



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصحافة الإلكترونية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

إشراف الدكتور:

حواوسة جمال

إعداد الطالبة:

بلحواس مروة

2020/2019



كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

بعد شكر المولى عز وجل الذي
أعانني على إتمام هذا العمل،
وإعطائي القوة، والصبر للوصول
إلى هذه المراتب.

أتقدم بالشكر الخالص إلى كل
من ساهم من قريب أو من
بعيد في إعداد هذا البحث وأخص
بذكر الأستاذ "عواصة جمال"
الذي تفضل مشكورا بقبوله
الإشراف على هذه المذكرة.
وأوجه له بالشكر على نصحته
القيمة وإرشاداته الوهية،
وملاحظاته الصادقة.

وإلى جميع أساتذة قسم علم الاجتماع
الذين وعهوني طيلة المشوار
الجامعي، خاصة الأستاذ فريد سمير
الذي يستحق كل الاحترام
والتقدير على كل مجهوداته في
رفع زادي المعرفي.

إهداء

الحمد لله الذي أكرمني بهذا الإنجاز المتواضع
والذي أهديته

إله التيه ريتييه وضحتي منه أهليدوني
كله أو ملله

إله منه ملكته ييه دروبه الحياة الوعرة بالكبرياء والشموخ
إله القلب الكبير الذي شملني بأسمه آياته الحب والحنان
إله منه بخلته علي نفسه الراحة لأنعم بها وخصته ييه طريقه
النجاح بدعائها

إله التيه لنه أوفيتها عقها مهما قلت ومهما فعلته
إله الغالية أمي الحبيبة "دليلة" أطال الله في عمرها وأدامها الله فوقه
رؤوسنا

إله منه رحله عن الدنيا دونه وداع ولا رجعة
إله منه غطوه التراب جسده وعمرني الدهر منه نبراته صورته
إله منه غابه عنه عيني ويقيه في قلبي
إله منه نقشه اسمه في روحي وكلماته في عروقي
إله العزيز علي قلبي أبيه "يوسف" رحمه الله وأسكنه جناته
الفردوس.... آمين وأهمني الصبر علي فراقه

إله رمز الحنان إله الأعراف علي قلبي إخوتي الأعراف وسندي في
الحياة ("سمية"، "صديق"، "فاضل")

إله كل منه ارتشفت معهم كأس المحبة والأخوة والصداقة وكله ييه
معهم أغاني الذكريات وأجمل اللحظات صديقاتي ("بسمة"،
"عائشة"، "سمية"، "إبتسام"، "ذكرى"، "فاطمة")

إله كل منه نسائم قلبي ولم ينسائم قلبي خاصة

دفتي - رفعة عالم اجتماع الاحوال -

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى محاولة الكشف عن علاقة الصحافة الإلكترونية بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، وذلك عن طريق إجراء دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصحافة الإلكترونية، قصد التعرف على كيفية تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية، إضافة إلى معرفة دوافع استخدام الجماهير للصحافة الورقية بدلاً من الصحافة الإلكترونية أو العكس، والكشف عن مستقبل الصحافة الورقية في ظل الانتشار الواسع للصحافة الإلكترونية، وذلك باستشراف مستقبل الصحافة الورقية من وجهة نظر الجماهير.

وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس الآتي: كيف أدت الصحافة الإلكترونية إلى عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية على النحو الآتي:

- ما الأسباب التي أدت إلى عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية؟
- هل الصحافة الإلكترونية تؤثر على مقروئية الصحافة الورقية؟
- ما هو مستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية؟

هذا وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وذلك بالاعتماد على عينة قصدية قوامها 64 مفردة من الجماهير المستخدمة للصحافة الإلكترونية، لمعرفة سبب عزوفهم عن الصحافة الورقية، بالاعتماد على الاستمارة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أهمها:

كشفت الدراسة أن المبحوثين يعتبرون الصحافة الإلكترونية هي المصدر الأساسي في حصولهم على المعلومات، وأنهم نادراً ما يقرؤون هذه الصحف، وأن مدة استخدامهم لهذه الصحيفة أكثر من 03 سنوات، وبالنسبة لوقت مطالعة المبحوثين للصحف هو في الفترة المسائية، فأغلب المبحوثين يرون أن الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية هي التي منحتها التميز عن الصحافة الورقية، ويرجع المبحوثين أهم خدمة في قدرتهم على قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية على موقع الصحافة الإلكترونية، والسبب الرئيس لتصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية أنها تعطي للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل، وسبب عزوفهم عن الصحافة الورقية وهو يمثل محور الدراسة يعود لتفضيلهم مطالعتها في شكلها الإلكتروني.

كشفت نتائج الدراسة أن الصحافة الإلكترونية تحررت من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية، كما بينت أن الصحافة الإلكترونية مواكبتها للأحداث الجارية هي التي منحها التميز عن الصحافة الورقية، وهناك اتفاق حول منافسة الصحافة الإلكترونية من ناحية استقطاب الجماهير للصحافة الورقية، فأغلبية المبحوثين يقررون أن مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية، كما دلت نتائج الدراسة على أن مصادر الصحف الورقية أكثر مصداقية من الصحف الإلكترونية، ومن وجهة نظر المبحوثين الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحافة الإلكترونية هي التي تساهم في تعزيز مصداقيتها، وأن استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء سوف يؤثر على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية، كما توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية أكثر جذبا للقراء من الصحافة الورقية.

كما دلت نتائج الدراسة أن الصحافة الإلكترونية تُعد بديلاً عن الصحافة الورقية، فالمبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية، وأن الصحافة الإلكترونية مكتملة للصحافة الورقية وليس هناك صراع بينهما، وأخيراً فيما يخص الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الإعلام الرقمي الجديد، اتفق المبحوثين على عزوف القراء عن اقتنائها ومطالعتها، أي تدني مستوى مقروئيتها.

Study summary :

The current study aimed at trying to reveal the relationship of electronic journalism to the public's reluctance to paper journalism, by conducting a field study on a sample of electronic journalism users, in order to identify how electronic journalism affects the readability of paper journalism, in addition to knowing the motives of the masses' use of paper journalism instead From electronic journalism or vice versa, and to reveal the future of paper journalism in light of the widespread spread of electronic journalism, by exploring the future of paper journalism from the point of view of the masses.

The study started from the following main question: How did electronic journalism lead to the public's reluctance to paper journalism?

A number of sub-questions fall under this question, as follows:

- What are the reasons that led to the public's reluctance to publish paper?.
- Does electronic journalism affect the readability of the paper press?
- What is the future of paper journalism in light of the spread of electronic journalism?

The study relied on the descriptive approach, by relying on an intentional sample of 64 individuals from the masses using electronic journalism, to find out the reason for their reluctance to report on paper journalism, relying on the electronic form as a tool for data collection.

The researcher has reached a number of results, the most important of which are: The study revealed that respondents consider electronic journalism as the main source for their access to information, and that they rarely read these newspapers, and that the period of their use of this newspaper is more than 3 years, and as for the time of respondents' reading of

newspapers is in the evening period, most of the respondents see that the services provided by the press Electronic journalism is what gave it the distinction from paper journalism, and the respondents return the most important service in their ability to read today's or yesterday's hard copy on the electronic press site, and the main reason for the respondents to browse online journalism is that it gives the reader the opportunity to participate and interact, and the reason for their reluctance to paper journalism, which is the focus The study is due to their preference for reading it in its electronic form.

The results of the study revealed that the electronic press was freed from the censorship that existed in the paper press, and it also showed that the electronic press, its keeping up with current events, is what gave it the distinction from the paper press, and there is an agreement about the electronic journalism competition in terms of attracting the masses to the paper press. Electronic journalism is an extension of paper journalism, and the results of the study indicated that the sources of paper newspapers are more reliable than electronic newspapers, and from the viewpoint of the respondents, the images and videos published by the electronic press contribute to enhancing their credibility, and that the use of electronic journalism for a new language close to the readers will It affects the quality of the media language in the paper journalism, and the study also found that the electronic press is more attractive to the readers than the paper press.

The results of the study also indicated that electronic journalism is an alternative to paper journalism. The respondents believe that electronic journalism will affect the future of paper journalism, and that electronic journalism is complementary to paper journalism and there is no conflict between them, and finally with regard to the difficulties facing paper journalism in light of the spread of new digital media. The respondents agreed on the readers' reluctance to acquire and read it, that is, its low level of readability.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

	شكر.....
	إهداء.....
	فهرس المحتويات.....
أ	مقدمة.....
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
02	تمهيد.....
03	أولاً- إشكالية الدراسة.....
05	ثانياً- أهمية الموضوع.....
05	ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع.....
06	رابعاً- أهداف الدراسة.....
06	خامساً- الدراسات السابقة.....
16	سادساً- مفاهيم الدراسة.....
16	1- مفهوم الصحافة الورقية.....
18	2- مفهوم الصحافة الإلكترونية.....
19	3- مفهوم الجمهور.....
20	4- مفهوم الجمهور الإلكتروني.....
20	5- مفهوم العزوف.....
21	6- مفهوم الانترنت.....
22	خلاصة.....
الفصل الثاني: الصحافة الورقية، النشأة والتطور	
24	تمهيد.....
25	أولاً- مدخل إلى الصحافة الورقية.....
25	1- نشأة الصحافة الورقية.....
29	2- مظاهر تطور الصحافة الورقية.....
30	3- الصحافة الورقية والاتصال.....
31	ثانياً- أساسيات الصحافة الورقية.....
31	1- خصائص الصحافة الورقية.....

35	2- أنواع الصحافة الورقية.....
38	3- مبادئ وضوابط الصحافة الورقية.....
41	4- وظائف الصحافة الورقية وأهميتها.....
49	ثالثا- تاريخ الصحافة الورقية في الجزائر.....
49	1- الصحافة الورقية في الجزائر قبل الاستقلال.....
51	2- الصحافة الورقية في الجزائر بعد الاستقلال.....
57	3- الصحافة الورقية في الجزائر في ظل الظروف الراهنة.....
58	خلاصة.....
الفصل الثالث: الانترنت، والصحافة الإلكترونية	
60	تمهيد.....
61	أولاً- الانترنت وسيلة إعلامية.....
62	1- خصائص الانترنت.....
63	2- الخدمات الاتصالية للانترنت.....
66	3- استخدامات الصحافة للانترنت.....
67	4- مزايا وعيوب الانترنت.....
72	ثانيا- جمهور وسائل الإعلام.....
72	1- نشأة جمهور وسائل الإعلام.....
75	2- خصائص جمهور وسائل الإعلام.....
77	3- أنواع جمهور وسائل الإعلام.....
80	4- وسائل الإعلام، اتجاهات الجمهور.....
82	5- النظريات المفسرة لجمهور وسائل الإعلام.....
84	ثالثا- مدخل عام للصحافة الإلكترونية.....
84	1- الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية.....
90	2- خصائص الصحافة الإلكترونية.....
92	3- أنواع الصحافة الإلكترونية.....
93	4- خدمات ومعايير الصحافة الإلكترونية.....
96	5- النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية.....
100	رابعا- الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
100	1- نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....

101	2- نماذج الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
102	3- المشاكل والصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....
104	خلاصة.....
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية، وإجراءاتها المنهجية	
106	تمهيد.....
107	أولاً- الإجراءات المنهجية للدراسة.....
107	1- منهج الدراسة.....
107	2- مجالات الدراسة.....
109	3- عينة الدراسة.....
110	4- أدوات جمع البيانات.....
111	ثانياً- تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها.....
111	1- خصائص عينة الدراسة.....
115	2- بيانات خاصة بعادات وأنماط استخدام الصحف.....
123	3- بيانات خاصة بتأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية.....
132	4- بيانات خاصة بمستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية.....
138	ثالثاً- النتائج العامة للدراسة.....
141	خاتمة.....
142	قائمة المصادر والمراجع.....
152	فهرس الجداول.....
155	الملاحق.....

مقدمة

مقدمة

شهد العالم في نهاية القرن الماضي وبالتحديد في التسعينات، مرحلة تكنولوجيا 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 المنهجية 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 ما لا يتوفر لأي وسيلة أخرى، وكسب هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة جمهورا عريضا من مختلف فئات الجماهير وأصبحت منافسا قويا لوسائل الإعلام التقليدية.

في هذا السياق، الصحافة الورقية تعد من بين الأصناف الإعلامية التي استفادت كثيرا من هذه الشبكة من خلال تصميم مواقع لها عبر هذه الشبكة من أجل إعطاء القارئ فرصة كبيرة للاحتكاك بالجريدة المفضلة لديه والمشاركة الفعالة في تصميم وإخراج هذه الجريدة الإلكترونية، كما أنه بإمكانه المشاركة والتفاعل بتعليقاته وكتاباته عبر منتديات الحوار التي توفرها هذه الجريدة، فالصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية التي ظهرت منذ قرون كبيرة والتي كان لها دورا كبيرا في تعليم الأفراد والمشاركة في تحرير العديد من الشعوب ودعم عجلة التنمية وغيرها من الوظائف الكبيرة التي كانت تقوم بها إلى غاية يومنا هذا.

وفي ضوء هذه المنافسة بين العالم المكتوب والعالم الإلكتروني، يبقى الفرد وهو المستفيد من كل ما تطرحه هذه الوسائل الإعلامية من خدمات ووظائف تلبي له رغبته واحتياجاته المتعددة في كل هذه المجالات، أما قضية المنافسة بينهما، فالهدف منها هو البحث عن كل السبل من أجل البحث عن الأحسن لما يخدم هذا القارئ ويجعله يختار الأحسن بكل حرية أي من ناحية استقطاب الجماهير، خاصة من طرف الصحافة الإلكترونية التي تتميز بالكثير من الخصائص تجعلها تتفوق على الصحافة الورقية. ومنذ هور الأنترنت بدأت مخاوف القائمين على الصحافة الورقية من المنافسة الكبيرة التي سوف تفرضها شبكة الانترنت، خصوصا بعد ظهور الصحافة الإلكترونية، التي زعزت مجال الصحافة لدرجة جعلت الكثيرين يتنبؤون بزوال النسخة الورقية، إلا أن العكس حدث وهو تكامل الصحافة الإلكترونية واتحادها مع الورقية لتخلق لها فضاءات أخرى لجذب مختلف فئات الجمهور.

بالموازاة مع كل هذا كان الاهتمام بدراسة الجمهور كطرف أصيل في العملية الاتصالية، والذي تطور مع كل الثورات والاكتشافات التي طبعت وسائل الإعلام من ظهور الصحف الورقية إلى الإذاعة ووصولاً إلى شبكة الانترنت وما خلفته من وسائل جديدة كالصحافة الإلكترونية، وكل وسيلة من الوسائل السالفة الذكر أرخت لمفهوم من مفاهيم الجمهور الحالية، فمن جمهور القراء ومستمعي الراديو ومشاهدي التلفزيون إلى جمهور المواقع الإلكترونية الذي يطلق عليهم جمهور الويب، حيث أثبتت الدراسات بأن الجمهور أصبح طرفاً فعالاً في العملية الاتصالية ويشارك بآرائه وتعليقاته حول المضامين الإعلامية المقدمة، أنه لا يكفي بتلقي الرسالة وقبولها كما هي، فقد سمحت الخصائص الاتصالية المتطورة التي تتميز بها الصحف الإلكترونية للجمهور بالمشاركة في صناعة الخبر من خلال المنتديات وغيرها من الخدمات المتاحة.

ومن خلال الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، أرادت الباحثة تسليط الضوء على مدى إقبال الجمهور على هذا النوع الجديد من وسائل الإعلام الحديثة الصحافة الإلكترونية، ومدى تأثيره على مستقبل الصحافة الورقية في الجزائر، وقد عالجت الباحثة هذه الدراسة من خلال أربعة فصول، منها فصل منهجي تطرقت فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها، كما تناولت فيه أيضاً الدراسات السابقة، وتعد مفاهيم الدراسة من العناصر الضرورية في أي بحث علمي وهذا لأهميتها في تحديد متغيرات الدراسة، وقد خصصت الباحثة شرح مفصل لأهم المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت من خلال هذه الدراسة.

أما الإطار النظري للدراسة فقد جاء في فصلين الأول تحت عنوان الصحافة الورقية النشأة والتطور، ولقد احتوى على ثلاث عناصر أساسية، فالعنصر الأول مدخل إلى الصحافة الورقية، تناولت فيه الباحثة نشأة الصحافة الورقية ومظاهر تطورها وأخيراً علاقتها بالاتصال، ثم انتقلت الباحثة إلى العنصر الثاني في هذا الفصل، فقد عنون تحت أساسيات الصحافة الورقية، وتناولت الباحثة في فحوى هذا العنصر جملة من العناصر بداية بخصائص الصحافة الورقية وأنواعها وأعبقتها بذكر أهم مبادئها وضوابطها واختتمت الباحثة هذا المبحث من الفصل بالإشارة إلى وظائف الصحافة الورقية وأهميتها.

فيما يخص الفصل الثاني الذي يحمل عنوان الانترنت والصحافة الإلكترونية في أربعة عناصر، عنوان العنصر الأول الانترنت وسيلة إعلامية يتضمن خصائص الانترنت وخدماتها الاتصالية، واستخدامات الصحافة للانترنت وأخيراً مزايا وعيوب الانترنت، أما العنصر الثاني بعنوان جمهور وسائل الإعلام ويتضمن نشأة جمهور وسائل الإعلام وخصائصه وأنواعه ووسائل الإعلام واتجاهات الجمهور

وأخيرا النظريات المفسرة لجمهور وسائل الإعلام، أما العنصر الثالث بعنوان مدخل عام للصحافة الإلكترونية، ويتضمن الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية وخصائصها وأنواعها وخدماتها وأخيرا النظريات المفسرة لها، أما العنصر الأخير بعنوان الصحافة الإلكترونية في الجزائر ويتضمن نشأتها في الجزائر ونماذجها والصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

أما العنصر الثالث في هذه الدراسة فعنون بتاريخ الصحافة الورقية في الجزائر، وقد عالجت من خلاله الباحثة ثلاث عناصر، في البداية تناولت الصحافة الورقية في الجزائر قبل الاستقلال من خلال توضيح الصحافة الاستعمارية وصحافة أحباب الأهالي والصحافة الأهلية وأخيرا حركة جمعية العلماء المسلمين، وبعدها تناولت الباحثة الصحافة الورقية بعد الاستقلال، ثم أعقبتها بذكر الصحافة الورقية في الجزائر في ظل الظروف الراهنة.

أما الفصل الرابع ف جاء بعنوان الدراسة الميدانية وإجراءاتها المنهجية، حيث بدأت الباحثة هذا الفصل من خلال وضع جملة من الإجراءات المنهجية لدراستها، حددت من خلالها مجتمع الدراسة وعينته، وأدوات البحث وجمع البيانات من مجتمع الدراسة، وتحديد الأساليب الإحصائية المناسبة في تحليل وتفسير نتائج الدراسة، وفي العنصر الثاني من هذا الفصل تناولت الباحثة تحليل البيانات وتفسيرها من خلال دراسة خصائص العينة وعادات وأنماط استخدام الصحف إضافة إلى مستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية.

وأخر شيء في هذه الدراسة هو وضع الباحثة لجملة من النتائج والاستنتاجات توصلت إليها من خلال الشق النظري والميداني للدراسة.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهيد

أولاً- إشكالية الدراسة.

ثانياً- أهمية الموضوع.

ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً- أهداف الدراسة.

خامساً- الدراسات السابقة.

سادساً- مفاهيم الدراسة.

1- مفهوم الصحافة الورقية.

2- مفهوم الصحافة الإلكترونية.

3- مفهوم الجمهور.

4- مفهوم الجمهور الإلكتروني.

5- مفهوم الغزوف.

6- مفهوم الانترنت.

خلاصة.

تمهيد

إن دراسة الظواهر الاجتماعية تتطلب تحديد أبعادها ومؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها، حيث يتم إخضاعها للبحث الميداني، وهذا من خلال المعالجة المفهومية التي تعبر عنها الظاهرة الاجتماعية بعد تفكيكها إلى مختلف العناصر التي تشملها والتي يمكن التعامل معها ميدانياً.

وعليه، فإن التعريف بالمفاهيم والمصطلحات في مجال علم الاجتماع تعتبر غاية في الأهمية والصعوبة والتعقيد، والسبب راجع إلى اتصافه بخصائص تجعله أقل انضباط ودقة في العلوم الطبيعية لارتباطه بالإنسان الدائم الحركة والتغير.

ومن خلال هذا الفصل سيتم عرض المعالجة النظرية والإجرائية للمفاهيم الأساسية وتوضيحها، وكذا التطرق إلى إشكالية الدراسة، إضافة إلى أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأخيراً الدراسات السابقة.

