أهم هذه الصحف؟

الشرق الأوسط - الأخبار - الحياة
الأهرام - القدس - إيلاف

.....
- صحف أخرى أذكرها

27- ماهي أسباب تفضيلك للصحف الإلكترونية العربية؟

بلاغة اللغة - تعالج قضايا القومية العربية - تتمتع بمهارات فائقة في التحرير

.....
- أسباب أخرى أذكرها

28- الصحف الإلكترونية الأجنبية التي تفضل تصفحها على شبكة الانترنت

THE WASHINGTON - LE MONDE -

USA TODAY -

THE GURDIAN -

INDEPENDANT -

THE NEW YORTIMES -

LE PARISIEN -

THE SUNDY TIMES -

..... صحف أخرى أذكرها

29- أسباب تفضيل الطلبة للصحف الأجنبية ؟

بحكم إتقان لغات أجنبية مستوى أفضل في تقديم المعلومات تغطية شاملة للأحداث

..... أسباب أخرى أذكرها

رابعاً : اتجاهات الطلبة نحو الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية

30- ما يشدك في شكل الصحف الإلكترونية ؟

تصميم واجهة الصحيفة أسلوب عرض الموضوعات

التصميم الثابت والمتغير للصحيفة . الأخبار والمعلومات المتحركة

الإيقاع المرفق مع المواضيع والإعلانات الألوان والصور شكل وحجم الخط

..... أشياء أخرى أذكرها

31- ماهي أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها في شكل الصحف الإلكترونية ؟

حركة العين القوائم والمساحات البيضاء استخدام الألوان العناوين المتحركة

..... اعتبارات أخرى أذكرها

32- عند مطالعتك للصحف الإلكترونية ، تفضل مطالعة المواضيع المرفقة بـ

بالصوت الفيديو إيقاع وموسيقى

الصورة وسائط متعددة الإعلانات

33- الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية بالنسبة للقارئ

أكثر توازن له قدرة على إحداث تأثيرات نفسية حركة مرتبة ومنسقة ومنظمة

يتميز بوحدة الموضوع والإتحاد بين الشكل والمضمون حركة عشوائية

- أشياء أخرى أذكرها

34- كيف ترى الإخراج الصحفي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ؟

- ناقص متوسط ممتاز

35- ما الذي تقترحه في الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الجزائرية ؟

- توازن أكثر بين الخط والموضوع - توظيف الألوان - زيادة الحركة
- زيادة الإيقاع والصوت والصورة - زيادة الإعلانات

- أشياء أخرى أذكرها

36- كيف ترى الإخراج الصحفي في الصحافة الإلكترونية العربية ؟

- ناقص متوسط ممتاز

37- ما الذي تقترحه في الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية العربية ؟

- زيادة الحركة - رفع حدة الألوان - زيادة الإعلانات
- مراعاة التوازن بين الخط والموضوع - حذف الإعلانات
- توظيف الصورة والصوت والفيديو - تغيير الإيقاع - تقليل من الحركة

- أشياء أخرى أذكرها

38- ماهو تقييمك للشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

- ناقصة متوسط ممتاز

39- ما الذي تقترحه في الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

- زيادة الحركة - رفع حدة الألوان - التقليل من الحركة
- مراعاة التوازن بين الخط والموضوع - زيادة الإعلانات
- توظيف الصورة والصوت والفيديو - حذف الإعلانات - تغيير الإيقاع

- أشياء أخرى أذكرها

خامسا : اتجاهات الطلبة نحو التفاعلية المحققة في الصحف الإلكترونية والمصداقية وحرية التعبير

40- هل تتفاعل مع الصحف الإلكترونية؟

- نعم - لا

41- هل تقوم بالتفاعل كلما اطلعت على الصحف الإلكترونية؟

- دائما - أحيانا - نادرا

- في أغلب الأوقات - أتفاعل دون أن أطلع الصحف
42- ماهي الخدمات التفاعلية التي تمارسها في الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

- التعليق الإلكتروني على المحتوى المشاركة في سبر الآراء
- مراسلة الصحافيين والمسؤولين في الصحيفة المشاركة في المنتديات
- التصويت الإلكتروني
- أشياء أخرى أذكرها

43- هل تسجل نفسك في المنتديات التي توفرها بعض الصحف الإلكترونية؟

- نعم - لا

44- إذا كنت تسجل فهل تقدم مشاركات؟

- لا أشترك مشاركات كثيرة مشاركات قليلة

45- هل تعتقد أن وجود أو غياب الخدمات التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية عامل لتصفحها؟

- نعم - لا

46- لماذا تتفاعل في الصحف الإلكترونية؟

- لأن حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية أكثر من الأخرى
- لأن التفاعلية المتاحة واسعة لامثيل لها في الصحف الورقية لأنني فقط تعودت على ذلك
- لأن الصحافة الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة لأنني أجد أشخاصا يشاركون بنفس أفكارني
- لأسباب أخرى أذكرها

47- ماهي العناصر التي يجب أن تتوفر عليها الخدمات التفاعلية في الصحف الإلكترونية؟

- التطوير والتحديث المستمر في نوعية الخدمات إعطاء مساحة للقارئ لنشر كل أفكاره وآرائه

سرعة تجاوب المسؤولين مع مشاركات الجمهور تنوع وتعدد الخدمات في الموقع الصحفي الواحد

48- هل تتميز المعلومات والأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية؟

المصدقية التحيز الحياد

49- هل تعتقد أن سرعة تقديم المعلومات في الصحف الإلكترونية؟

يقلل من المصدقية يزيد في المصدقية ليس له علاقة بالمصدقية

50- تتحقق المصدقية في الصحف الإلكترونية من خلال :

إرفاق المواضيع بالصوت والصورة الدقة في المعلومات توفر الرقابة

التسجيلات والأرشيف الإلكتروني إمكانية تعليق القراء على ما ينشر

- أشياء أخرى اذكرها

51- تتمتع الصحف الإلكترونية

بحرية التعبير - الجرأة في معالجة المواضيع

السبق الصحفي - احترام أخلاقيات المهنة

سادساً: اتجاهات الطلبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والصحف الورقية

52- معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية قبل استخدام الصحف الإلكترونية

أقرأها بانتظام أحيانا لا أقرأها أبدا

53- معدل قراءة الطلبة للصحف الورقية بعد استخدام الصحف الإلكترونية

أقرأها بانتظام أحيانا لا أقرأها أبدا

54- دوافع قراءة الطلبة للصحف الورقية حسب رأيك

التعود على قراءة الصحف الورقية لأن قراءتها أسهل للعين

إمكانية قراءتها وحملها في وسائل النقل لأن هناك أجزاء لا تنشر في الصحف الإلكترونية

- دوافع أخرى اذكرها

55- أسباب عدم مطالعة الصحف الورقية

مكلفة من الناحية المادية - عدم وجود الوقت لمطالعتها

- الصحف الإلكترونية تتيح ميزات أفضل من الورقية - لا بد من مواكبة التطور التكنولوجي

- أسباب أخرى أذكرها

56- هل تؤثر الصحافة الإلكترونية على الورقية في المستقبل؟

- كثيرا - قليلا - أبدا

57- الصحافة الإلكترونية بالنسبة للصحافة الورقية

- تعتبر كبديل ستلغي الصحافة الورقية الصحافة الورقية كخيرها من الوسائل الأخرى لاتختفي