أولاً- إشكالية الدراسة:

أحدثت الثورة التكنولوجية التي شهدها العالم، تغيرات جذرية في كافة المجالات سواء الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، حيث ظهر ما يعرف اليوم بمجتمع المعرفة¹، الذي يعتمد أساساً على المعلومات الوفيرة، مستغلاً في ذلك إمكانيات التكنولوجيا في مجال المعلومات والاتصال المتطورة، ومجتمع المعرفة هو وليد الثورة المعلوماتية.

فقد استطاعت هذه التكنولوجيا أن تغزو العالم بتقنياتها المتطورة والمتسارعة، وانعكس هذا الانتشار الهائل للتكنولوجيا على مظاهر الصحافة الورقية، التي بدورها احتلت مكانة مهمة في عملية الاتصال لفترة طويلة، وأدت أدواراً مختلفة في تطور المجتمعات والدفاع عن مكتسبات الحضارة الإنسانية، لكن سرعان ما شكلت الثورات الاتصالية الحديثة التي شهدتها ولا تزال تشهدها الإنسانية، تحديات جسيمة تواجه الصحافة الورقية، والتي جعلتها تعيش وسط مخاوف اختفائها من الساحة الإعلامية، على الرغم من مكانتها المحورية باعتبارها كاشف سوسيولوجي يعنى بتسجيل الوقائع اليومية، حيث ومع تطور الأحداث برز في الساحة الإعلامية منافسون للصحافة التقليدية منها شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، هذه الوسيلة الإعلامية التي أصبحت تهدد مستقبل الصحافة الورقية، فسارعت بإنشاء مواقع لها على الشبكة وقررت الاستفادة منها بدلاً من الدخول معها في منافسة غير متكافئة، بتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة الحاسوب نظراً لكون هذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية والانتشار الواسع.²

ومن هنا بدأت الصحافة الإلكترونية بالظهور، لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية، واستفادت بعدد من الإمكانيات التي وجدتتها في الانترنت، فأضافت لها بعداً آخر عن الصحافة الورقية، فاستطاع القارئ أن يكتب رأيه في المقال أو التقرير الذي يقرأه على الانترنت، والمشاركة في عملية صنع القرار وإنتاج الصحيفة الإلكترونية، والتالي هنا أصبح الجمهور تفاعلي مؤيد أو مخالف ويحاور ويناقش بكل حرية، بالإضافة لأمر آخر لم يكن بإمكانه عملها وهو يقرأ الصحف الورقية التي عقدها طوال حياته، فتغيرت كثير من المفاهيم في

¹ تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2000، ص 18.

² المرجع نفسه، ص 19.

الممارسات الصحفية الكلاسيكية وظهرت صحف إلكترونية ليس لها اسم ولا تاريخ طويل ولكنها استطاعت أن تقيم لذاتها في وقت وجيز مكانة في عالم الصحافة الإلكترونية.¹

أما في الجزائر، وفي هذا السياق، فقد تأثرت صناعة الصحافة بشبكة الانترنت، رغم أنها كانت متأخرة نوعا ما، ولم تصل بعد إلى ما وصلت إليه الصحف الإلكترونية في العالم المتقدم، إلا أنها استطاعت أن تأخذ لها مكانة في السوق الإعلامية الجزائرية، من خلال نشر نسخ إلكترونية للصحف الورقية أو تكون مستقلة عنها بمضامين وشكل مميز، كما نجد مالكو الصحف الورقية اهتموا بالمواقع الإلكترونية لجرائدهم وعرفوا كيف يستمرون في هذه التقنية للتواجد بالساحة الإعلامية، وتسخير التكنولوجيا الحديثة لكسب أكبر قدر من الجمهور ونيل رضاهم في ظل وجود التناقض الشديد بين الوسائل الرقمية والتكنولوجيا التي سلبت عقل الجماهير بتقنياتها²، ولذا فقد مكنت التقنيات المتطورة للنشر الإلكتروني قراء الصحف من تتبع جرائدهم على المواقع والتفاعل مع مضامينها وتحديد اتجاهاتهم نحو تعرضه من قضايا وأخبار، فيرتبط التعرض للصحف الإلكترونية بعدد من المتغيرات المتعلقة بالمستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي.

وفي ظل الانتشار الواسع لمواقع الصحف الإلكترونية على الشبكة، فإن الاعتماد عليها أصبح واقعا وحقيقة من طرف مختلف الفئات، مما قد يؤثر هذا الإقبال على الصحافة الورقية³، ولكن التحدي الحقيقي المتواصل الذي تواجهه الصحافة الورقية في العصر الرقمي هو التغيرات الجذرية في عادات القراءة وأذواق الأجيال الجديدة التي تتوجه بقوة نحو الصحافة الإلكترونية، فنجد أن معظم القراء الذين كانوا يواظبون على قراءة الصحف، تحولوا إلى مستخدمين لشبكة الانترنت لمتابعة الأخبار اليومية، ومعرفة أحدث المعلومات من مصادر متعددة وخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي والمنديات، فالجيل الجديد في عالم اليوم يريد الحصول على الأخبار بسرعة، وهذا التحول في عادات القراءة يشكل جوهر الأزمة التي تعاني منها الصحافة التقليدية في العالم، مما شكل عزوف كبير للجماهير عن اقتنائها وتفضيل الصحافة الإلكترونية نظرا لقلة التكلفة والوصول إليها أسهل بكثير من الصحف الورقية، فنجد أن معظم المتصفحين لا يهتمون كثيرا بالمقالات الجادة والتقارير المطولة ولا بتفاصيل الأخبار، بل يلغون نظرة عابرة على العناصر والعناوين في الصفحة الأولى فقط.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2007، ص 16.

² المرجع نفسه، ص 18.

³ المرجع نفسه، ص 18.

ومن هذا المنطق، فإن هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن أسباب عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية وتفضيلهم للصحف الإلكترونية، بالإضافة إلى التعرف على مستقبل الصحافة التقليدية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية، وذلك من خلال التساؤل الرئيس الآتي:

كيف أدت الصحافة الإلكترونية إلى عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس إلى جملة من التساؤلات الفرعية على النحو الآتي:

- ما الأسباب التي أدت لعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية؟
- هل الصحافة الإلكترونية تؤثر على مقروئية الصحافة الورقية؟
- ما هو مستقبل الصحافة ورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية؟

ثانياً- أهمية الموضوع:

إن قيمة أي دراسة تتجلى في أهميتها وما ستضيفه للمعرفة العلمية والمجتمع، وتتمثل أهمية هذه الدراسة في توفير رصيد معلوماتي علمي عن مستقبل الصحافة الورقية من وجهة نظر الجماهير في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية، باعتبار أن هذا البحث من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة تأثيرات التكنولوجيا الحديثة للاتصال وعلى وجه الخصوص الانترنت والصحافة الإلكترونية، هذه الأخيرة أصبحت تكتسي أهمية بالغة من خلال ما أحدثته من نقلة نوعية في تقليص للحيز الزمني وتجاوز لعامل المكان في حصول الجماهير على الأخبار والتفاعلية الفائقة من خلال المشاركة بالآراء والاقتراحات، وهذا كله من شأنه أن يقدم رؤية علمية جديدة عن التطور التكنولوجي الذي عرفته وسائل الإعلام والاتصال، وتأثير هذه التكنولوجيا على الصحافة الورقية كوسيلة اتصالية إعلامية.

ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع:

تتحصر أسباب اختيار الموضوع في ما يلي:

1- قصد إثراء المكتبة بدراسات جديدة حول هذا الموضوع، خاصة أننا في أمس الحاجة لدراسات في مجال النشر الإلكتروني وما أحدثته هذه التقنية من ظهور لوسائل إعلامية حديثة، ولعل من أبرزها الصحافة الإلكترونية.

2- الميل إلى الاهتمام بمستقبل الصحافة الورقية أمام تحدي الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر أهل التخصص، خاصة مع ملاحظة نقص الأبحاث المرتبطة بها.

3- الانتشار الواسع لمواقع الصحف الإلكترونية في الجزائر، الأمر الذي يهدد مستقبل الصحافة الورقية، وإمكانية تدهور مكانتها التي حافظت عليها منذ زمن طويل.

4- نظرا لأهمية العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، فإن هذا دفعنا للبحث عن أسباب عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية وإقبالهم نحو الصحافة الإلكترونية.

رابعاً - أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة يمكن تحقيق جملة من الأهداف المتمثلة في ما يلي:

1- إبراز أهمية الصحافة الورقية كوسيلة إعلامية، والتعرف على كيفية تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية، من خلال معرفة ما إذا كانت الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية قد جعلها تتفوق على الصحافة الورقية.

2- التعرف على دوافع استخدام الجماهير للصحافة الورقية بدلا من الصحافة الإلكترونية أو العكس.

3- التعرف على الإشباع المحققة من استخدامات الصحافة الإلكترونية بالمقارنة مع الصحافة الورقية.

4- الكشف عن مستقبل الصحافة الورقية في ظل الانتشار الواسع للصحافة الإلكترونية، ذلك باستشراف مستقبل الصحافة الورقية من وجهة نظر الجماهير والتي قد تؤول إلى الزوال، نظر للمنافسة القوية من طرف الصحف الإلكترونية.

5- التعرف على درجة تأثير الموقع والصحف الإلكترونية على الفرد المتلقي من المواقع والصحف الورقية، مع التعرف على ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية بديل عن الصحافة الورقية.

6- تسليط الضوء على أكثر الخدمات التي يقبل عليها الجماهير في الصحافة الإلكترونية بدلا من الخدمات المقدمة في الصحافة الورقية.

خامساً - الدراسات السابقة:

تقتضي الدراسات العلمية السليمة في مجال البحث العلمي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي، أو ما يعرف بالدراسات السابقة في مجال البحث العلمي أو المشابهة، ليتمكن الباحث من تحديد وصياغة مشكلة البحث بدقة، وبالنسبة لهذا الموضوع هناك دراسات عديدة تناولت استخدام الصحافة الإلكترونية وتأثيرها على الورقية، ومن خلال هذه الدراسة نعرض جملة من الدراسات التي تعد قاعدة أساسية ننطلق منها في دراستنا هذه، ومن بين هذه الدراسات ما يلي:

الدراسة الأولى: دراسة قدواح (2007)¹

جاءت الدراسة بعنوان "اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية"، وهي عبارة عن رسالة ماجستير بجامعة قسنطينة، حيث هدفت هذه الدراسة في شقها النظري، إلى إبراز التحديات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل التطورات الأخيرة التي حملتها ثورة التكنولوجيا في جلب ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، وتسليط الضوء على آلياتها وخصائصها، فنونها والأساليب التي دعت بعض الصحف الجزائرية لإطلاق نسخ إلكترونية لعناوينها المطبوعة وذلك من خلال آراء ودراسات الباحثين والمهتمين بمستقبل الصحافة الورقية، أما هدف الدراسة في شقها الميداني هو تقديم صورة عامة عن وضع الصحف الجزائرية المطبوعة أمام هذه الثورة الهائلة ولاستقصاء آراء عينة من صحفييها وقياس اتجاهاتهم المعرفية مدى مواكبتهم لهذه التكنولوجيا، إضافة إلى معرفة مدى استعانتهم بالصحف الإلكترونية كمصدر، وكذا تطبيقهم لهذا المشروع على أرض الواقع من خلال إصدار نسخ إلكترونية لعناوينهم المطبوعة أو إنجاز صحف إلكترونية محضة، وكذلك معرفة الخدمات التي تقدمها هذه المواقع لمتصفحها من الصحفيين وكذا المشكلات المتعلقة بالاستخدام.

وأجريت الدراسة الميدانية بالمكاتب المركزية بالعاصمة والجهوية بقسنطينة لثمانية أياميات وطنية والتي تمتلك مواقع إلكترونية لها وهي: (Le soir d'algerie, la quotidien d'oran, l' expression) جريدة النهار الجديدة، جريدة الشروق، جريدة الخبر، جريدة الفجر، على عينة قوامها 104 مفردة من إجمالي صحفيي الجرائد، وتتمثل عينة الدراسة في الصحفيين الذين يستقر استكشاف اتجاهاتهم نحو استخدام الصحافة الإلكترونية وأن يكونوا ينتمون إلى مؤسسات إعلامية لها مواقع على الانترنت بما يعنيه ذلك من توفر خبرة أكبر لهؤلاء الصحفيين عن غيرهم في مجال التعامل مع استخدام الانترنت إعلامياً، وفقاً لهذا المعيار تم إجراء مسح لمجموعة تتكون من 8 جرائد يومية وطنية خصوصاً أنه من الصعب التعامل مع كل الجرائد التي تصدر على المستوى الوطني، وقسمت العينة إلى حصتين على أساس لغة الصدور، وتتكون من 4 جرائد تصدر باللغة العربية و4 باللغة الفرنسية، بالإضافة أخذ حصص متساوية تقدر بـ 13 صحفي من كل جريدة، بالاعتماد على أسلوب المصادفة في اختيار الصحفيين الممثلين لكل جريدة، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة الحصصية، فبلغ العدد الإجمالي لمجتمع البحث 902 صحفي حدد التعامل مع حجم عينة مقدرة 104 مفردة من إجمالي صحفيي الجرائد الثمانية العاملين

¹ منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007.

بالجزائر العاصمة وقسنطينة، 52 صحفي ينتمون للجرائد الصادرة باللغة العربية، و52 ينتمون لتلك الصادرة باللغة الفرنسية، بالاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في ما يلي:

- 1- قلة استخدام الصحفيين الجزائريين للانترنت في العمل الصحفي، إيماناً منهم بضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز حاسب آلي موصول بالانترنت لتسهيل استخدام هذه الأخيرة، حيث يتحررون من عاملي الوقت والجهد الكبير المبذول لدى استخدام الانترنت خارج المنزل.
- 2- أن هناك علاقة تكاملية بين الصحيفتين وسيرهما بشكل متوازي، مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من الانترنت.
- 3- تفضيل المبحوثين للصحافة الورقية على الإلكترونية ويعتبرونها أكثر جاذبية للقراء، وبالتالي احتمال كبير لتفوقها مستقبلاً على الصحف الإلكترونية.
- 4- وجود نسبة قليلة تستخدم مواقع الصحف الأجنبية على شبكة الانترنت عند الضرورة، بالموازاة مع قوة في استخدامهم للصحف الجزائرية والعربية على الويب.
- 5- اتجاهات مؤيدة لقراءة الصحف الإلكترونية من طرف الصحفيين الجزائريين، ذلك أنهم على دراية تامة بمواقع هاته الصحف.

الدراسة الثانية: دراسة قوراري (2010)¹

جاءت الدراسة بعنوان "اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية"، وهي عبارة عن رسالة ماجستير بجامعة بسكرة، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مكانة الصحافة الإلكترونية في أوساط الطلبة الجامعيين، وكيفية تقييمهم لمحتوى الصحف الإلكترونية، وكذلك الشكل الذي تقدم به وذلك من خلال قياس اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية، والوقوف على أهم الأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على الصحيفة الإلكترونية، وبالتالي عزوفهم على الصحف المطبوعة، وكيفية تعامل الطلبة مع محتويات هذه الصحف والإشباع المحققة منها في مجال متابعة الأخبار.

وأجريت الدراسة الميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، حيث سيتم التركيز على طلبة قسم الإعلام والاتصال التابعة لهذه الكلية، ذلك أن هؤلاء الطلبة أكثر احتكاك واستخدام للانترنت

¹ قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2010.

من جهة، ومتابعة الأخبار والاطلاع على الصحافة الإلكترونية من جهة أخرى، وبالتالي فمجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة يقدر بـ 551 بجميع مستوياتهم وتخصصاتهم، على عينة من جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال قوامها 170 مفردة بالاعتماد على منهج المسح الوصفي.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في ما يلي:

1- يؤكد الطلبة الجامعيين تصفحهم للصحافة الإلكترونية ذلك لما توفره مقارنة بالصحف الورقية من حيز للحرية وإشباعات معرفية وقاعدة واسعة من أنواع المادة الإخبارية والسرعة الفائقة في إيصال الخبر، فتبين أن أغلبية الطلبة يتصفحون الصحف الإلكترونية لأنها تعد بديلا عن الصحف الورقية، وكونها تتطرق لمواضيع لا يستطيع 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 جعل الطلبة يقبلون على مطالعتها.

2- الصحف الإلكترونية أكثر مقروئية من الصحف الورقية، وهذا يرتبط بمدى استخدام الطلبة للانترنت وحسب النتائج المسجلة أعلاه لهذا الغرض صحيح، لأن الطلبة يستخدمون الانترنت نظرا لتحكمهم الجيد في تقنياتها وهذا ما يدفعهم لمطالعة الصحف الإلكترونية لأنها تميل للتحميل والتفصيل أكثر من الصحف الورقية.

3- المحتوى الإلكتروني للصحف الإلكترونية في مقدمة دوافع إقبال الطلبة على مطالعة الصحف الإلكترونية، ويعد من أبرز الإشباعات التي تحققها الصحف، وهذا نظرا للسرعة الفائقة والتحديث المستمر للمعلومات والسعة الكبيرة في المعلومات والعمق المعرفي المقدم يحقق إشباعا للطلبة، بالإضافة إلى أن الصحف الإلكترونية تقدم نصوص مرئية وسمعية مع تعدد خيارات التصفح، فأغلب إجابات الطلبة أكدت على أن مضامين الصحف الإلكترونية تثري ثقافتهم الإعلامية.

4- أغلب الطلبة يتفاعلون مع الصحف الإلكترونية نظرا للخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحف الإلكترونية، فالطلبة 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، حيث يرى أغلب الطلبة أن ما يقدم في الصحف الإلكترونية يمتاز بالمصداقية.

5- بالنسبة لعلاقة الصحف الإلكترونية بالصحف الورقية فإن تأثيرها سيكون قليلا على مقروئية الصحف الورقية، كما أن الصحف الإلكترونية لن تلغي الصحف الورقية، فمطالعة الطلبة للصحف الورقية قبل

استخدام الصحف الورقية لم يختلف كثيرا، وأن دوافع مطالعة الطلبة للصحف الورقية تعود على قراءتها وإمكانية قراءتها في وسائل النقل، كما أن الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل الأخرى التي ظهرت، ولن تختفي حسب رأي أغلب الطلبة ولن تلغى في المستقبل القريب أو البعيد.

الدراسة الثالثة: دراسة قدوري (2010)¹

جاءت الدراسة بعنوان "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية"، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منوبة تونس، حيث تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمفهوم التفاعلية في سياقاته المختلفة، كما تحاول التعرف على هذه الظاهرة الجديدة القديمة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الاستطلاعية، حيث استعانت الباحثة بالمنهج الكيفي من خلال الملاحظة والمقابلة، كما استعانت بمنهج تحليل المضمون، حيث تم اختيار عينة قصدية لثمانية أعداد أنتجها موقع الشروق أون لاين، من خلال اختيار عدد واحد من كل أسبوع وهو العدد الصادر كل يوم اثنين على امتداد شهري افرى لوماي 2010.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في ما يلي:

- 1- الجمهور أصبح يقبل على الصحافة الإلكترونية بشكل منتظم، ويتفاعل معها رغم انخفاض مقاييس التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة مع الصحافة الإلكترونية العربية.
- 2- ساهمت أدوات التفاعلية ووسائلها في رواج محتوى الصحافة الإلكترونية ورسائلها.

الدراسة الرابعة: دراسة الدناني (2011)²

جاءت الدراسة بعنوان "مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية"، دراسة ميدانية للصحف اليومية اليمنية، بالجامعة اليمنية (صنعاء، عدن، تعز)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مقروئية الصحف الورقية اليومية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، ومعرفة مجالات القضايا والمواضيع التي تهتم بها، وكذلك مدى اهتمام الجمهور اليمني بمتابعة الصحف الورقية اليومية وتصفح مواقع الصحافة الإلكترونية، إضافة إلى معرفة الدوافع التي تجعل القراء يحرصون على متابعة الصحف الورقية والإلكترونية.

¹ ريم فتحة قدوري، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا، رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة منوبة، تونس، 2010.

² عبد الملك الدناني، مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، ع 32، ص ص 165-191.

أجريت الدراسة الميدانية بالجامعة اليمنية، (صنعاء، عدن، وتعز)، بحكم أن هذه المدن الرئيسية هي التي تصدر فيها صحف يومية ورقية، وتتوفر فيها خدمة شبكة الانترنت، وذلك بالاعتماد على عينة قصدية قوامها 300 مبحوث للعاملين في الجامعات اليمنية فئة الأساتذة، معتمدين على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في ما يلي:

1- أن المبحوثين يمثلون 38% من عينة الدراسة، يحرصون على التصفح لمواقع الصحف الإلكترونية بشكل منتظم، وجاءت متابعة الصحف الورقية اليومية بالمرتبة الثانية بنسبة 32%، واحتلت متابعة الصحف الورقية ومواقع الصحف الإلكترونية في الوقت نفسه المرتبة الثالثة بنسبة 31%، ومنه تشير هذه النتائج إلى أن كافة أنواع الصحافة تحظى بالمتابعة، بينما 20 مبحوث من مجموع العينة لا يهتمون بقراءة أي نوع من هذه الصحف.

2- يحرص 49% من المبحوثين على تصفح الصحافة الإلكترونية الأهلية.

3- جاءت الصحف الورقية الأهلية في مقدمة الصحف اليومية التي تفضل عينة الدراسة قراءتها.

4- احتلت المواقع الإخبارية المرتبة الأولى في التصفح والمتابعة بنسبة 36%.

5- أكد 35% من المبحوثين على وجود تحديات تواجههم باستمرار عند تصفحهم للمواقع الإلكترونية، فيما يرى 25% من المبحوثين بأنه لا تواجههم أي تحديات عند تصفحهم للمواقع الإلكترونية، ويمكن تفسير طبيعة هذه التحديات ببطيء عمل الانترنت في بعض المدن اليمنية بسبب الانقطاع المتكرر للتيار الكهربائي.

6- الدافع الرئيسي وراء تصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية، هي امتلاكها خاصية الحرية الواسعة وذلك بنسبة 30%، وجاء تركيز الصحافة الإلكترونية على الاختصار في نشر الأخبار والمعلومات بالمرتبة الثانية بنسبة 24%، والدافع الثالث هو تحديثها للأخبار والمعلومات أولاً بأول، وهذه النتيجة تؤكد على حقيقة أن الصحافة الإلكترونية اليمنية لا تقوم بتحديث الأخبار والمعلومات على مدى 24 ساعة.

7- وافقت 32% من المبحوثين على أن الصحافة الإلكترونية تشكل تهديدا حقيقيا لاستمرارية الصحف

الورقية اليومية، فيما يرى 24% بأنها تشكل تهديد حقيقيا إلى حد ما، ورفض 44% من المبحوثين

فكرة أن تكون الصحافة الإلكترونية تشكل تهديدا حقيقيا لاستمرارية صدور الصحف الورقية في

الوقت الزاهن، ويمكن أن يعود ذلك إلى سبب التحديات التي تواجه متصفح مواقع الصحافة الإلكترونية.

8- يرى 39% من المبحوثين بأن مواقع الصحافة الإلكترونية قلصت من دور الرقيب الحكومي على الصحف الورقية اليومية، مما يرى 28% من المبحوثين بأنها قلصت دور الرقيب الحكومي أحياناً، ورفض 34% من المبحوثين بأن تكون الصحافة الإلكترونية قد قلصت من دور الرقيب الحكومي على الصحف الورقية، والدليل على ذلك حتى المواقع الإلكترونية تتعرض لتوقيف الخدمة والاختراق المعتمد من مزودي الخدمة في الجهات الحكومية.

الدراسة الخامسة: دراسة محمود عطا الله (2016)¹

جاءت الدراسة بعنوان "اتجاهات طلبة كليات الإعلام في غزة نحو متابعة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية"، وهي عبارة عن أطروحة بكالوريوس في الإعلام والاتصال جامعة فلسطين، حيث هدفت هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات طلبة كليات الإعلام في غزة نحو متابعة الصحف الإلكترونية، والتعرف على آراء طلبة كليات الإعلام نحو ما تقدمه الصحف الإلكترونية من محتوى، كذلك معرفة مدى إقبال طلبة الإعلام بغزة نحو متابعة الصحافة الإلكترونية وتوفير المعلومات عن ذلك لكي يستفيد منها الباحث والدارسين في أبحاثهم ودراساتهم المستقبلية، إضافة إلى الكشف عن مصداقية المعلومات المبذولة في الصحف الإلكترونية من وجهة نظر طلبة الإعلام بغزة ومدى اعتمادهم عليها، ومعرفة أكثر الصحف الإلكترونية إقبالاً وتفضيلاً لدى طلبة كليات الإعلام وأسباب تفضيل تلك المواقع عن غيرها.

أجريت الدراسة الميدانية على مستوى كليات الإعلام في كل من جامعة فلسطين، جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة القدس المفتوحة، على عينة عشوائية قوامها 25 طالب من كل كلية بمختلف مستوياتهم للعام الدراسي 2016، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج المسح الميداني بهدف التعرف على حجم الجمهور الذي يتعرض للصحافة الإلكترونية، معتمدين في الدراسة على الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في ما يلي:

1- كشفت الدراسة أن 44% من أفراد العينة يطلعون على الصحف الإلكترونية الفلسطينية، وهذا يدل على وجود متابعة جيدة للصحف الإلكترونية الفلسطينية بأنواعها، وأن مجال التخصص له اهتمام كبير بما يتعلق باتجاهات الطلبة.

¹ أمين ناصر محمود عطا الله، اتجاهات طلبة كليات الإعلام في غزة نحو متابعة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، أطروحة بكالوريوس (منشورة)، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة فلسطين، غزة، 2016.

- 2- كشفت الدراسة أن 26% من الذين يطلعون على الصحف الإلكترونية الفلسطينية يعتقدون أنها تلبية رغباتهم واتجاهاتهم، بينما 54% منهم قالوا أنها تلبية احتياجاتهم ورغباتهم أحياناً، وهذا دليل أنه يسود اعتقاد لدى المبحوثين بأن تلك الصحف لا تلبية احتياجاتهم بالشكل المطلوب.
- 3- أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين يطلعون على الصحف الإلكترونية الفلسطينية يومياً بأوقات غير محددة، وهذا يدل على أنها مهمة لهم.
- 4- أكدت الدراسة أن 46% من الذين يطلعون على الصحف الإلكترونية الفلسطينية يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات بدرجة متوسطة، وهذا يدل أن درجة الاعتماد في الحصول على المعلومة بتلك الصحف محدودة.
- 5- هناك درجة متوسطة من الثقة للطلبة في الصحافة الإلكترونية.
- 6- بينت الدراسة وجود اختلاف واضح في سبب دوافع الاطلاع على النسخة الإلكترونية من الصحف الفلسطينية.
- 7- أوضحت الدراسة أن هناك درجة من عدم التفاعل الكامل مع الصحف الإلكترونية الفلسطينية، وهذا يدل على أن الطلبة المبحوثين يهتمون بقراءتها ومتابعتها فقط دون التفاعل معها.
- 8- بينت الدراسة أن أكثر من نصف الطلبة المبحوثين الذين يطلعون على الصحف الإلكترونية الفلسطينية يتفاعلون معها من خلال الكتابة التعليق على الأخبار، وهذا يدل على أن الأخبار هي صاحبة الاهتمام الأكبر من الفنون الأخرى.
- 9- كشفت الدراسة أن قرابة نصف الطلبة المبحوثين يعتقدون أن الصحف الإلكترونية الفلسطينية تتميز عن الصحف المطبوعة بسهولة الاطلاع، وهذا يدل على أن الطلبة المبحوثين يبحثون عن بدائل أسهل وأوفر للحصول عن المعلومة.

الدراسة السادسة: دراسة حميدان (2018)¹

جاءت الدراسة بعنوان "تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية" جامعة الجزائر، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف عن دوافع وأسباب قراءة الشباب الجزائري للصحف الإلكترونية، ومعرفة معدل قراءة الشباب الجزائري للصحف الورقية قبل وبعد استخدام الصحافة الإلكترونية، كذلك التعرف على انعكاسات الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة من

¹ سلمى حميدان، بدر الدين حميدان، تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية، مجلة علمية محكمة تصدر عن المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ع 05، 2018، ص ص 184 - 198.

خلال وجهة نظر الشباب الجزائري، وهذه الدراسة تم حصرها على الشباب الجزائري نظرا لكثرة عددهم ولصعوبة حصرهم ثم الاقتصار على مجموعة منهم، وذلك بالاعتماد على عينة قوامها 50 مفردة من الجنسين، معتمدين على العينة العشوائية والمنهج الوصفي.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج ونوجزها في ما يلي:

1- كشفت الدراسة أن نسبة 74% من عينة الدراسة أحيانا ما يقرؤون الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت.

2- بينت الدراسة أن نسبة 46.96% من العينة يرجعون سبب قراءتهم للصحف الإلكترونية كونها تواكب التطور التكنولوجي وتمثل نافذتهم على العالم، حيث مكنتهم من الاطلاع على كل ما هو جديد، في حين أرجحت نسبة 36.36% منهم السبب لكونها تتيح مميزات أفضل من خلال فتح باب المناقشة والحوار وإبداء الرأي حول القضايا المطروحة.

3- أفادت النتائج أن نسبة 58% من المبحوثين كانوا أحيانا ما يقرؤون الصحف الورقية قبل استخدام الإلكترونية، في حين بلغت نسبة القارئ المنتظمين 34%، أما باقي المبحوثين فلم يكن لديهم أدنى اهتمام بقراءة هذه الصحف.

4- بينت الدراسة أن معدل قراءة العينة للصحف الورقية بعد استخدام الإلكترونية قد تغير ولم يعد منتظم، مبررين ذلك في ضيق الوقت ووجود البديل الأسهل في الصحف الإلكترونية، في حين ذكرت نسبة 38% منهم أن معدل قراءتهم للصحف المطبوعة لم يتغير كونهم لا يستطيعون الاستغناء عنها.

5- أفادت الدراسة أن 60% من المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية ستؤثر على مستقبل المطبوعة، كونها تتيح لهم إمكانية أفضل من هذه الأخيرة، كما أنها تقدم لهم بديل أسهل في التصفح موفرة المال والجهد، ويذكر 40% منهم أنها تؤثر عليها وسيبقى الطابع الكلاسيكي للجريدة سائدا رغم ما قد يحدث من تطور لأنها أفضل للعين ويمكن حملها في أي مكان.

6- أما عن درجة تأثير الصحف الإلكترونية على مستقبل نظيرتها الورقية، فقد ذكر أغلب المبحوثين نسبة 48% أن الإلكترونية ستكون عاملا مساعدا في تطوير الصحف الورقية، وذكرت نسبة 32% منهم أن الصحف الإلكترونية ستكون أكثر جاذبية بما تتوفر عليه بمزايا، في حين يرى 20% منهم أن مستقبل الصحف الإلكترونية مهدد بالزوال.

التعليق العام:

الدراسة الأولى، نجد أنها تشترك مع دراستنا في كونها تهتم بجمهور الصحافة الإلكترونية فقط وهو نفس متغير دراستنا، ويكمن الاختلاف دراستنا تهتم بالصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجمهور عن الصحافة الورقية، كذلك من حيث العينة فدراستنا تعتمد على العينة القصدية بينما هذه الدراسة اعتمدت على العينة الحصصية أكيد لأن نوع العينة مرتبط بطبيعة كل دراسة، كذلك هذه الدراسة ساعدتنا في جانبها النظري، كونه ثري بالمعلومات التي تفيدنا في دراستنا، فيما يخص الفصل المتعلق بجمهور الصحافة الإلكترونية وبذلك فقد كانت تمهيد لإثراء رصيدنا المعلوماتي حول هذه الوسيلة.

وسيتم الاعتماد على هذه الدراسة خصوصا في الجانب التطبيقي، أين تساعدنا في تصميم الاستمارة، في الرغم من أنها طبقت على الصحفيين، إلا أن نتائجها ستكون حافزا لبدء دراستنا التي تعنى برصد توجهات الجماهير نحو استخدام الصحف الإلكترونية وعزوفهم عن الصحف الورقية.

أما فيما يخص الدراسة الثانية، فهي تشترك مع دراستنا في أنها ركزت على معرفة اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، وأهم الأسباب التي تجعل الطلبة الجامعيين أكثر إقبالا على الصحيفة الإلكترونية وعزوفهم عن الصحيفة الورقية، وهو ما ارتأينا أن نوضحه في دراستنا، لكن يكمن الاختلاف من خلال تحديدهم للجمهور وهو الطلبة الجامعيين، بينما دراستنا ركزت على الجماهير عامة دون تحديد الفئة المتعامل معها، والتركيز على الجمهور المستخدم للصحافة الإلكترونية فقط بغض النظر عن نوعه، وسوف يتم الاعتماد على هذه الدراسة خصوصا في الجانب التطبيقي، التي تكون نتائجها دعامة لنتائج دراستنا.

وبالنسبة للدراسة الثالثة، وان كانت لا تتدرج ضمن الدراسات السابقة بصفة تامة، غير أنها تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من دراستنا، فهي تشترك مع دراستنا من خلال تناولهم لخاصية التفاعلية في الصحافة الإلكترونية التي اعتمدنا عليها في الشق التطبيقي، التي ممكن أن تكون الخاصية الأساسية لعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، وذلك بالاعتماد على العينة القصدية نفس عينة دراستنا، ولكن تختلف مع دراستنا من خلال تركيزهم على خاصية التفاعل في الصحافة الإلكترونية، ونحن ركزنا عليها كسبب أساسي يؤدي بالجماهير للعزوف عن الصحافة الورقية.

فيما نجد الدراسة الرابعة، تشترك مع دراستنا من حيث متغيرات الدراسة والهدف من هذه الدراسة، وذلك من خلال معرفة مدى مقروئية الصحف اليومية اليمينية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، واهتمام الجمهور اليمني بمتابعة الصحف الورقية والإلكترونية، وذلك بالاعتماد على العينة القصدية نفس عينة

دراستنا، فبرغم من أنها طبقت على المجتمع اليمني إلا أن نتائجها سوف تكون قريبة من دراستنا، وبالتالي تساعدنا في نتائج الدراسة.

وفي الدراسة الخامسة، نجد أنها تشترك مع دراستنا من خلال معرفتهم لاتجاهات الطلبة نحو متابعة الصحف الإلكترونية، وآراءهم حول ما تقدمه من محتوى، إضافة إلى مدى إقبالهم عليها ومصداقية معلوماتها كلها عناصر تساعدنا في القيام ببحثنا، لكن الاختلاف يكمن في علاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة العشوائية عكس دراستنا التي اعتمدت على العينة القصدية.

وأخيرا الدراسة السادسة، التي تشترك مع دراستنا من حيث مقروئية الصحف الورقية والإلكترونية، وتناولها لأسباب استخدام الصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مستقبل الصحافة الورقية، لكن يكمن الاختلاف في أن هذه الدراسة تناولت هذا الموضوع من حيث التأثير، أي تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحف الورقية، بينما دراستنا من جانب علاقة الصحيفة الإلكترونية بعزوف الجماهير عن الصحف الورقية.

سادسا- مفاهيم الدراسة:

ينطوي أي بحث أو دراسة سوسيلوجية على مجموعة مفاهيم ومصطلحات علمية، تتطلب من الباحث تحديدها تحديدا دقيقا حتى يسهل فهم دلالتها العلمية واللغوية والاصطلاحية، وكما هو معلوم فان موضوع الدراسة يدور حول "الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية"، ومن ثمة فانه من المهم قبل الخوض في معالجة هذا الموضوع ، تحديد المفاهيم الأساسية التي يتضمنها هذا الأخير لتوضيحها وبيان حدود استخدامها في إطار العمل الراهن ويمكن حصر هذه المفاهيم فيما يلي:

1- مفهوم الصحافة الورقية:

الصحافة لغة، مشتقة من الصحف، الصحيفة، يقصد بالصحيفة في قاموس المحيط الكتاب جمعها صحائف، وصحفي من يخطئ في قراءة الصحفية والخطأ في الصحيفة.¹

وفي معجم الوسيط الصحيفة هي إضمامة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة وجمعها صحف وصحائف.²

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزبادي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، مصر، 2008، ص 160.

² معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، مطابع دار المعارف، ط2، ج1، مصر، 1982، ص 508.

وجاء في "المصباح المنير" أن الصحيفة قطعة من جلد أو قرطاس كتب فيه.¹ أما الصحافة الورقية اصطلاحاً، هي إحدى الأدوات الأساسية للإعلام التي تعمل على نشر الوعي والمعرفة لكل الجماهير.

حيث يعرفها "قاموس أكسفورد" على أنها شيئاً مرتبطاً بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات²، أي أن الصحافة من هذا المنظور ترتكز على طبع الأخبار ونشرها ليستفيد منها الجمهور بصفة دائمة. فالصحافة الورقية هي مهنة ورسالة، تصنع حياة الأمم نفسياً واقتصادياً وسياسياً وفكرياً، هي صوت يخاطب الرأي العام كما أنها قوة مؤثرة تستمد فعاليتها من قوة الكلمة التي تستقر في الأذهان والعقول³، في هذه الفكرة نجد أن الصحافة الورقية هي مهنة، ورسالة تقدم للمواطنين، يتم من خلالها صناعة حياة الأفراد في كل المجالات، نظراً لقوة كلمتها المسموعة ومكانتها في عقول الجماهير.

كما تعرف أيضاً أنها تلك الدوريات المطبوعة والتي تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد متقاربة أو متباعدة، تستهدف خدمة المجتمع، وتمتد الصحافة الرأي العام بأكثر الأحداث الحالية وذلك في سلسلة قصيرة ومنتظمة⁴، بناء على هذا المفهوم يتضح أن الصحافة الورقية عبارة عن مطبوعات منتظمة وثابتة في شكل نسخ، هدفها خدمة المجتمع وتزويد الجماهير المتفاعلة بكل ما هو جديد وأني.

ونجد الصحافة الورقية من منظور آخر أنها ظاهرة اجتماعية لا يمكن بدونها تصور حياة المجتمع من الحضارة البشرية، وهي حاجة ضرورية لكل مجتمع ودولة خاصة في قرن العشرين، لأنها صارت جزءاً لا يتجزأ من البنيان الاجتماعي والسياسي ووسيلة هامة في تكوين الرأي العام، ومنبراً معبراً عنه وجهاز فعال لمعالجة قضايا المجتمع الملحة والعمل على حلها⁵، ولا يختلف هذا المفهوم عن سابقه في تعريف الصحافة لكنه أضاف عنصر أساسي لمهام الصحافة، ورأى أنها لا تكتفي فقط بسرد الأخبار للجماهير بل تقوم بمعالجة القضايا والبحث عن حلول لها، باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من البنية الاجتماعية والسياسية

¹ - أحمد بن محمد علي الفيومي، معجم المصباح المنير في عرنب الشرح الكبير، المكتبة العلمية، دون سنة، ص 334.

² - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1998، ص 37.

³ - طلحت همام، موسوعة الإعلام والصحافة، دار الفرقان للنشر، ط2، الأردن، عمان، 1988، ص 5.

⁴ - محمود عبد الرحمان، الصحافة الزراعية والتعاونية في مصر "الواقع والمستقبل"، مركز عمر لطفي للتدريب التعاوني الزراعي، سلسلة التثقيف التعاوني، مصر، ع 11، 1990، ص 13.

⁵ - عدنان أبو فخر، الصحافة السورية بين النظرية والتطبيق، دار الكاتب العربي، دمشق، سوريا، 1985، ص 51.

لكل مجتمع ودولة، فهناك عدة مصطلحات للصحافة الورقية منها الصحافة التقليدية، الصحافة المكتوبة، الصحافة المطبوعة أو النسخ الوافي.

مما سبق ذكره، نجد أن الصحافة الورقية هي وسيلة مهمة لسرد المعلومات للجماهير، وتقوم بالاستجابة للرأي العام وتوجيهه، لتعبر عما يجري في العالم ويهم الجمهور المتلقي، بنشر الأخبار في مختلف المجالات وهدفها خدمة المجتمع عن طريق الوظائف العديدة التي تقوم بها.

2- مفهوم الصحافة الإلكترونية:

تعرف الصحافة الإلكترونية اصطلاحاً، أنها الصحافة التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية وغيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصداراً إلكترونية لصحيفة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليس لها إصدار مطبوعة ورقية، أو صحيفة عامة أو متخصصة، أو كانت تسجيلاً دقيقاً لنسخة ورقية أو ملخصات للمنشور بها لظالماً أنها تصدر بشكل منتظم¹، من خلال هذا المفهوم يتضح أن الصحافة الإلكترونية هي نسخة للصحافة الورقية لكن في شكل إلكتروني عبر شبكة الانترنت، إما تكون مطبوعة بنسخة إلكترونية أو تكون مطبوعة فقط، إما مطابقة للورقية أو ملخص لها فقط، فيكون الاختيار للجمهور إما متابعة الأخبار إلكترونياً أو ورقياً.

ونجد أيضاً أن الصحافة تنطبق عليها مواصفات الصحيفة اليومية المطبوعة لجهة وتيرة الصدور، ولجهة تنوع المواضيع بين السياسة والثقافة الاجتماعية والرياضة، ولجهة تنوع شكل المادة الصحفية بين الخبر، المقابلة، التحليل، المقالة، لكن أهم ما يميزها عن الصحيفة المطبوعة هو توافر المادة الصحفية على شكل نص إلكتروني يمكن البحث عنه وتحريره من جديد واسترجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحفية جديدة، ومن المزايا الأخرى سرعة الوصول إلى مادة صحفية بأكثر من طريقة²، من خلال هذا المفهوم يتضح أن الصحافة الإلكترونية لها نفس سمات الصحافة الورقية لكن تختلف عنها من حيث النشر باعتبارها إلكترونية وتحمل مادية صحفية جديدة يمكن الاستفادة منها في كل وقت.

ومن منظور آخر يرى "السماق" أن الصحافة الإلكترونية هي النصوص المنشورة على الانترنت والتي تكون بدورها مرتبطة بنصوص أخرى، والنشر التلقائي أي قدرة أي شخص على نشرها يخطر له من

¹- سعيد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية "دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، مصر، 2001، ص 213.

²- عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، مجلة العربي، الكويت، ع 55، 2004، ص 32.

أفكار أو موضوعات بشكل مباشر وفوري على الانترنت¹، أضاف هذا التعريف مصطلح أساسي للصحافة الإلكترونية وهي كلمة نشر تلقائي أي كل فرد يستطيع نشر أي معلومة أو فكرة بطريقة مباشرة وفورية.

وحسب "الموسوعة الإلكترونية" فإن الصحافة الإلكترونية نوع من الصحافة تستعمل الوسائط الإلكترونية نشر مادتها الصحفية أغلبها ظهر نتيجة اعتماد الصحافة الكلاسيكية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة رغبة في تحسين أدائها أولاً ثم فتح مجال أوسع للانتشار²، انطلاقاً من هذا المنظور نجد أن الصحافة الإلكترونية ظهرت نتيجة اعتماد الصحافة التقليدية على التكنولوجيا الحديثة من أجل تحسين مهامها وسرعة انتشارها لكافة الجماهير.

سميت الصحافة الإلكترونية في الدراسات الإعلامية بأسماء عديدة منها، الصحافة الفورية، الصحافة الرقمية، الصحف التفاعلية، الصحف اللاورقية، الصحف الافتراضية.

ومنه، فإن الصحافة الإلكترونية هي الصحافة التي تعتمد على قدرات الحاسبات الإلكترونية وشبكات الاتصال من أجل النشر، سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية، فهي مهنة تقوم بنقل الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي وتساعد الناس على تكوين الآراء حول الشؤون الجارية.

3- مفهوم الجمهور:

الجمهور أو الجماهير لغة، هم جماعة القوم، معظم كل شيء، معظم القوم وأشرفهم³. الجمهور يطلق على القطعة من العامة، ويقال للمجموع جماهير، فقد صح إطلاقه على طائفة خاصة⁴. الجمهور اصطلاحاً، هو مجموعة من قراء صحيفة ومستمعي حصة إذاعية ومشاهدي برنامج تلفزيوني أو جملة قراء ومستمعي ومشاهدين لرسائل إعلامية⁵، من هنا يتضح أن الجمهور هو جماعة تتشأ استجابة لنشاط إعلامي كان وسيلة إعلامية أو مضموناً إعلامياً معيناً.

ويشير مصطلح الجمهور في "بحوث الإعلام والاتصال" إلى أفراد وجماعات غير معروفين بالنسبة لوسائل الإعلام التي تتوجه إليهم برسائلهم، ويشير المعنى الأصلي للمصطلح إلى اقتصاره على مجموعة

¹ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2013، ص 140.

² - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2014، ص 10.

³ - المنجد الأبدى، معجم دار المشرق، ط5، لبنان، 1966، ص 336.

⁴ - عدنان أبو مصلح، مصطلحات علم الاجتماع، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2015، ص 325.

⁵ - نصيرة عقي، جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات والإشباع، دار البلدية للنشر، عمان، الأردن، 2015، ص 37-38.

من المستمعين الذين يشملهم الأداء المسرحي ولكنه جمهور عام¹، والمقصود هنا أن الجمهور هو مجموعة من الأفراد غير معروفين مختلفين، توجه لهم رسائل إعلامية تحمل مضامين مختلفة.

وفي تعريف آخر الجمهور هو جماعة من الناس متشابهة الاهتمامات تقريبا ومقاربة الثقافة، وتتجمع في مكان واحد لهدف واحد²، من هذا المنطق، يتضح أن الجمهور له نفس الثقافة والاهتمامات والهدف بغض النظر عن الجنس والسن والمستوى التعليمي.

وعليه، فإن الجمهور هو مجموعة من الأشخاص تتشأ استجابة لنشاط إعلامي، ويكون متلقي للرسالة الإعلامية إما سلبيا أو إيجابيا وذلك يكون عن بعد.

4- مفهوم الجمهور الإلكتروني:

هو مجموعة من الأشخاص الذين يتدخل الإلكتروني بأي شكل من الأشكال في تقديم أو تسهيل تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائط الإعلامية، بما فيها وسائل الإعلام التقليدية التي تستعمل شبكة الانترنت للتوزيع الإلكتروني³، من هذا التعريف يتبين أن الفرق بين الجمهور والجمهور الإلكتروني يكون من خلال الوسيلة الإعلامية، فالجمهور يكون كلاسيكي في تعرضه للمضامين الإعلامية من إذاعة، تلفزيون وغيرها أما الجمهور الإلكتروني يعتمد على التكنولوجيا لتسهيل تعرضه للرسائل الإعلامية مثل الانترنت.

5- مفهوم العزوف:

جاء في "معجم الوسيط" العزوف لغة عزفت نفسه عن الشيء عزوفا، انصرفت عنه وزهدت فيه فهو وهي عزوف، يقال هو عزوف عن اللهو، لا يشتهي، فالعزوف هو الامتناع والاجتناب والملل واليأس والزهد⁴.

يمكن تعريف العزوف اصطلاحا على أنه: ... الامتناع عن التفاعل والعمل أو العزوف عن فعل شيء معين⁵.

ومنه نستنتج أن مفهوم العزوف بالنسبة لموضوع الدراسة، هو امتناع واجتناب الجماهير عن الصحافة الورقية وتفضيلهم للصحافة الإلكترونية وهذا راجع لأسباب مختلف

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

²- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1989، ص 43.

³- المجلس الدولي للغة الفرنسية، قاموس الصحافة والإعلام، ترجمة: مصطفى حسين وآخرون، دار لبنان، لبنان، 1991، ص 90.

⁴- أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، عالم الكتب، بيروت، لبنان، 2008، ص 334.

⁵- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، المطبعة الأميرية، القاهرة، مصر، 1326، ص 430.

6- مفهوم الانترنت:

يعرف الانترنت "الكسيبي" بأنها مجموعة من الشبكات المعلومات التي تعتبر من أهم شبكات المعلومات في العالم، فهي مجموعة شبكات متصلة بعضها البعض، وتسمح بتبادل المعلومات في العالم بكل حرية بين شبكات الكبرى وحتى أصغر الشبكات الخاصة والشخصية¹، مما سبق ذكره يمكن القول، أن هذه الشبكة لها خدمات متعددة تضم أصنافا عديدة من المستخدمين وأغراض متنوعة في مجال الأبحاث وأحداث الساعة، والاقتصاد والتربية والتعليم وغيرها من هذه الخدمات المفتوحة للجميع، ويكفي أن يكون هناك جهاز حاسوب صغير ومحول (مودم) وهاتف واشترك عند المزود حتى يصبح الارتباط بشبكة الانترنت ممكنا.

وهناك من يرى أن الانترنت عبارة عن استغلال متقدم للحاسب الآلي مرتبط من خلال الاتصالات الدولية مع وجوب توافر تقنية خاصة، وهي شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم ومرتبطة بعضها بعض عن طريق خطوط الهاتف أو عن طريق الأقمار الصناعية بحيث يمكن مشاركة المعلومات فيما بين المستخدمين عن طريق بروتوكول موحد يسمى بروتوكول تراسم الانترنت.²

¹- سعادت جودت أحمد، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن، 2007، ص 67.

²- محمد علي شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مكتبة الشعاع، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 228.

خلاصة

من خلال عرض الإطار العام للدراسة تم التوصل إلى أهم المصطلحات المرتبطة بموضوع البحث وهو "الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية"، كما أوضحت أهم الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع ثم عرض الأهداف التي أسعى إليها مع الإلمام بأهمية هذه الدراسة، ثم تطرقت إلى أهم الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالدراسة الحالية، والتي تعد محورا هاما في أي بحث علمي، فمن شأنها أن توضح بعض الغموض وتوجه الباحث توجيهها ايجابيا.

الفصل الثاني: الصحافة الورقية، النشأة والتطور

تمهيد.

أولاً- مدخل إلى الصحافة الورقية.

1- نشأة الصحافة الورقية.

2- مظاهر تطور الصحافة الورقية.

3- الصحافة الورقية والاتصال.

ثانياً- أساسيات الصحافة الورقية.

1- خصائص الصحافة الورقية.

2- أنواع الصحافة الورقية.

3- مبادئ وضوابط الصحافة الورقية.

4- وظائف الصحافة الورقية وأهميتها.

ثالثاً- تاريخ الصحافة الورقية في الجزائر.

1- الصحافة الورقية في الجزائر قبل الاستقلال.

2- الصحافة الورقية في الجزائر بعد الاستقلال.

3- الصحافة الورقية في الجزائر في ظل الظروف الراهنة.

خلاصة

تمهيد

تعتبر الصحافة الورقية من بين أهم المؤسسات الإعلامية التي تقوم بالنقاط مختلف الوقائع والأحداث وإيصالها إلى جمهورها في شكل مادة إعلامية، فلها دور مهم في توجيه المجتمع إلى القضايا الأساسية التي تهتمه في مختلف المجالات، فهي صنفت على أنها السلطة الرابعة ولكن في الدول المتقدمة، ومع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام فقد أصبحت الصحافة الورقية تمثل سلطة أولى تتحكم في باقي السلطات، وأرعبت الحكام والمسؤولين في الدول التي تصدر فيها، وعبر حقبات زمنية مختلفة فرضت مكانتها كنمط اتصالي في غاية الأهمية.

فالصحافة الورقية تعد الوسيلة الإعلامية الأقدم والأكثر تأثيرا على الرأي العام، لما لها من جاذبية ومساحة واسعة للتعبير، كما أن إقبال النخبة عليها يعطي لها فرصة لإيصال مختلف الرسائل إلى كافة شرائح وفئات المجتمع، فقد كان للصحافة الورقية تاريخ طويل في مسيرة تطورها وهذا ما جعلها تحافظ على مكانتها رغم الوسائل الإعلامية التي ظهرت بعدها.

وهذا ما سيتم التطرق له في هذا الفصل، من خلال الرجوع إلى الأصول التاريخية لظهور الصحافة الورقية، ومعرفة العوامل التي مهدت لظهورها خاصة في الجزائر وساهمت في تطورها، وبذلك أعطتها أهمية كبيرة تتبع من خصائصها وسماتها، ومع هذا النمو والتزايد في الأهمية الذي يفترض أن ينعكس على وظائفها في المجتمع ومختلف تصنيفاتها، فإن الضرورة المعرفية تقتضي البحث في المراحل التاريخية التي مرت ولازالت تمر بها الصحافة الورقية في الجزائر والتوصل إلى استخلاص أهم صفاتها ومميزاتها.

ومن هذا المنطلق، سوف يتم تناول في هذا الفصل، بداية بمدخل للصحافة الورقية لمعرفة نشأتها ومظاهر تطورها وعلاقتها بالعملية الاتصالية، وثانيا أساسياتها لمعرفة خصائصها وأنواعها والمبادئ والضوابط التي تقوم عليها، وأهم الوظائف التي تقوم بها وأهميتها داخل المجتمع، وأخيرا التطرق إلى أهم عنصر وهو تاريخ الصحافة الورقية في الجزائر، بداية بظهورها قبل الاستقلال (الصحافة الاستعمارية وصحافة أحباب الأهالي والصحافة الأهلية وجمعية العلماء المسلمين)، ثم الصحافة بعد الاستقلال (التي تمر بمراحل من 1962 إلى يومنا هذا)، وأخيرا الصحافة الورقية في ظل الظروف الراهنة.

أولاً- مدخل إلى الصحافة الورقية:

1- نشأة الصحافة الورقية:

ترتبط العملية الاتصالية ارتباطاً وثيقاً بالطبيعة البشرية، لذلك فإن العملية الاتصالية تعتبر ضرورة من بين الضروريات التي يمارسها الإنسان يوميا وباستمرار، محاولة منه للاندماج داخل المجتمع ومعرفة كل ما يجري حوله من أحداث تخص الحياة الإنسانية، والصحافة بهذا المعنى ليست وليدة الصدفة وإنما موجودة منذ القدم بمسميات أخرى وبوسائل وطرق مختلفة عما هي عليه حديثاً، وإذا كان معنى الصحافة رواية الأخبار وعرضها على الجمهور، فإن النقوش الحجرية التي حملت تاريخ الأمم في الحضارات القديمة، كمصر والصين والعرب الجاهليين وغيرهم من الأمم العريقة تعتبر صحافة، إلا أن المختصين لا يعتقدون أن هذه الأخبار التي كانت تنقش على الحجر أو تكتب على ورق البردي تعتبر صحافة بالمعنى الذي نفهمه اليوم، ففي القديم استخدم الإنسان لحاء النباتات وقشور جذوع الأشجار والألياف النباتية لصنع رقائق مسطحة متجانسة باستخدام وسائل يدوية ميكانيكية من الحجر والصخور وكبسها لفترة زمنية محددة، فأخذ الإنسان يوجه رسائله إلى الآخرين مكتوبة أو مرسومة على هذه الرقائق التي عرفت باللفافات المكتوبة، وظلت هذه الطريقة سائدة إلى أن جاء الفراعنة وصنعوا الورق لأول مرة من نبات البردي، ومن ثم بدأت صناعة الورق بشكل يدوي منزلياً وعبر ورش مجتمعية حرفية، ثم انتقلت صناعة الورق إلى معامل صغيرة محلية ثم تدرجت إلى مصانع كبيرة عملاقة.

ولقد ظهرت الصحافة الورقية تاريخياً في الإمبراطورية الرومانية، واعتبرت أقدم صحافة في التاريخ، حيث كان الرومان يصدرون صحفاً مكتوبة تعلق في أماكن محددة ليطلع عليها عامة الناس، ويقوم موظفون بقراءتها لإيصال محتواها، وكانت أشهر هذه الصحف صحيفة (Acta Diama) التي كانت تهتم بالأخبار العامة، وصحيفة (Acta Senatus) التي كانت تهتم بنقل أخبار مجلس الشيوخ الروماني ونصوص خطب أعضائه ومناقشاتهم وصحيفة (Acta Public) وكانت الأكثر انتشاراً بسبب اهتمامها بالشؤون المالية والاجتماعية، فعرفت الصحافة في عصر النهضة تطوراً مرتبطاً بالعمل التاريخي والتقني الاقتصادي، فتاريخياً نجد أنها تكونت طبقة جديدة عرفت باسم "البورجوازية"، التي كانت تريد أن تعرف على وجه السرعة أهم التغيرات التي تحدث في بلادهم وفي العالم، وكان أثر ذلك تحرر العقول واتساع مجال البحث والنقد فكان لا بد لهذه الأفكار أن تنتشر وتذاع على الناس، فظهرت الحاجة إلى الصحافة

لكن رغم هذا الحدث التاريخي المهم، لم يكن كافياً لخلق الصحافة دون اختراع "جوتنبرغ" المطبعة وإنشاء مرفق البريد الذي ارتبط ارتباطاً وثيقاً بالصحافة ومشى معها جنباً إلى جنب.¹

وهكذا يتضح أن ظهور الصحافة الورقية عاصر نهضة علمية وفكرية واقتصادية، بدأت بالتغير من الأوضاع الاجتماعية التي كانت سائدة، ونجد تطور الصحافة الورقية مرتبط بتطور الطباعة التي أثرت على الجانب التقني والجمالي للجريدة، إضافة لتحسن وسائل النقل والمواصلات، الأمر الذي حقق قدراً من الأمن والسرعة الكبيرة في الانتشار، إضافة إلى وكالات الأنباء التي ساعد ظهورها في جمع الأخبار والمعلومات، كلها عوامل ساهمت في ازدهار الصحافة الورقية.

وقد بدأت الصحافة الورقية الحديثة بإيطاليا ثم إنجلترا وتوالت بعدها في ألمانيا ثم فرنسا، حيث كانت توجه إلى النبلاء ورجال الأعمال والسياسة، فأول صحيفة تم طباعتها كانت سنة 1566م في مدينة "البندقية" هي "جازيته"، ثم ظهرت أسبوعية "جازيتات" سنة 1609م في ستراسبورغ وفي عدد من المدن الألمانية، ثم توالت الصحف المطبوعة في مدن أخرى منها: بال سويسرا، فيينا، النمسا، فرانكفورت، برلين، أمستردام، وبداية من القرن 17 ولكون الطلب أصبح بكثافة على هذه الصحف، فقد تم إصدار الكثير من الصحف في البلدان الأوروبية المختلفة وبشكل أسبوعي، حيث صدرت في سنة 1669م أول مجلة أسبوعية فرنسية (le journal de Scavan) التي كانت تحمل في مضامينها للاكتشافات العلمية، ثم بدأت تظهر بعدها المجلات الأسبوعية في مختلف العلوم، وفي القرن 18م كانت جميع الأسبوعيات تصدر بصفة رسمية تحت الرقابة، حيث كانت تتضمن الأخبار الخارجية بالأخص.²

وبالتالي فإن تأخر ظهور الصحافة في فرنسا يعود إلى الرقابة الشديدة، حيث ظهرت أول صحيفة يومية سنة 1777م "جورنال دي باري"، وفي إنجلترا ظهرت جريدة "دايلي كوارت" سنة 1792م، حيث تعد هذه الخطوة البدايات الأولى كمؤشر لظهور الصحافة، فبعد هزيمة "تابليون الأول" ونفيه سنة 1815م تولى الملك "لويس الثامن عشر" حكم فرنسا، وكان قد تعهد بأن يحترم الصحافة حيث أكدت المادة الثامنة من العهد الذي منحه للفرنسيين هذا الوعد، ولكنه ما لبث أن نفذه، فأعاد الرقابة على الصحف وأقام نظام الترخيص المسبق على الرغم من احتجاج الأحرار الذي كان على رأسهم "شاتوبريان" الكاتب الفرنسي على الضغط الممارس ضد حرية الصحافة في عهد الملك "شارل العاشر" وأدى ذلك إلى انفجار ثورة يوليو 1830م التي أطاحت بأسرة "البوربون" لتحل محلها أسرة "الأورليان" وقد أجلس

¹ خليل صابات، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2001، ص ص 57-58.

² إبراهيم فؤاد الخصال، الصحافة المتخصصة، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2012، ص 25.

الفرنسيون على عرش بلادهم الملك "لويس فيليب دورليان"، الذي بادر بإلغاء الرقابة على الصحف فزاد عددها وازدهرت، ولكن هذه الحرية لم تكن السبب الوحيد لهذا الازدهار، فبين سنتي 1828م و1864م ارتفع عدد المثقفين في فرنسا إلى أكثر من 50%، بالإضافة إلى حركة العمران والتصنيع وتطوير وسائل النقل لتصبح الصحافة ظاهرة جماهيرية في فرنسا، حيث كان عدد قراء الصحف الفرنسية عام 1835م لا يزيد عن سبعين ألف ليرتفع بعد ذلك على مائتي ألف في أقل من عشر سنوات، وأخذت أعداد النسخ تزداد بلا توقف، وفي عام 1848م جاوز "لالبيرتيه" المائة ألف نسخة، وكان ذلك بعد اختراع طابعات سريعة تطبع في الساعة حوالي عشرين ألف نسخة.¹

وفي الو.م.أ، عرفت تأسيس صحافة المستعمرات الأوروبية في أمريكا، قبل سنوات من قيامها كدولة جديدة، إذ يرى الباحثان "ملفين. لديفلير" و"ساندرا روكيتش" أن صحف المستعمرات كانت توزع على الصفوة المتعلقة في شكل أوراق صغيرة وكتيبات كان محتواها ضعيفا، فإنها شكلت القاعدة لتطور نوع جديد من الصحف، وظهرت أول صحيفة في المستعمرات الانجليزية بأمريكا سنة 1690م وكانت شهرية تحت عنوان "بيليك" في مدينة "هبوستن"، أما أول جريدة مهمة في المستعمرات الانجليزية بأمريكا فهي جريدة "سلفانة" في "فيلاديلفيا"، كما ساهمت الاضطرابات السياسية التي شهدتها القرن 18م في تطور الصحافة باعتبارها وسيلة للتعبير عن الرأي، فضلا عن زيادة الإقبال عليها، أما في القرن 19م وبداية القرن 20 شهدت الصحافة تحولا وذلك بفضل التقدم التقني والاندماج الكامل للصحافة في الدوائر التجارية، بفعل الإعلانات الناجمة عن الليبرالية الاقتصادية، وقد كانت الليبرالية السياسية بالنسبة للو.م.أ خصوصا تمثل لبنة تطور الصحافة، فقد احتلت الإعلانات في بداية القرن 20م نصف مساحة الصحف، مما ساعد على ارتفاع عددها ومعدلات توزيعها مثلا: بلغ عدد الصحف التي صدرت في الو.م.أ 1662 صحيفة توزع 9 ملايين نسخة لترتفع معدلات توزيعها في عام 1910م إلى 24 مليون نسخة.²

إن التغيرات التي كانت تطرأ في مجال الصحافة الورقية أعطى لها قوة ونفوذ مما جعل منها سلطة رابعة، وذلك راجع إلى دخولها ميادين خاصة السياسية منها. وهكذا انتقلت الصحافة بفضل المطبعة من عصر الاتصال الشفوي ومحدودية انتقال المعلومة على انتشار عبر الصحف الورقية.

¹ - الفوزي محمد علي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2007، ص 63.

² - محمد الخطاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2003، ص ص 26-27.

أما في الوطن العربي فقد بدأت مع الشيخ نجيب الحداد، الذي أنشأ مع شقيقه "أمين الحداد" و"عبد بدران" صحيفة "لسان العرب" في الإسكندرية عام 1994م وكانت أسبوعية ثم أصبحت يومية، ثم نقل الصحيفة إلى القاهرة ثم أعيدت إلى الإسكندرية مرة ثانية، أما العرب الأقدمون فاستعملوا كلمة صحفي للدلالة على "الوراق" أي الذي يقوم بنقل الصحف وتوزيعها، والبعض الآخر أطلق عليها اسم نشرة مطبوعة تشتمل على أخبار ومعلومات وتتضمن سير وحوادث وملاحظات وانتقادات وتعبير عن مشاعر الرأي العام، وتصدر وتباع في أوقات محددة بشكل دوري وتعرض على الجمهور عن طريق الشراء أو الاشتراك الشهري أو السنوي، وقد بدأت الصحافة العربية في العقد الثاني من القرن 19م، حيث صدرت أول صحيفة عربية "جورنال العراق" في بغداد باللغتين العربية والتركية وذلك سنة 1816م بأمر من الوالي داوود باشا، وأول صحيفة عربية في مصر (الوقائع المصرية)، وصدرت باللغتين العربية والتركية، أسسها الوالي محمد علي في القاهرة سنة 1828م وكانت تصدر بالتركية ثم بالتركية والعربية وبعدها بالعربية فقط، وفي 1847م ظهرت صحيفة "المبشر" في الجزائر، ثم "الأنباء" اللبنانية عام 1858م، و"الرائد" في تونس عام 1860م، وطرابلس "الغرب" عام 1864م، و"سورية" عام 1865م، و"الصنعاء" عام 1879م، و"المغرب" عام 1899م، و"الحجاز" عام 1908م، ورغم الطابع الرسمي الذي صبغ النشأة الأولى للصحافة العربية، فإن هناك بعض الأقطار العربية كانت البداية الإعلامية فيها بداية موفقة مثل: لبنان، مصر، المغرب، وغيرهم.¹

ويمكن أن نقسم البداية الإعلامية في الوطن العربي إلى حقبتين زمنيتين، الأولى هي حقبة السيطرة الاستعمارية الأوروبية، والثانية هي حقبة الاستقلال.

بداية بالصحافة العربية أثناء السيطرة الاستعمارية الأوروبية، تأثرت حركة إصدار الصحف ونوعية القضايا الاجتماعية والفكرية والسياسية المطروحة بأساليب الصراع بين القوى الوطنية والسلطات الاستعمارية، وبالنمط الاستعماري السائد في كل منطقة في العالم العربي، وقد كان لهذه التغيرات آثارها المباشرة على الخريطة الإعلامية في العالم العربي، فنلاحظ أن منطقة المغرب العربي قد أفرزت واقعا إعلاميا يمثل خلاصة الصراع السياسي والاجتماعي والديني بين الشعوب العربية، وبين الاستعمار الفرنسي الذي اشتملت أساليبه بالقهر الثقافي والتحدي الديني والقومي لمقومات الشخصية العربية في تلك الدولة، يمكن أن نستعرض أبرز مميزات الصحافة العربية في مرحلتي الكفاح الغير مسلح والكفاح

¹ نوار بشير جديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، دار الإعصار العلمي للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص ص 42-43.

المسلح، من خلال أنها في مرحلة الكفاح السياسي كانت صحافة حزبية في مجملها تعبر عن الأحزاب الوطنية التي تولت قيادة حركة التحرر الوطني العربي في تلك المرحلة، وكان يرأس هذه الصحف في الغالب سكرتير الأحزاب الوطنية أو بعض قياداتها البارزة، وكانت تعتمد على ميزانية ثابتة تخصصها قيادة كل حزب للنشاط الدعائي والإعلامي.

أما بالنسبة للصحافة العربية بعد الاستقلال، اختلفت الصحف الموالية للسلطات الاستعمارية عقب دخول الدول العربية على الاستقلال منذ بداية الخمسينيات، وإن لم يمنع ذلك من استمرار التبعية الفكرية والسياسية للفكر الاستعماري الغربي في بعض الصحف العربية سواء في الشرق أو في الغرب العربي، وهذه الظاهرة لا تزال تتخذ أشكالاً متنوعة حتى اليوم، وقد تحددت المهام المطروحة على الصحافة العربية بعد الاستقلال في ثلاث قضايا رئيسية، أولها وأكثرها أهمية قضية الوحدة العربية وتحرير فلسطين، ثم قضية التنمية والعدالة الاجتماعية، أما القضية الثالثة فهي تتعلق بالحرية والديمقراطية وقد فرضت هذه القضايا نفسها على الصحافة العربية، وقد التزمت معظم الصحف العربية بموقف حكوماتها، وهنا برزت مشكلة جديدة لم تكن مطروحة في مرحلة التحرر الوطني، وهي مشكلة الديمقراطية وعلاقة الصحافة بالسلطة الوطنية.¹

مما سبق يمكن القول، إذ لا شك أن دور مسؤوليات الصحافة العربية في مرحلة ما بعد الاستقلال ارتبط إلى حد بعيد بطبيعة وأهداف السلطة السياسية في الدول العربية، ولازالت الصحافة الورقية إلى يومنا هذا تلعب دوراً هاماً على الساحة السياسية والاجتماعية بمختلف تفاعلاتها، وتعتبر الصحافة الورقية الوسيلة الإعلامية المفضلة لدى النخبة.

2- مظاهر تطور الصحافة الورقية:

بعدما كانت الصحافة الورقية تقليدية كلاسيكية تعتمد على الورق لنشر الأخبار السياسية، والاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها، فقد استفادت اليوم من التطور التكنولوجي على غرار وسائل الإعلام الأخرى، وتأثرت تأثيراً يكاد يغير من شكلها التقليدي ويقدم فعلاً البدائل العلمية لها، إذ لم يدخل عليها أي تغيير جذري حتى بداية الستينات من هذا القرن، مع دخول الطابعات الدوارة العملاقة ثم آلات اللينوتيب (لصق الحروف آلياً)، واللتان سمحتا بإنتاج الصحف بطريقة ميكانيكية، ومنه سنة 1900م أدى اختراع التلفزيون والراديو إلى قلب أوضاع الاتصال ولكن دون أن تمس المخترعات جوهر الصحافة،

¹ فتحة أوهايبية، الصحافة المكتوبة في الجزائر قراءة تاريخية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عنابة، الجزائر، ع 16، 2014، ص 256.

فوجد أن عقد الثمانينات شهد تطورا في صناعة الصحافة الورقية، تمثل في إدخال الحاسوب الإلكتروني في معظم جوانب العملية الصحفية إلى جانب الاستفادة من التقنيات الحديثة لعلوم الإعلام والاتصال¹، وهذا ما أدى إلى التنبؤ باختفاء الجرائد بشكلها التقليدي، وإذا كانت تكنولوجيا الاتصال في جوهرها هي التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب العلمية، فإن تكنولوجيا الصحافة الورقية هي جزء بسيط من هذا التطور، إذن هي التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب العلمية في مجال الصحافة الورقية وهي مجمل المعارف، الخبرات، المهارات التراكمية المتاحة، الأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في عملية إنتاج الصحيفة، ويتضمن ذلك تقنيات تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها، تقنيات معالجة المعلومات الصحفية وإنتاجها، تقنيات نشر المعلومات الصحفية ونقلها وتبادلها.²

ومن هنا يمكن القول، أن الصحافة الورقية تمثل السلطة الرابعة لما لها من تأثير في تشكيل الرأي العام، غير أن مع ظهور وسائل إعلامية حديثة وتأثير التكنولوجيا على الصحافة الورقية برزت بعض النقاشات حول مكانة هذه الصحافة في المشهد الإعلامي عامة، ومدى قدرتها على فرض وجودها ضمن الوسائل الحديثة الأخرى، خاصة الصحافة الإلكترونية التي تعتبر نوع جديد من أنواع الصحافة.

3- الصحافة الورقية والاتصال:

ظهرت الصحافة لخدمة أفراد المجتمع وتلبية لحاجاتهم للمعلومات في مختلف المجالات، وأبرزت وجودها كنمط اتصالي له أهمية لا يستهان بها عبر التاريخ، جلبت الأنظار إليها فأرعبت الحكام تارة وساندت مخططاتهم تارة أخرى، أثارت العقول تارة وشوهت الحقيقة تارة أخرى، واستطاعت عبر الزمن أن تحتل مكانة رفيعة بين وسائل الإعلام فكانت السلطة الرابعة، إلا أنها لم تصل على هذه المرتبة دفعة واحدة بل عبر مراحل تاريخية طويلة، تبرز لنا علاقة الصحافة الورقية بالمجتمع الناتجة عن عملية اتصالية معقدة وليست مطلقة، وتشكل الصحافة الورقية بإصداراتها المختلفة من جرائد ومجلات، وسيلة اتصال مطبوعة دورية، تختلف سماتها ووظائفها عن غيرها من المطبوعات غير الدورية من الكتب والملصقات وغيرها، وللصحيفة كوسيلة اتصال مطبوعة سماتها التي تتضمن المزايا والنقائص بالمقارنة بالوسائل الأخرى المسموعة والمرئية، فالصحافة تنفرد بنقطة ضعف معينة تمثل في الوقت نفسه مصدرا

¹ الفوزي محمد علي، مرجع سابق، ص 71.

² المرجع نفسه، ص 71

لقتها، إذ أنها وسيلة الاتصال الجماهيرية الوحيدة التي لا تحظى بالصوتي الإنساني، ومن ثم فهي تفتقد عنصرا معينا يتمثل بالنسبة لكل من الإذاعة والتلفزيون والسينما مصدرا للفعالية والجاذبية.¹ كما نجد الصحيفة المطبوعة هي الوسيلة الوحيدة التي يمكن فيها للجمهور أن يحدد التوقيت أو يحدد درجة الحركة والنشاط فيها، فهو يتمكن من الاستمرار في قراءتها أو التوقف عنها متى يشاء، وهناك نقطة أخرى للصحافة تمثل نقطة ضعف وقوة في نفس الوقت، وهي أن الكلمة المطبوعة تتطلب من جمهورها أكثر مما تتطلبه أي وسائل أخرى للاتصال، فالصحافة تحتاج أولا إلى جهد للقراءة ومن ناحية أخرى تحتاج إلى خيال مستمر ومتصل، والقراء الذين لا يتمكنون من مواجهة هذه الحاجة نظرا لخبرتهم المحدودة، أو كفاءتهم غير الملائمة فإنهم قد ينسحبون حتما من صفوف القراء.² من خلال ما سبق ذكره نجد أن الصحافة تحتاج من القارئ إلى مشاركة خلاقة وجهد إيجابي لا تتطلبه بعض الوسائل الإعلامية الأخرى.

وتعتبر الصحافة عند مخططي الإعلام من أفضل الوسائل للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير صغيرة الحجم، لأن استخدام الوسائل الأخرى في الوصول إلى هذه النوعية مكلف للغاية، ولكن يعيب الصحافة الورقية كغيرها من الوسائل المطبوعة أن استخدامها والاستفادة منها بمعرفة القراءة والكتابة، مما يعني حرمان الأميين من هذه الوسيلة الاتصالية المهمة³، ولذلك تعتبر الصحافة الورقية من أهم الوسائل الإعلامية في عملية الاتصال، حيث يكون هناك تواصل بين القارئ والصحيفة من خلال فهم القارئ لمعلومات تلك الصحيفة والتجاوب معها، وتعطي حرية للجمهور عند تلقيه للرسالة وتدخله في جو من التفاعل والانسجام والتخيل.

ثانيا- أساسيات الصحافة الورقية:

1- خصائص الصحافة الورقية:

إن الصحافة الورقية كوسيلة إعلامية حديثة تهتم بكل مجالات الحياة وتنقل الأخبار إلى جماهير من مختلف العالم، وهي تتميز بالعديد من الخصائص نذكر منها:

¹ - أديب مروى، الصحافة العربية نشأتها وتطورها، دار الحياة، بيروت، لبنان، 1961، ص 64.

² - المرجع نفسه، ص 64.

³ - المرجع نفسه، ص 64.

تعتبر الصحافة وسيلة حديثة لإشباع حاجات قديمة، تتمثل في نشر الأخبار وإعلام الرأي العام بالأحداث يوماً بعد يوم¹، من خلال تلبية حب الاستطلاع لدى المتلقي، كما أنها تقلل غموض الأمور المحيطة حوله، من خلال قيامها بوظيفتها الأولى المتمثلة في الإخبار أو الإعلام.

كما توفر الصحافة للقارئ اختيار المطبوعة التي تتفق مع حاجياته وإمكانياته، فله الحرية في قراءة ما يناسبه من المواد الإعلامية المعروضة على الصحيفة، والتعرض لها في الوقت الذي يختاره والأماكن التي تناسبه والرجوع لقراءتها متى أراد ذلك.²

كما نجد أن الصحافة الورقية تجمع بين مختلف الأنواع الصحفية من أخبار، مقالات، تحقيقات، وحتى كاريكاتير، فهي تتميز بالتنوع في مادتها الصحفية³، وبهذا الشكل يمكن القول، أن الصحافة الورقية تخاطب جميع المستويات من قراءها، وبالتالي فهي تساعد على محو الأمية بما تنشره من معلومات وبرامج وأفكار وغيرها.

فالصحافة الورقية تحتاج من القارئ مشاركة خلاقة وجهد إيجابي⁴، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن العناصر الإعلامية في الصحافة الورقية مختلفة عن العناصر الإعلامية في الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون والراديو، فهي تتيح للقارئ حرية التخيل وتصور المعاني، وفهم مختلف الرسائل. تعد الصحافة الورقية مصدر للأمان لبعض الهيئات والمنظمات فتلجأ إليها لنشر مبادئها وإطلاع أعضائها على كل جديد، في حين أن استخدام الراديو أو التلفزيون يعرض أعضاء المنظمة أو الهيئة إلى المتابعات.⁵

كذلك توفر الصحافة الورقية للقارئ السيطرة على ظروف القراءة، حيث تتوفر الوسائل المطبوعة بخاصية سهولة الحفظ والاقتناء، والاحتفاظ بالمعلومات أطول مدة ممكنة، وهي بهذا تتيح الفرصة لمستقبل الرسائل الإعلامية لكي يرجع إليها عند الحاجة وأكثر من مرة، ليتثبت من بعض النقاط التي يود

¹ - حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2006، ص 153.

² - محمد فريد محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، دون دار نشر، القاهرة، مصر، 1993، ص 244.

³ - البار طيب، المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 93.

⁴ - المرجع نفسه، ص 93.

⁵ - صفوان عاصم حسيني، الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، أطروحة دكتوراه (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص 128.

التركيز عليها، كما أنها تساعد على النقد البناء، حيث تتيح للقارئ تكرار القراءة والتفكير برؤية فيما يقرأه، ثم تخيل ما يمكن تخيله، وبعد ذلك يسهل عليه أن يقوم بنقد ما قرأه.¹

من هنا يتضح أن الصحافة الورقية تتيح للجمهور إمكانية قراءة الرسالة أكثر من مرة مما يتيح له فرصة كافية لاستيعاب معناها وإعادة النظر في تفاصيلها، وتبعاً لهذه الخاصية تشير التجارب إلى أن المواد المعقدة من الأفضل تقديمها مطبوعة من تقديمها شفويًا، لذلك فالصحف تصلح لنشر المواد الطويلة والصعبة التي تحتاج تفرغاً من القارئ لعملية القراءة، وبما أنها تمكن الفرد من التحكم في ظرف التعرض لها، فهي تسهل عملية الاستيعاب وترسخ الأفكار والمعتقدات من خلال تكرار قراءتها، لذلك يفضل استخدام المطبوع أكثر للوصول إلى الجماهير، وتتدفق هذه الخاصية عند "مارشال ماكلوهان" إذ أنه يعترف بأن الصحافة الورقية من الوسائل الباردة في ذاتها ولكنها ساخنة في تعديلها لجمهورها.

تتميز الصحافة الورقية بالدورية أي أن هناك فترة بين عدد وآخر، وتكون في شكل مطبوع أي منقولة آلياً بواسطة آلات الطباعة، إضافة إلى صفة الجماهيرية أي تصدر بغرض التوزيع على نطاق واسع لجمهور غير متجانس²، يمكن القول أن هذه الصفات موجودة أيضاً في الوسائل الإعلامية الأخرى، لكن ما يميز هذه الصحف جوانب أساسية منها:

أنها تلبي غريزة حب الاستطلاع لدى المتلقين ونقل غموض البيئة حوله، من خلال الإعلام والأخبار. كذلك تنوع المادة الإعلامية المقدمة وهو ما نعرفه بالتنظيم الموضوعي للصحافة إلى أقسام مختلفة. وأخيراً اعتمادها في تقديم المضمون الإعلامي على قوالب تحريرية أساسية، وكلها تعتمد على الخبر وتقدم التفسير له والتحليل، فنجد أشكال تبدأ بالمقال والتحقيق والحديث بل أن الصورة عندما تقدم في الصحف فإنها تقدم خبراً أيضاً ولها دلالة نفسية إخراجية جمالية ولكنها لا توضع.

نضيف إلى خصائص الصحافة الورقية الأشكال الإخراجية التي تقدم فيها الصحيفة، فالصحيفة على اختلافها مهما صغرت أو كبرت تقدم المضمون الصحفي في أشكال إخراجية معينة يستخدم فيها العنوان والصورة والحرف والجداول وغيرها.³

ويحدد الدكتور "بطرس" خصائص ومتطلبات الصحافة كصناعة في الجوانب الآتية:

ما يميز صناعة الصحافة الورقية أهمية ودور الوقت وعدم تضييعه.

¹ - محمد فريد محمود عزت، مرجع سابق، ص 245.

² - مجاني باديس، الصورة واستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، باتنة، الجزائر، ع 05، 2017، ص 852.

³ - المرجع نفسه، ص ص 852 - 853.

كذلك اعتمادها على حكم جمهور القراء على نحو أكبر من حكم مستهلك أي سلعة أخرى، فالعلاقة بين القارئ والصحيفة يكون على أساس إحساس الأول بأن الصحيفة يجب أن تقدم خدمة مستوفاة في حدود الإمكانيات البشرية والمادية.

تتميز صناعة الصحافة الورقية أيضا بعمق المنافسة وشدتها في مجالاتها المختلفة بين المؤسسات المنافسة.

نجد أن المشروع الصحفي هو مشروع يتميز بأنه ينطوي على نسبة المخاطرة على مما تنطوي عليه المشروعات الأخرى.

لابد لرواج الصحيفة كمنتج من تضافر عمل وجهد الأجهزة التحريرية والإدارية في عدة مجالات. لا يزال العنصر البشري هو العامل الأكثر تأثير في الصحافة وما دام الأمر كذلك، فإن الصحافة الورقية ستظل تعكس عواطف الصحفي ومشاعره الخاصة، فالصحافة تقوم على نزاعات إنسانية لا يمكن تجاهلها، منها حسب الاستطلاع أو الفضول.¹

من خاصية الصحافة كذلك أنها تتحكم في ظروف التعرض وسهولة الاتصال بالجمهور المتخصص، وتتوجه الصحافة إلى جمهور يتميز بمستواه التعليمي والثقافي.

تعتبر الصحافة الورقية أفضل وسيلة لنقل الأحداث والوقائع بصورة تفصيلية وواضحة، وذلك بعرض جميع جوانب الحدث في الوقت المناسب، وهي من أهم العوامل التي تساعد في توجيه الرأي العام على المستويات الثلاث المحلي، الإقليمي والدولي.²

ومن هنا، يتضح أن الصحافة الورقية هي وسيلة إعلام أساسية لملايين من الناس الذين يطالعونها يوميا ويتصفحون أخبارها في جميع المجالات، كما أن للصحافة الورقية أثر كبير بحيث أنها تستطيع من خلال العرض والمناقشة والمتابعة أن تكون لها رأيا عاما حول مسألة من المسائل، وهذا يعني أنها من تصنع الجدول اليومي للحياة والمشكلات القابلة للمناقشة.

تعتبر الصحافة الورقية من وسائل الإعلام الصالحة لنشر الموضوعات المعقدة والدراسات الصعبة ذات التفاصيل المتشعبة.³

¹- صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، مطبعة ومكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص ص 9-10.

²- تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص 267.

³- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2004، ص ص 114-115.

إن الصحافة الورقية تعطي للقارئ فرصة أكبر للاختيار بين عدد كبير من الرسائل والموضوعات التي تقدمها، بحيث يمكن تجاهل أي مادة لا تتلاءم مع أفكاره وآرائه واتجاهاته وثقافته، أو لا تتماشى مع معرفته الفكرية والسياسية.¹

وما يزيد من تأكيد هذه الخصائص تلك النتائج التي أظهرتها دراسات "جاكوبي" وآخرون عام 1983م والتي أثبتت نجاح المطبوع في تحقيق فهم أحسن للرسائل سواء المعقدة أو القصيرة أو البسيطة، كما أن دراسة أخرى قام بها "أيققان وأوتيل" توصلت إلى تأكيد مدى اندماج الجمهور مع الرسائل المطبوعة، مقارنة مع الرسائل السمعية البصرية، وخير مثال على هذا الكلام ما قاله الأديب الفرنسي "ديهامل": "عرفت بنفسي طبيباً من الأطباء حضر موقعة من مواقع القتال وسمع بأذنيه أصوات المدافع في الميدان، كما سمع أنين الجرحى وأصوات الذعر التي انبعثت من بعض الجنود، ولكن مشاعر هذا الطبيب لم تهتز لهذه الأصوات المؤلمة جميعها، وحين عاد هذا الطبيب إلى بيته وقرأ عن هذه الموقعة في كتابه تأثر بما قرأ إلى حد البكاء"، فهذا الكلام يفسر سر انجذاب المثقفين إلى القراءة، حيث لا يجدون ما يعادل لذة القراءة في الاستماع أو المشاهدة.

3- أنواع الصحافة الورقية:

إن الصحافة تعمل على تكثيف جمهورها لتلبية فضول الجماهير، بحيث عملت على دعم خدماتها بالتخصيص في نشر المعلومات والأخبار المتعلقة بمختلف مجالات الحياة، مما جعل العلماء المختصين يصنفون الصحافة الورقية وفقاً لمعايير مختلفة تتمثل فيما يلي:

أ- الصحافة الورقية حسب المجال الجغرافي: قسمت حسب البعد الجغرافي إلى:

- الصحافة الإقليمية: وهي تلك الصحف التي تصل إلى جميع القراء في الدولة أو الإقليم الذي تصدر منه، يميل هذا النوع من الصحف إلى القضايا القومية عامة، كما تهتم بالأخبار الدولية.²
من هنا يتضح أن الصحافة الورقية هي وسيلة لتكوين الرأي العام حول مختلف المسائل المهمة التي تهم المواطنين، فهي أداة رقابة ونقد على نشاطات الأجهزة الحكومية وأداة مهمة لتعميم سياسة الدولة وبرامجها على الشعب.

¹- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1992، ص 45.

²- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1993، ص 91.

- **الصحافة المحلية:** تمثل الصحافة الورقية التي تهتم بالأخبار والموضوعات ذات الطابع المحلي، وتعمل الصحافة الورقية المحلية على تركيز إعلامها في الأمور الخاصة بأحداث المنطقة التي تصدر بها¹، ومن خلال هذا المفهوم يتضح أن الصحافة الورقية المحلية تعمل على مخاطبة الاحتياجات الخاصة جدا بالبيئة المحلية، وتتناول شخصيات معروفة تماما لأبناء المنطقة وتتوزع على أساس شخصي، فالقائمون عليها يستطيعون في أي وقت الاتصال بقرائهم.

ب- **الصحافة الورقية حسب القراء أو طبيعة الجمهور:** وقسمت إلى:

- **الصحافة المتخصصة:** هي صحف تصدرها هيئات معينة لأعضائها أو ذوي العلاقة بها، وتشمل المواد ما يعبر عن وجهات نظر الهيئة، وهي الصحافة التي تخاطب فئة خاصة وتعالج جانب واحد من فنون الحياة.²

مما سبق ذكره، يتضح أن الصحافة المتخصصة تعمل على تقديم مواضيع متخصصة وتقوم بعرضها عرضا مفصلا، هذا النوع متعلق بالنخب الاجتماعية كالمثقفين ثقافة عالية، وهي تتناول مواضيع في مجال واحد فقط مثلا: كالاقتصاد، الرياضة وغيرها، ولكل صحيفة من هذه الصحف جمهور معين من القراء.

- **الصحافة العامة:** وهي صحافة واسعة الانتشار توزع على نطاق الدولة كلها، جمهورها من كافة فئات الشعب تقدم لقارئها مواد متعددة تشمل جميع جوانب الحياة.³

من هنا يمكن القول، الصحافة العامة هي صحافة توزع على كافة أرجاء الدولة وجمهورها أي على جميع شرائح المجتمع، تهتم بكل أوجه النشاط الإنساني وتشمل جميع جوانب الحياة الاجتماعية.

ج- **الصحافة الورقية بحسب دورية الإصدار:** فنجد الصحف تتعدد وتتنوع حسب الصدور إلى:

- **الصحافة اليومية:** إن سياق صدور الجرائد اليومية هو دائما متفق مع سياق الوقائع اليومية الصغيرة، الحوادث الطارئة أو الأنباء المحلية التي تقع كل يوم والتي يجب أن تروى يوميا وتعتمد على تنوع مضمونها وجودة أنبائها الوطنية والعالمية وتكون صباحية أو مسائية⁴، يظهر هنا أن هذه الصحافة وظيفتها سرد كل الوقائع التي تجري يوميا، من حوادث وأنباء محلية وغيرها لكي يكون الجمهور على دراية بها.

¹- فاروق أبو زيد، مدخل الى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 146.

²- صلاح عبد اللطيف، مرجع سابق، ص 12.

³- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 43.

⁴- فاروق أبو زيد، مدخل الى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 146.

الصحافة الدورية: هي مطبوعات تصدر على فترات محددة لها عنوان واحد مميز يضم جميع أعدادها، يشترك في تحريرها العديد من الكتاب، وهي تصدر إلى أجل غير محدد¹، يبين هذا المفهوم أن هذه الصحافة تعمل على تحليل الأحداث وتغيرها، وهي تتمتع بحرية أكبر في اختيار الأخبار من حرية الصحافة اليومية، فهي غالباً صحف أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية.

د- الصحافة الورقية بحسب الانتماء السياسي للصحيفة:

- **الصحف الحزبية:** هي تلك الجرائد التي تعبر عن فكر سياسي معين أو اتجاه أو مذهب إيديولوجي خاص، وهي التي تنطق باسم حزب ما فتدعو مباشرة أو بشكل غير مباشر إلى عقيدة معينة²، يجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الصحافة تنشأ من طرف حزب معين لتعبر عن آراءه وتتبنى مواقفه السياسية، ومن خلالها يقدم الحزب برامجه السياسية، فهي تركز على الجانب السياسي فقط.

هـ- الصحافة الورقية من حيث الشكل الفني:

نجد أن الجرائد والمجلات كلاهما يصدر بصفة دورية، يختلفان في بعض النقاط منها: تميل أحجام المجلات إلى الصغر، ويتميز نوع الورق بالجودة بينما تميل أحجام الجرائد إلى التنوع بين الحجم الكبير أو الحجم النصفى، والمجلة لا بد لها من غلاف ليجمع صفحاتها على عكس الجريدة. أما من ناحية دورية الصدور، فإن الجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع، والمجلة لا تقل دورية صدورها عن أسبوع، ونجد المواضيع في الجريدة أغلبها تقريباً أخبار، أما المجلة نجدها تركز على التحليل وغالباً ما يكون قارئ المجلة أكثر تعليماً أو ثقافة من قارئ الجريدة، وخاصة قراء المجلات الثقافية الشهرية أو الفصلية.

و- أنواع الصحافة الورقية من حيث الوسيط الاتصالي:

مع التطور التكنولوجي الذي طرأ على وسائل الإعلام والاتصال، فإن الصحافة باتت تعتمد على الانترنت في نشر محتوياتها وهي تنقسم إلى: الصحافة الورقية المطبوعة بالطريقة التقليدية والصحافة الورقية المنشورة إلكترونياً عبر الانترنت³، من هنا يمكن القول، أن الصحافة الورقية شهدت تطوراً في اتصالها مع الجمهور، فنجد أنها بعدما كانت صحافة ورقية تقليدية أصبحت صحافة إلكترونية تتواصل مع جمهورها عن طريق الانترنت.

¹- المرجع نفسه، ص 146.

²- المرجع نفسه، ص 146.

³- المرجع نفسه، ص 147.

3- مبادئ وضوابط الصحافة الورقية:

أ- مبادئ الصحافة الورقية:

هناك مجموعة من المبادئ والضوابط ينبغي على الصحافة الورقية احترامها والالتزام بها تتمثل في:

– الحفاظ على الأسرار المهنية:

يعد السر أهم مقتضيات مهنة الصحافة، فأعضائها يشكلون مجموعة متجانسة علميا وثقافيا، ويمثلون أسرة واحدة يسودها الود والتعاون، فتحل طبيعتها مكانة مرموقة في السلم الاجتماعي، فيفترض فيهم أن يكونوا معا مثلا يقتدي به في الحفاظ على أسرار مهنتهم، ولا يمكن المقارنة بين السر المهني الخاص بالصحفي وسر المهن الأخرى كالمحاماة والطب وغيرها، والتي تعتبر حاملة لمعلومات تتعلق بالحياة الداخلية للأشخاص وصحتهم، أما بالنسبة للصحفي فالأمر يتعلق بحقه في صيانة مصادر معلوماته التي قد تنقطع عنه بسبب عدم الالتزام بالثقة، وقد يعرض إفشاء المصادر من طرف الصحفي في بعض الأحيان أصحاب المعلومات لعقوبات جنائية.¹

يمكن القول هنا، أن الحفاظ على السر من أحد أهم المبادئ التي يجب أن يتحلى بها الصحفي سواء الأسرار المتعلقة بالحياة الشخصية للعاملين معه، أو مصادر المعلومات التي من الممكن أن تنقطع عنه بمجرد إفشاءها، وقد نص قانون الإعلام 07/90 على أن السر المهني حق للصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم، غير أنه لا يمكن التذرع به على السلطة القضائية في الحالات الآتية:

- مجال السر الاقتصادي والاستراتيجي.
- الإعلام الذي يمس أمن الدولة مساسا واضحا.
- الإعلام الذي يعنى الأطفال والمراهقين.
- وكذلك الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق والبحث القضائيين، إضافة إلى أن السر المهني واجبا يفرض على المهني عدم خيانتة.²

ب- استقلال الصحفي في أداء عمله:

يعد استقلال الصحفي دعامة أساسية من دعائم ممارسة مهنة الصحافة، فالهدف الأساسي في الصحافة الورقية هو خدمة القواعد الأخلاقية الأساسية للصحافة، وهي إعلام الجمهور بأمانة وكفاية بقدر

¹ خالد مصطفى فهمي، المسؤولية المدنية للصحفي عن أعماله الصحفية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، 37.

² أحمد الدراجي، التنظيم القانوني للصحافة في البلدان العربية، المجلة العربية لحقوق الإنسان، ع 4، 1997، ص 72.

الإمكان بالأحداث الجارية في المجتمع وفي العالم من حوله، وعليه ألا يستخدم هذا الدور المنوط به لخدمة أي غرض أو أي هدف آخر.¹

من هذا المنطلق يمكن القول، صحيح أن مهنة الصحافة يجب أن تتحلى بالمصداقية والموضوعية في نشر أخبارها، وتحلي الصحفي بالأمانة والمسؤولية للقيام بعمله على أكمل وجه، لكن في الواقع للأسف نجد العكس، فالكثير من الصحفيين ابتعدوا عن هذا الهدف وأصبحوا ينظرون للصحافة من جانب ربحي مادي أكثر منها جانبا أخلاقي، ابتعدوا عن غرضهم الأساسي وهو نشر الأخبار الواقعية الحقيقية دون زيادة أو نقصان، ودخلوا في عالم التزييف والتزوير للحقائق لتحقيق أكبر نسب مشاهدة وأكبر قدر من الربح.

ونجد أن التزام الصحفي اتجاه الصحيفة التي يعمل بها، بأن يكون عمله في إطار السياسة العامة للصحيفة، ومن خلال الأعمال التي تطلب منه، لأن الصحيفة تمثل عملا جماعيا يصل إلى القارئ تحت اسم واحد.²

ج-الالتزام بالصدق والموضوعية:

يعد مبدأ الالتزام بالصدق والموضوعية في الممارسة الإعلامية من أبرز المبادئ التي يجب أن يتحلى بها العمل الصحفي (الصحافة الورقية)، فالإنسان العادي قد يكون عادلا لا يستطيع أن يكون موضوعيا، كذلك الصحفي لا بد عليه أن ينفي ذاته وانتماءاته وعواطفه ومشاعره وتحيزاته في الممارسة الصحفية وفي أي عمل سريع الخطى مثل الصحافة الورقية، تعتبر الأخطاء أمر لا مفر منه والمحروون والصحفيون يحاولون تجنب هذه الأخطاء، ورؤساء التحرير يحاولون القضاء عليها والمراجعون يبحثون عنها دائما، وبالرغم من ذلك كله فإن الاسم الخطأ أو كلمات المصدر المختصرة تحدد دائما طريقها إلى النشر، برغم كل الجهود لمنعها، وهذه الأخطاء تقع في العادة بدون قصد، وترجع ببساطة إلى طبيعة المهنة، ولكن هذه الأخطاء قد تكلف الصحيفة كثيرا وحتى الأشخاص الذين شوهدت صورتهم أو كلامهم الصحيفة، وكلما عثر أحد القراء على خطأ في الصحيفة فإنها في نظره أقل جدارة بالثقة.³

مما سبق يمكن القول، أن مكانة الصحيفة وأهميتها لدى الجمهور تظهر من خلال صدقها وموضوعيتها، ومدى ثقة القارئ بها، كلها عناصر لا بد توفرها لتتال الصحيفة احترام القارئ.

¹- جون هانتنج، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 1993، ص 47.

²- خالد مصطفى فهمي، مرجع سابق، ص 40.

³- المرجع نفسه، ص 61.

4-ضوابط الصحافة الورقية:

أ-احترام الحق في خصوصية الأفراد:

يقصد بالحياة الخاصة حق الأفراد في أي مجتمع أن يعيشوا حياتهم بدون أن يتم تعريض خصوصياتهم للانكشاف، فالفرد له الحق في أن يعيش حياته بطريقته الخاصة وله أن يحتفظ بأسراره ما دام لا يخالف القانون، ولا يسيء للآخرين ولا يتعرض للقيم العامة، ولا لآداب المجتمع، فالحق في الخصوصية التزام ديني قبل أن يكون حقا في موثيق حقوق الإنسان، فهو مكفول في القرآن الكريم قبل أن تقره الدساتير والتشريعات، لقوله تعالى: ﴿لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا﴾ سورة النساء، الآية 148، وقوله أيضا: ﴿وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ سورة الحجرات الآية 11، وقوله - صلى الله عليه وسلم -: "إنك إن اتبعت عورات الناس أفسدتهم أو كدت أن تفسدهم" رواه أبو داوود.¹

وعلى هذا لا يجوز للصحفي التعرض للحياة الخاصة للأفراد مهما كان نوع هذا التعرض أو شكله، سواء بإسناد وقائع توجب الاحتقار وهو ما يعرف بالقذف أو بإسناد أقوال تتضمن خدشا للشرف والاعتبار وهو ما يعرف بالسب.²

ومن هنا يتضح، أن على الصحافة الورقية أن تحترم حقوق الآخرين وأن تنشر ما يجب نشره فقط من أخبار ومعلومات وأحداث وقضايا تنفع بها الجمهور، وأن لا تتعدى عملها باختراق خصوصيات الآخرين.

ب-احترام الآداب العامة والنظام العام:

• **احترام الآداب العامة:** وهي كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية للجماعة، وكذلك أركان حسن سلوكها ودعائم سموها المعنوي والالتزام بها وعدم الخروج عليها، أي مهاجمة اعتبارات المجتمع برمته الذي يرى ضرورة رعايتها وتنميتها والمحافظة عليها في العلانية على الأقل، وتحتوي الآداب العامة أيضا على الأخلاق العامة، حيث أن انتهاك حرمة الآداب لا يكون إلا بارتكاب القبائح، بينما انتهاك الأخلاق يحمل طابع الإخلال بالحياء والفساد وانحطاط السلوك، وليس للآداب مقياس ثابت

¹-صالح أبو أصبح، تحديات الإعلام العرب دراسة الإعلام المصداقية، الحرية، التنمية، الهيئة الثقافية، دار الشروق، دون بلد نشر، 1999، ص 267.

²-المرجع نفسه، ص 61.

يمكن الأخذ به ذلك لاختلاف المجتمعات والثقافات، فعلى الصحفي والصحيفة مراعاة ظروف المجتمع وقيمه قبل الإقدام على النشر.¹

يظهر من خلال ما سبق، أن على الصحفي احترام قيم وعادات وتقاليد وكل ما يتعلق باعتبارات المجتمع قبل أن يقوم بعملية النشر، أي الممارسة الإعلامية لا بد أن تكون قائمة على مبدأ معرفة ظروف المجتمع، لأن المجتمعات تختلف في ثقافتها ومعاييرها ولا بد على الصحيفة أخذ هذا بعين الاعتبار، وعلى أساسه يتم بث المعلومات والقضايا.

• **احترام النظام العام:** ويقصد به المبادئ السياسية الاقتصادية والاجتماعية والخلفية التي يقوم عليها المجتمع، ويختلف باختلاف الزمان والمكان ومن مجتمع إلى آخر، ويجب على الصحافة الورقية عدم نشر ما يزعزعه ويهدد استقراره أو يخل بقيمه.²

4-وظائف الصحافة الورقية وأهميتها:

أ-وظائف الصحافة الورقية:

للصحافة الورقية دورا أساسيا في حياة المجتمعات، فهي بمثابة المرآة العاكسة لواقع المجتمع، وتهدف إلى طرح هموم المجتمع لأصحاب القرار، فباعتبارها وسيلة إعلامية لم تعد تقتصر على نقل الوقائع فقط، بل تعدت إلى تشكيل هذا الواقع من خلال مجموعة من الوظائف، والتي يمكن تصنيفها على النحو الآتي:

• **الوظيفة الإخبارية:**

ظهرت الصحافة الورقية في البداية لتؤدي وظيفة أساسية واحدة وهي نشر الأخبار دون التعليق عليها، وتعتبر وظيفة الإخبار أساسية، حيث يعتبر الخبر أو المعلومة مادتها الأساسية، كما تظهر أهمية هذه الوظيفة في كونها تمنح المواطنين معلومات مفيدة تمكنهم من ممارسة قيادة الرأي من جهة، كما أنها تحقق فائدة للطبقة الحاكمة عند تزويدها بالأخبار لزيادة نفوذها والتأثير على الجمهور عن طريق المراقبة والسيطرة، وإضفاء الشرعية على السلطة، كما يمكن أن تهددها عندما تظهر جوانب الضعف وتظهر الأحوال التي قد الأعداء في نشرها³، من خلال هذا المفهوم يتضح أن الإخبار هو أهم وظيفة يمكن من خلالها تواصل الصحافة مع الجمهور، فلا يمكن أن يكون هناك اتصال بين الجمهور والصحيفة إلا من خلال العملية الإخبارية.

¹- فتحي حسين أحمد عامر، أخلاقيات الصحافة في جرائم النشر دراسة تحليلية مقارنة، إيتراك للنشر، مصر، 2006، ص 60.

²- المرجع نفسه، ص 60.

³- عزي عبد الرحمان وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 11.

• **وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير على الرأي العام:**

لعبت البرجوازية دوراً أساسياً في تطور الصحافة الورقية، وبعد أن ساعدت على ظهور الصحافة الإخبارية ها هي تهيأ لظهور وظيفة أساسية ثانية لا تقل أهمية عن وظيفة نشر الأخبار، فبعد أن كانت الطبقة البرجوازية مالية تجارية، تحولت في النصف الأول من القرن التاسع عشر إلى بورجوازية صناعية، لتستكمل بذلك سيطرتها، وكان سلاحها الفكر الليبرالي ونزعتة التحررية التي تجسدت في جميع الأصعدة تحت لواء الدولة العثمانية، ولتحطيم بقايا النظام الإقطاعي المخالف لهذه المبادئ ولإحكام سيطرتها على الفكر الأوروبي، احتاجت الفلسفة الليبرالية إلى أداة تمكنها من ذلك وكانت الصحف جاهزة لأداء هذه المهمة على أكمل وجه، فاسحة المجال لظهور صحافة الرأي كضرورة حتمية للتأثير في الرأي العام والترويج للإيديولوجية الجديدة، فازدهرت فنون الكتابة الصحفية وعلى رأسها فن المقال الصحفي وظهرت وظيفة التوعية والتثقيف والتأثير على الرأي العام.¹

وتتمثل هذه الوظيفة في نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاف خياله وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدرته على الإبداع، إذ تسعى الوسيلة الإعلامية إلى بث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، كما تساعد عملية التنشئة الاجتماعية والمتمثلة في تعليم الخلق الحضاري الملائم للتقدم والتطور عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وتخصصاته، ووظيفة التأثير على الرأي العام تظهر من خلال ما نثيره من مناقشات حول القضايا والمشكلات التي تشغل بال الناس، ومحاولة توجيه الرأي من خلال عملية التحريض والإشاعة والدعاية²، من خلال الوظيفة التثقيفية للصحافة الورقية يتم الحفاظ على التراث الثقافي لكل مجتمع، فالوسيلة الإعلامية من خلال برامجها هي التي تقوم بزيادة الوعي وإشباع حاجات الأفراد.

• **الوظيفة الإعلانية للصحافة الورقية:**

إن ظهور الإعلان مقترن بظهور الصحف، إلا أن اعتباره كوظيفة من وظائف الصحافة أجل إلى حوالي منتصف القرن التاسع عشر، بسبب فرض الحكومات الضرائب على الإعلانات كوسيلة للحد من نمو الصحافة الورقية، لكن التطور الاقتصادي الذي حصل في المجتمعات الأوروبية وخاصة بعد الثورة الصناعية انعكس على أهمية الإعلان، حيث ساعد الإعلان على تصريف الإنتاج الذي عرف تزايداً

¹ - ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004، ص 38.

² - إبراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر، 2005، ص 46.

كبيراً، ومع زيادة إيرادات الصحف الأمر الذي أحدث انقلاباً في الصحافة أدى إلى ظهور الصحافة الجماهيرية، فهذه الوظيفة تحقق الفائدة لكل من المعلن بالترويج للسلعة والخدمات التي يقدمها وكذا زيادة الطلب على الخدمة، أما بالنسبة للمستهلك أو القارئ فالإعلان يساعده على الاختيار وتسهيل حصول القراء على ما يحتاجون إليه، وبالنسبة للصحيفة فالإعلان يعتبر أكبر مداخيلها، حيث أنه يفوق نسبة 50% من دخلها إضافة إلى التوزيع وعمليات تجارية أخرى قد تقوم بها المؤسسة.¹

• وظيفة الشرح والتفسير والتحليل:

إن تقديم الأخبار والمعلومات إلى الجماهير لا يكفي بالرغم من أهمية المعلومة ورغبة المجتمع في الحصول عليها، إلا أن أحداث كثيرة تحتاج للشرح والتوضيح، وعلى هذا الأساس تقوم الصحافة الورقية بالتحليل عن طريق الشرح والتفسير، لأن بعض الأخبار قد يكون فيها الغموض، فنقوم الصحافة الورقية بالتوضيح، والتحليل والتفسير، فهي تستخدم أشكالاً عديدة منها: التحليلات الإخبارية، المقالات الافتتاحية، الرسوم الكاريكاتيرية الصارخة، الحملات الصحفية، المقالات والأعمدة الصحفية.²

• الصحافة الورقية ووظيفة التسلية:

مع ظهور الصحافة الجماهيرية وانخفاض سعر الصحيفة، وخفض قيمة الاشتراك، ظهرت المنافسة بين الصحف في جذب أكبر عدد ممكن من القراء مما استلزم عليها استحداث مواد صحفية مثيرة تزيد من إقبال القراء على الصحيفة، فظهرت بذلك وظيفة التسلية، وكانت بدايتها المسلسلات والروايات الأدبية الرفيعة، لتصل إلى المسلسلات البوليسية والمغامرات العاطفية أو القصص بمختلف أنواعها، كما ظهرت الكلمات المتقطعة والأبراج وغيرها من الفنون الصحفية التي تستهدف التسلية³، من هذا المنطلق فيمكن اعتبار مطالعة الجريدة هي عملية استرخاء في حد ذاتها، مهما كان الهدف منها، ولكن غالباً ما يكون الهدف من قراءة الجريدة الهروب خارج نطاق الواقع اليومي أكثر منه بحثاً عن أحداث العالم، فلتطوير محتوى الصحيفة لابد من توفر مضامين إعلامية تجذب القراء وتزيد من نسبة الإقبال على الصحيفة، وكما أن للترفيه أثر نفسي في إبعاد الفرد عن مشكلاته اليومية ومتاعبه فإنه في المقابل قد يزيد من سلبية الأفراد، ومن خلال هذا العرض اتضح أن وظائف الصحافة الورقية تنمو وتزداد بتعدد المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع، إذ تضيف كل مرحلة تاريخية جديدة وظائف أخرى للصحافة الورقية دون أن تلغي

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2004، ص 230.

² - أشرف صالح، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة، مصر، 2001، ص 134.

³ - عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية الجزائرية دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1954-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص39.

الوظيفة الجديدة للقديمة بل غالبا ما تمهد لها، فتطور هذه الوظائف تلازم مع ظهوره مجالات جديدة للوظيفة الواحدة نفسها، فمثلا وظيفة التثقيف عند ظهورها اقتصر على المواطن العادي، لكن ومع مرور الزمن شملت هذه الوظيفة القارئ المثقف الذي كان يعتمد في تحصيل ثقافته من الكتاب خاصة بعد أن توسعت مجالات الصحافة الورقية لتشمل كل النشاط الإنساني بل وأكثر من هذا، ظهرت صحافة متخصصة في كل المجالات، ومن خلال هذه الوظائف يمكن توضيح مدى أهمية الصحيفة في المجتمع في الوقت الراهن، خاصة أنها تحقق تأثيرات متنوعة لا يستهان بها على مستوى الفرد أو الجماعة وحتى على مستوى المجتمع بعيدة أو قريبة النتائج، فالصحف تستطيع وبشكل كبير أن تغير تفسيرات الناس عن الواقع وذلك بسبب نمط تقديمها، مبرزا بهذا وظيفة الصحافة الورقية في بناء معاني وتركيبها، رغم ذلك فمازال الخبر يحتل الصدارة في قائمة المواد الصحفية بسبب حاجة القراء إلى الأخبار الجديدة في كل المجالات حتى وإن توفرت لهم بالصورة والصوت¹.

ومن هنا يمكن القول بأن وظائف الصحافة تختلف من مجتمع إلى آخر، تماشيا مع درجة التقدم الحضاري الذي تصدر فيه الصحيفة، ويتعلق الأمر بالمجتمعات المتقدمة والمتخلفة، حيث حددت الصحافة الورقية كغيرها من وسائل الإعلام في المجتمعات المتخلفة أو النامية سياسات وأهداف تخدم أهداف التنمية، باعتبار الصحافة الورقية كما سبق وذكر أداة للتنوع والإرشاد والتوجيه والتعليم الذي يستهدف إعادة بناء الوطن والمواطنين من خلال برامج التنمية، وذلك لتخليص الأفراد والمجتمع من مخلفات الاستعمار في كل الميادين، ومساعدته على الاندماج مع متطلبات العصر في ميادينه المختلفة وخاصة الاقتصادية والعلمية والثقافية منها، أما الدول المتقدمة والتي تخطت مراحل كبيرة في التقدم الحضاري فإن الصحافة الورقية تقوم بتقديم الخدمات التي يحتاجها القارئ في حياته.

• الوظيفة الإقناعية:

حتى تتمكن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة الورقية بصفة خاصة من الوصول إلى نتائج تتفق على حد كبير مع الأهداف المرسومة ضمن سياسة الجريدة أو المجلة، فلا بد أن تعتمد على فلسفة إقناعية معينة حتى تكون موضوع اهتمام الجماهير، فالاعتماد على الإقناع يكون بالتركيز على الواقع كما يراها الجمهور دون تزييف أو تحريف، والوظيفة الإقناعية للجمهور فلسفة محددة أو رأي معين باستعمال عدة أساليب للتأثير على الناس عن طريق النواحي العاطفية عموما²، معنى هذا أن قدرة أي وسيلة من وسائل

¹ - المرجع نفسه، ص 39.

² - عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص 192.

الإعلام على جعل المضمون يتسم بحيوية أكثر واقعية قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة، ومساعدة النظام الاجتماعي على تحقيق إجماع أو ثقافة بين أفراد الشعب الواحد، كل هذا يتم عن طريق الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة بعيدا عن العنف. ومن هنا يمكن القول أن الصحافة الورقية تستخدم كوسيلة تغيير وإقناع وتشكيل رأي عام، مثلما يمكن أن تكون وسيلة لإيصال صوت الشعب إلى السلطة أو مناقشة القضايا السياسية المهمة، من خلال مشاركة الأطراف الثلاث السلطة، الشعب، الإعلاميون، وبالتالي الصحافة الورقية مستهدفة من طرف السياسيين لتحقيق الإقناع وتغيير السلوك السياسي لصالحهم، حيث أصبح غالبية السياسيين يحاولون تقديم أفضل ما لديهم من أجل الوصول إلى إقناع الآخر، وأن الإقناع الاجتماعي يشكل الأساس المركزي في الممارسة الحديثة للسلطة.¹

***وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:**

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة والصحافة الورقية بصفة خاصة، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام، وإذا هذه الوظائف لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة، التي تعنى بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمة تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة، ومهما تعددت أنواع الاتصال الجماهيري، فسيظل هذا الاتصال تحقيق عملية الإقناع، ومن ثم محاولة الوصول إلى تغيير السلوك الفردي والجماعي.²

***الوظيفة التاريخية:**

مع مرور الوقت وتعدد وظائف الصحافة الورقية وشمول مادتها لغالبية أوجه النشاط الإنساني، صارت الصحافة الورقية تقوم بوظيفة هامة وهي تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية، وبالتالي صارت مصدرا من مصادر التاريخ، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية، كما تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فعن طريق الصحف يستطيع المؤرخ رصد الاتجاهات الفكرية وتكوين مصدر التاريخ أيضا عندما يتعلق الأمر بدراسة الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية لمرحلة من المراحل التاريخية في مجتمع، وهنا تقوم هذه الصحافة بوظيفتين

¹- محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الأردن، 2002، ص 103.

²- المرجع نفسه، ص 88.

الأولى رصد الوقائع وتسجيلها والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تصبح من مصادر التاريخ، والثانية قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء الوقائع أو القضايا التاريخية.¹

• وظيفة التنشئة السياسية والتثقيف السياسي:

التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها أن تتشكل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها، أو تغييرها، والسمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان.² أما الثقافة السياسية فيعرفها "غازي" بأنها مجموعة القيم والأفكار والمعتقدات التي تتبلور في مجمع، يتميز في ضوئها عن المجتمعات الأخرى، وهي العامل الذي يؤثر في الأفراد من خلال القيم، لبناء سلوك سياسي اتجاه السلطة السياسية، مع التأثير في اتجاهات السلطة نحو الأفراد، وترتبط الثقافة السياسية بأداة مهمة أخرى من أدوات التنمية السياسية هي التنشئة التي تعني اكتساب الإنسان للأفكار والقيم بفعل تكوينه وتربيته لتحمل موقف اجتماعي معين، فالتنشئة والثقافة أدوات متفاعلة لبناء السلوك السياسي.³ يمكن القول، أن الصحافة الورقية تستطيع أن تقوم بدور مهم في التنشئة السياسية، من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة، أو من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم السياسية.

• الصحافة الورقية وصنع القرار السياسي:

عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية، وتعرف بأنها العملية التي تم اختيار من خلالها مشكلة لتكون موضوعا لقرار ما، وينتج عن ذلك الاختيار ظهور عدد من البدائل، يتم اختيار أحدهما لوضع موضوع التنفيذ والتطبيق.⁴ ويرى الدكتور "ربيع" أن القرار السياسي يعني إرادة أو عمل إداري من جانب السلطة يتجه نحو معانقة الواقع، ويفترض وجود مشكلة معينة تحددت زمانا ومكانا وموضوعا، وأن القرار من ثمة هو تصميم إرادي يعين الانتقال من الإطار المجرد الذي يمكن أن نصفه بأنه عالم الغايات والأهداف إلى الواقع الذي نستطيع أن نحدده بأنه مشكلة أو عقبة أو صعوبة واجهت القيادة السياسية وتعين تصفيتها.⁵ وتتضح أهمية الصحافة الورقية في عملية صنع القرار السياسي من خلال ما يلي:

¹- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، 2، القاهرة، مصر، 1984، ص 96.

²- محمد فلحي، مرجع سابق، ص 94.

³- غازي فيصل، التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة، بغداد، دمشق، 1993، ص 156.

⁴- محمد فلحي، مرجع سابق، ص 95.

⁵- حامد ربيع، الحرب النفسية في المنظمة العربية، دون دار نشر، بيروت، لبنان، 1984، ص 132.

أنها تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياساتهم، تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب، بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل النقاش الجماهيري والرأي العام، توفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة السياسية، داخل الحكومة وخارجها، ومن خلالها تتاح الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهاجمة مواقف معارضتهم، تتيح للمسؤولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور بعرضهم المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية، كما تؤثر الصحافة الورقية في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض سياسات القادة والحكومات، ولا ينكر ما لها من دور في إحداث تغييرات جذرية في السياسات وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشكلات التدخل الحكومي أو بنشرها لمطالب الرأي العام.¹

وخلاصة القول، أن الصحافة الورقية تؤدي دورا مؤثرا في عملية صنع القرار السياسي، فهي تنقل المعلومات السياسية لصناع القرار السياسي، وكذلك للمواطنين وأي تشويه في المعلومات يؤثر في صنع القرار السياسي، كما أنها يمكن أن تطرح بعض البدائل التي يمكن أن يختار بينها صانع القرار السياسي، وتؤثر في مرحلة تكوين ونقل المطالب السياسية إلى صناع القرار، وتؤثر في إدراك صناع القرار للرأي العام، فقد استخدمها صناع القرار للتأثير في الرأي العام من أجل خلق المساندة اللازمة لقراراتهم.

ب- أهمية الصحافة الورقية:

إن الصحافة لها أهمية كبيرة في حياة المجتمعات، نظرا لكون وسائل الإعلام المطبوعة لها أكبر تأثيرا من حيث قدرتها على التغيير ونقل الأفكار والمشاعر على نطاق واسع، لذلك تعتبر ثورة في جميع مراحل الحياة في التجارة والسياسة والتعليم، وحتى في الأمور الاجتماعية، ومن هنا يمكن حصر أهمية الصحافة الورقية فيما يلي:²

باعتبارنا اليوم في عصر الصحافة، فهي تعتبر الوسيلة الأمثل لنقل الأخبار والمعلومات والأحداث على نطاق واسع.

¹ محمد فليح، مرجع سابق، 96.

² نزهة حانون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 70.

تعتبر الصحافة الورقية من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة، ونظرا للخدمات والإشباعات والرغبات التي تلبّيها الصحيفة اليومية لقراءها، توضح أنها أصبحت جزءا من نسيج الحياة اليومية للناس العاديين، فالصحيفة اليومية تقدم خدمات فريدة معينة وتشبع رغبات قراءها، وعندما تغيب الصحيفة عن قراءها فإنه يفتقدها بشدة¹، وهذا ما توضحه نظرية الاستخدامات والإشباعات بأن الفرد يذهب للوسيلة التي تلبّي احتياجاته ورغباته، وحاجات الفرد هي التي تحدد الوسيلة التي يستخدمها، ومن خلالها يشبع رغباته سواء النفسية أو الاجتماعية أو الثقافية وغيرها.

فالصحافة الورقية تعتبر منبرا مهما للرأي العام ومن أنجح وأقدم الوسائل على بلورته والتأثير فيه²، ومن هذا المنطلق يمكن الإشارة إلى نظرية التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، حيث تؤثر عليه بشكل قوي، وتكون استجابة الجمهور للرسائل بشكل سريع، وبالتالي هنا الصحافة الورقية تمثل أداة ووسيلة للتأثير في مواقف الجمهور وسلوكهم وأفكارهم.

تمثل الصحافة الورقية جزءا مهما في الجهاز السياسي لكل دولة، وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذ أحسن استعمالها، ففوة الصحافة الورقية في الانتشار ساعدت على ظهور الصحافة الجماهيرية ونظرا لأهميتها البالغة، أصبحت تلقب بالسلطة الرابعة إلى جانب السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية.

اتساع مجالات المعرفة والموضوعات التي تقدمها الصحافة الورقية، لكن مع ظهور وسائل إعلامية جديدة لم يعد الإعلام العام بما فيه الصحافة الورقية قادرا على مواجهة هذا التحدي الجديد، وفق المستوى المطلوب، الأمر الذي دفع ظهور إعلام متخصص، وبذلك صحافة متخصصة تستطيع أن تقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والعمق والشمولية، وبظهور الصحافة المتخصصة تكون الصحافة الورقية قد ضمنت البقاء على الساحة الإعلامية كوسيلة مواكبة لمتطلبات العصر.³

لكن من جهة أخرى، فإنه على الرغم مما عرفت به الصحافة الورقية من هبة وسعة انتشار، فقد أصبحت تعاني هي الأخرى من منافسة الوسائل التكنولوجية الحديثة خاصة وأن خبراء الاتصال لا يستطيعون الاعتماد عليها كلية، أما عامة الناس فلا يقبلون في الغالب على قراءتها واللجوء إلى استخدام وسائل أخرى خاصة منها السمعية والبصرية بما أنها أنسب له، ومع ذلك تبقى الجريدة اليومية في مجال

¹- المرجع نفسه، ص 70.

²- المرجع نفسه، ص 70.

³- المرجع نفسه، ص 71.

الاتصال المطبوع هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت نفسها على صانعي المواد والقراء على حد سواء، كما أن شبكة توزيعها أكثر كثافة وانتظاما من غيرها من الوسائل المطبوعة الأخرى كالكتاب مثلا.

ثالثا- تاريخ الصحافة الورقية في الجزائر¹

من خلال هذا المدخل سيتم التطرق إلى أهم المراحل التاريخية التي عرفتتها الصحافة الورقية الجزائرية وكذا علاقتها بالجمهور باعتبارها ظاهرة سياسية واجتماعية في المجتمع الجزائري، معتمدين على ذكر بعض الأحداث والظواهر السياسية التي عملت على تحديد وتفسير المسار العام لتطور الصحافة الورقية في الجزائر.

1- الصحافة الورقية قبل الاستقلال:

إن الصحافة الورقية لم تكن موجودة في الجزائر، أي قبل 1830م سنة غزو الفرنسيين للجزائر والاستيلاء عليها، فعندما تجهز الجيش الفرنسي لغزو الجزائر حمل معه مطبعة وهيئة تحرير تشرف على إصدار أول جريدة هي "Sidi Fredj" التي تعد بمثابة صلة ربط داخل الجزائر، فكانت أول صحيفة تصدر مع نزول الجيش الفرنسي على التراب الجزائري باللغة الفرنسية، ويشرف عليها ضابط من الجيش الفرنسي حيث تضمنت معلومات عن الحملة الفرنسية مع بعض الأخبار السياسية الخاصة بفرنسا، وكانت توزع على الجنود وعلى المصالح المكلفة بالحرب ضد الجزائر، وسرعان ما عوضت بصحف أخرى لأن هدفها منذ البداية كان محدودا لا يتعدى محيط الجيش الفرنسي، هذه الصحف الجديدة ذات طابع حكومي واستعماري كجريدة الأخبار التي بدأت تصدر في مدينة الجزائر سنة 1839م وعرفت رواجاً كبيراً حتى سنة 1893م، وبدأ هذا النوع من الصحافة في التطور والتنوع إلى صحف يومية وأسبوعية ومجلات عامة ومتخصصة، وخصت الصحافة اليومية بكثرة المدى الكبرى مثل: الصحافة الحرة، صدى الجزائر، صدى وهران وغيرها، ويمكن تصنيف الصحف التي ظهرت قبل الاستقلال إلى عدة اصناف انطلاقاً من الأهداف السياسية التي ترمي عليها كل صحيفة، فنجد مع الازدهار النسبي بلغ عدد الصحف بالجزائر ما يزيد عن 150 صحيفة، كان أحسن تصنيف لها ذلك الذي بني على مستوى مضامينها وهو كالاتي:²

أ- الصحافة الاستعمارية:

تشرف عليها الحكومة الفرنسية بواسطة ممثليها في الجزائر، امتازت بالاستمرارية ممثليها هم الوالي العام ومعه جميع الإدارة الاستعمارية، بدأت سنة 1847م بإصدار جريدة "المبشر"، واستمر هذا الظهور

¹- زهير احدان، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 27.

²- المرجع نفسه، ص 27.

دون انقطاع حتى سنة 1956، تاريخ توقف جريدة "النجاح"، وليس الصحافة الحكومية إلا ركيعة لتثبيت الوجود الفرنسي وبسط نفوذها على السكان الجزائريين.

ب-صحافة أحباب الأهالي:

تشير هذه التسمية إلى جماعة من الفرنسيين الذين استاءوا من السياسة الاستعمارية وأرادوا أن يقدموا يد المعونة إلى نخبة معينة من المسلمين الجزائريين حتى لا ييأسوا من الوجود الفرنسي في الجزائر، ومن هذه الناحية فهم يقدمون لوطنهم أجمل وأحسن الخدمات ولذا سموا بهذا الاسم "أحباب الأهالي"، وعليه تأسست سنة 1881م جمعية في باريس باسم "الجمعية الفرنسية لحماية الأهالي" تتكون من وزراء ورجال السياسة والعلم والأدب، كانت تهدف إلى تحقيق سياسة المشاركة وقررت في بداية نشاطها جريدة بمدينة قسنطينة باسم "المنتخب" التي كان ظهورها سنة 1883م.¹

ج-الصحافة الأهلية:

يقوم بها جزائريون من ناحية التسيير الإداري والمالي ومن الناحية التحرير والتوزيع، ومضمونها يتعلق بالقضايا الجزائرية وبشؤونهم العامة في علاقتهم بالوجود الفرنسي بالجزائر مع الاعتراف المطلق بهذا الوجود، وقد عرف هذا النوع ازدهارا كبيرا وتطورا واسعا وكانت بدايته منذ سنة 1893م، عندما تأسست جريدة "الحق" في عنابة، وهي تعبر أولا وقبل كل شيء عن ارتياحها للحماية الفرنسية على الجزائر وعن اطمئنانها بالوجود الفرنسي لأنه يخدم مصالح الأهالي، إلا انه يمكن القول أن هذه الصحافة اتجهت اتجاهاين كبيرين:

- اتجاه يدعو المشاركة ويحدد نشاطه في الميدان الاقتصادي والثقافي فقط، ويمتنع عن الخوض في الميدان السياسي، أما الاتجاه الثاني فيدعو إلى الإدماج والفرنسية، ويعني هذا التمتع بجميع الحقوق السياسية والثقافية التي تسمح بها القوانين الفرنسية للمواطنين الفرنسيين.²

د- حركة جمعية العلماء المسلمين والصحافة:

هدف الحركة يعتمد على الإصلاح الديني والثقافي، معتبرة إياه الطريقة المثلى لتكوين الرأي العام الجزائري ضد الإيديولوجية الاستعمارية، انطلاقا من فكرة أن التغيير لعقليات الأفراد قد يؤدي بالضرورة

¹عزي عبد الرحمان وآخرون، عالم الاتصال، مرجع سابق، ص 97.

²زهير احدان، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 30.

إلى تغيير محيطهم¹، وعلى هذا فقد اتخذ الإمام "عبد الحميد ابن باديس" الصحافة منبرا يعلن من فوقه مبادئه للرأي العام، فقد ظهرت صحف في الجزائر بالفرنسية والعربية قبل تأسيس هذه الحركة، لذلك كان طبيعيا أن تستعين بالصحافة الورقية ويجعلها وسيلة من أهم الوسائل لنشر حركتها الإصلاحية، فبعد إنشاء هذه الجمعية سنة 1924م وجمع شمل العلماء الذين يؤمنون بالاتجاه الإصلاحي، أنشأ "عبد الحميد بن باديس" مجلة "المنتقد" سنة 1925م، وبعد 18 عددا خلفتها جريدة "الشهاب" في نفس السنة لتكون لسان حل الحركة الإصلاحية، وكانت تصدر في قسنطينة بين 1925م - 1935م، فاعتبرت الصحيفة الرسمية للمدرسة الإصلاحية في الجزائر، حيث عبرت عن أخبار وأهداف وبيانات وبلاغات وأنشطة الجمعية، فنجد الجمعية في الفترة الممتدة ما بين 1931م - 1939م تعرضت لنوع من الصراع الصحفي بين العلماء والسلطة الإدارية، حيث أنشأت الجمعية الصحفية باسم "السنة" وبعدها أوقفتها الحكومة، أسست في نفس السنة صحيفة "الشريعة" في 7 جويلية 1933م، ثم جريدة "الصراع السنوي" وهي أسبوعية صدرت في 11 سبتمبر 1933م وأوقفت في جانفي 1994م، كما حددت الحكومة في هذه الفترة النشاط الحكومي لبعض أعضاء الجمعية.²

2- الصحافة الورقية في الجزائر بعد الاستقلال:

لقد شهدت الصحافة الورقية في الجزائر بعد الاستقلال مضايقات عديدة من طرف فرنسا إبان الحقبة الاستعمارية، ونجد أن تطور الصحافة الورقية في الجزائر شهدت أربعة مراحل، تبدأ المرحلة الأولى منذ الاستقلال في 5 جويلية 1962 وتنتهي في 19 جوان 1965م تاريخ الانقلاب العسكري على نظام الرئيس بن بلة، وهو تاريخ عرف في النظام السياسي وبداية المرحلة التي تنتهي سنة 1979 تاريخ انعقاد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني وهو حدث سياسي وإعلامي فتح المجال لمرحلة ثالثة لتنتهي سنة 1988م تاريخ عرف أيضا تغييرا في النظام السياسي وبداية المرحلة الرابعة التي نعيشها، فنجد أن هذه المراحل لم تنطلق من فراغ وإنما تركزت على رصيد من التجربة الصحفية الثرية، ومن هنا يمكن التطرق إلى مختلف المراحل التي مرت بها الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال:

المرحلة الأولى 1962 - 1965م والتي تمثل هيمنة الحزب والحكومة على الصحافة الورقية، تمتد هذه الفترة من ثلاث سنوات، وهي امتداد للفترة السابقة (قبل الاستقلال)، باعتبار أن الوضع القانوني

¹ صالح فيلاي، الأزمة الجزائرية الإيديولوجية "الحركة الوطنية"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 1996، ص ص 19-20.

² المرجع نفسه، ص 20.

والإعلامي في الجزائر لم يتغير بعد الاستقلال، ويبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي في جميع الميادين التي ليس فيها تعارض وفق جميع التدابير التي اتخذت عام 1962م، لتطبيق قانون حرية الصحافة الصادرة سنة 1881م الذي ينص على الملكية الخاصة للصحافة الورقية، وبالفعل قد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب، وبدأت تمارس نشاطها بكل حرية بحيث أصبحت توجد ثلاثة أنواع من الصحف: صحف تابعة للدولة، صحف تابعة للحزب، صحف تابعة للملكية الخاصة، غير أن مضمون هذه الصحافة تغير بصفة جذرية بعد الاستقلال، وأصبح يؤدي دورا تجنيدا من أجل الجزائر المستقلة، ولكن الحكومة كانت تنظر إلى الصحافة بشكل من التخوف وبدأت تفكر في الطريق الأنجع لتصفية الملكية الخاصة، فرأت أنه ينبغي قبل إلغاء ما هو موجود من الصحف، إنشاء صحف جديدة وتقويتها¹، وقبل الإشارة إلى هذه الأحداث يجب الإشارة إلى أن الحكومة قد استطاعت أن تهيمن بسهولة على الوسائل الإعلامية الأخرى، فالإذاعة والتلفزيون كانتا قبل الاستقلال تحت نظام الاحتكار الذي فرضته الحكومة الاستعمارية، فنقل هذا الاحتكار إلى الحكومة الجزائرية وأصبحت الإذاعة والتلفزيون تحت تصرفها ومراقبتها الإعلامية والثقافية، أما الصحافة الورقية فبقيت حرة، وكان لابد على الحكومة أن تجعلها تحت هيمنة وسيطرة الحزب والحكومة.

• إنشاء يوميات جزائرية:

عرفت الجزائر فترة امتداد أكثر من شهرين دون وجود صحيفة يومية جزائرية محضة، فالمشكلة كانت هائلة في حق اليوميات، فلم تعرف الجزائر تجربة في هذا الحقل قبل الاستقلال، وكانت الجريدة الوحيدة التي تصدرها جبهة التحرير الوطني بتونس هي جريدة المجاهد الأسبوعية بالعربية والفرنسية، واستمرت تصدر أسبوعيا في الجزائر، ولم تصدر اليومية الجزائرية الأولى إلا في 19 سبتمبر 1962م وباللغة الفرنسية وهي تحمل اسم "الشعب"، وقد اتخذ قرار إصدارها من طرف المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني عندما كان موجودا بمدينة تلمسان إثر الأزمة السياسية التي اندلعت في 1962م، واستمرت هذه الجريدة بهذا الاسم مكتوبا باللغة العربية والفرنسية حتى شهر مارس 1963م، فنقرر حينئذ هذا الاسم بترجمة فرنسية "لويويل" إلى غاية 1965م فتغير إلى اسم "المجاهد"، وفي هذه الأثناء كانت السلطة الجزائرية تبحث عن إصدار يومية أخرى باللغة العربية، غير أن الصعوبات كانت أكثر تعقيدا نظرا لقلّة الوسائل المادية والبشرية، فاليوميات الاستعمارية كانت تصدر كلها باللغة الفرنسية مما استدعى استثمار عدد قليل من الآلات والتجهيزات باللغة العربية، ومن جهة أخرى فإن عدد الصحفيين الذين كانوا لهم خبرة

¹ زهير احداون، الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 96.

بالصحافة الورقية وخاصة باليوميات وباللغة العربية كان قليلا جدا، والأغلبية منهم تركوا ميدان الصحافة وفضلوا العمل السياسي والإداري، مما اضطر المسؤولين إلى طلب إعانة من مصر ولبنان في إيفاد وبعض الصحفيين الذين قاموا بإصدار اليومية العربية الأولى في الجزائر وهي جريدة الشعب في 11 ديسمبر 1962م، وبعد ذلك صدرت يوميتان جهويتان باللغة الفرنسية في وهران جريدة "الجمهورية" في 29 مارس 1963م، والثانية جريدة "النصر" في قسنطينة سبتمبر 1963م، وفي شهر أبريل 1966م تأسست أول يومية مسائية باللغة الفرنسية "الجزائر هذا المساء"، وبظهور هذه المسائية أصبح عدد اليوميات التي أصدرتها الحكومة الجزائرية خمسة، بالنسبة لأنواع الأخرى يمكن الإشارة إلى ظهور أسبوعية "الثورة الإفريقية" باللغة الفرنسية في 2 فيفري 1963م وإصدار مجلة "الجيش" وهي شهرية وباللغة الفرنسية جويلية 1963م وبالعربية في مارس 1964م، بالإضافة إلى هذا لا بد من التطرق إلى الجهد الذي بذلته الحكومة في سبيل تطوير وكالة الأنباء الجزائرية، حيث اتخذت قرارات رئاسية في سبتمبر 1963م تنظم هذه الوكالة وتخول حق الاحتكار في توزيع الأخبار التي اكتفت اليوميات الجزائرية بنقلها، إلى ضعفها وتشابهها من جهة، ومن جهة أخرى أصبحت لا تحمل رسالة إعلامية ينتظرها القراء، وذلك مع وجود الصحافة الاستعمارية التي تعتبر منافسا قويا لها، مما جعل السلطة الجزائرية تفكر جليا في القضاء على هذه الصحافة الاستعمارية.

• القضاء على الصحافة الاستعمارية:

وقد تم ذلك منذ سنة واحدة من إنشاء اليومية الجزائرية الأولى، حيث بدأت السلطة الجزائرية تفكر في القضاء على الصحافة الاستعمارية، فالبديل كان موجودا، ولهذا اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني يوم 17 سبتمبر 1963م وقرر تأميم اليوميات الثلاثية "لاديباشد ألجري" "لاديباشد وقسطنطين" و"ليكو دوران"، ويقول القرار بأن الصحافة الورقية نذكرنا بالعهد الاستعماري، وإن وجودها لا يتلاءم مع السيادة الوطنية رغم موقفها الحالي المعتدل، ومع وجود صحافة وطنية ناشئة لا تقوى على المنافسة، وهذا القرار السياسي الذي اتخذه المكتب السياسي والحكومة يرمي إلى إلغاء الملكية الخاصة للصحافة الورقية، وفرض هيمنة الحكومة والحزب على جميع أنواع الصحافة الورقية، وكانت العقبة الأولى هي الصحافة الاستعمارية التي أصبحت منافسا قويا لليوميات الوطنية.

المرحلة الثانية 1965 - 1979م وهي مرحلة إقامة نظام اشتراكي للإعلام، حيث بدأت بتغيير كبير في الميدان الإعلامي، مما لا شك فيه أن الجهود الحكومية المبذولة في المرحلة الأولى كانت ترمي إلى القضاء على الملكية الخاصة في الميدان الإعلامي، وقد تم ذلك مع بداية المرحلة الثانية وتواصلت

الجهود من طرف الحكومة الجديدة لتمتين الوضع الجديد وإقامة نظام اشتراكي للإعلام، ويتمثل هذا النظام في إلغاء الصحيفة الخاصة وكذلك توجيه الصحافة الحكومية والحزبية حتى تصبح أداة من الأدوات التي تستعملها الدولة لتعزيز سياستها، فهي تقف دائما بجانب الحكومة، تضخم أعمالها الإيجابية وتخفي أعمالها السلبية وتستترها، وهاتين النقطتين (إلغاء الملكية الخاصة وتوجيه الصحافة الورقية) تعتبر من القواعد الأساسية التي يبنى عليها النظام الاشتراكي للإعلام في الجزائر، أما فيما يخص التوجيه فإنه أصبح سهلا بعد أن أصبحت جميع الصحف اليومية تتبع الحكومة، ففي 16 نوفمبر 1967م صدرت قوانين تجعل من اليوميات مؤسسات ذات طابع تجاري وصناعي، وتجعل من هذه المؤسسات صاحب الحق المطلق في التسيير الإداري والمالي، بعد أن جعلته تحت وصاية وزارة الإعلام في توجيه الإعلام والسياسي، فإقامة نظام اشتراكي للصحافة الورقية في الجزائر لم يتم دون الاصطدام ببعض المشاكل الموضوعية منها مشكلة التوزيع ومشكلة الأمية والتعريب، فقد قامت الحكومة باتخاذ قرار بتاريخ 19 أوت 1966م بإنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع. وإعطائها صلاحية الاحتكار في ميدان التوزيع للصحف، فبهذا الاحتكار استطاعت السلطات أن تفرض هيمنتها على توزيع الصحف عن طريق هذه الشركة ممنوع، وأن هذه الشركة لا توزع إلا الصحف التي حصلت على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة، مما أثر على وضعية الصحافة الورقية فلم تعرف ازدهار يذكره، وإن كان ارتفاع السحب في ازدياد، إلا أنها قد جهدت وأصبحت رسالتها الإعلامية ضعيفة وقليلة المصادقية رغم التطورات الكبيرة التي حدثت في المجتمع من الناحية الاقتصادية والثقافية.¹

المرحلة الثالثة: 1979 - 1988م، بدأت هذه المرحلة بحدث سياسي هام وهو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني أواخر جانفي 1979م بعد 15 سنة من انعقاد المؤتمر الثالث، وأهميته تكمن في كونه يوافق لأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام مما يؤكد على أن المشكل الإعلامي أصبح من اهتمامات ومن اختصاص السلطة السياسية، بعد أن أصبحت الحكومة والحزب يهيمنان بصفة كلية على الميدان الإعلامي، وبعد أن أصبح الإعلام محتكرا من طرف الدولة، ففي هذه المرحلة أصدرت السلطات السياسية ثلاثة نصوص يمكن اعتبارها كقاعدة أساسية للنشاط الإعلامي في الجزائر، ففي جانفي 1979م وافق المؤتمر الرابع على لائحة خاصة بالإعلام، وفي سنة 1982م ظهر قانون الإعلام ثم في جوان من نفس السنة وافقت اللجنة المركزية لجبهة التحرير الوطني في دورة خاصة على تقرير شامل يحدد السياسة الإعلامية، ويمكن تلخيص هذا الوضع الجديد في التوجهات الكبرى الآتية:

¹ المرجع نفسه، ص ص 130-135.

يعتبر الإعلام قطاعا استراتيجيا له مساس بالسيادة الوطنية، كذلك إلغاء الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية وتوحيد التوجيه السياسي في الميدان الإعلامي موكل لحزب جبهة التحرير الوطني، كذلك تحديد حقوق وواجبات الصحفيين بصفة أدق من ذي قبل مع التأكيد على أن للصحفي الحق في الاتصال بمصادر المعلومات والاطلاع عليها تحت رعاية السلطات وحمايتهم، إضافة إلى أن للمواطن الحق في الإعلام، فوسائل الإعلام تقوم بإشعاره بكل ما يجري في البلاد سواء كان سلبيا أو إيجابيا.

من جهة أخرى وفي نفس السياق، وضعت اللائحة الإعلامية التي وافق عليها المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني برنامج عمل يؤكد على ضرورة تنويع الصحافة الورقية، بإصدار صحف جهوية وصحف متخصصة حتى تخلق حركية جديدة تدخل نفسا جديدا على الوضع الإعلامي للصحافة الورقية، فلقد تحقق منه بعض الشيء بإصدار يوميتين متتاليتين المساء باللغة العربية وباللغة الفرنسية (Horizon) سنة 1988م، ولكن هذا التحقيق كخطوة أولى لا بد أن تتبعها خطوات أخرى تملئ الفراغ الموجود في الميدان الإعلامي.

وأخيرا لا بد الإشارة إلى نوعية الرسالة الإعلامية في الصحافة الورقية، فلقد تبين مما سبق ذكره، أن الصحافة الورقية فقدت جزءا كبيرا من مصداقيتها، وقد أشارت لائحة المؤتمر الرابع وتقرير اللجنة المركزية حول الإعلام إلى هذه الظاهرة السلبية، لذلك أشارت إلى ضرورة إقامة إعلام موضوعي من شأنه أن يولد الثقة بين الصحافة الورقية وقرائها، لأن الرسالة الحقيقية للإعلام وخاصة الصحافة الورقية هي تزويد القارئ والمواطن بالمعلومات الكافية حول ما يجري في الوطن والعالم حتى يتمكنوا من الحكم على الأحداث وحتى يكون لهم موقف خاص منها، وبذلك المشاركة في جميع الميادين بفعالية وإيجابية.¹

المرحلة الرابعة: من 1990م إلى يومنا هذا، التي أعطت أحداث أكتوبر دافعا قويا للصحافة الوطنية، فالملاحظ أن التغيير الذي شهدته الساحة الإعلامية في الجزائر قد مس بنسبة كبيرة الصحافة الورقية، بعد أن نادى العديد من الأصوات وأكدت على ضرورة تسريح القنوات المسودة، وتوفير الظروف الملائمة لحرية التعبير، ف جاء الدستور فيفري 1989م وأقر التعددية الحزبية وفتح المجال للحريات الديمقراطية، وظهرت التعددية الإعلامية بصدور قانون الإعلام 90-07 في 03 أبريل 1990م، فتبلورت الصحافة المستقلة وظهرت قنوات جديدة للتعبير عن مختلف الآراء والأفكار، فلقد تجسدت الممارسة التعددية

¹ فرحات مهدي، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر "جريدة الشروق اليومي نموذجا"، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر، 2010، ص ص 89-90.

للإعلام مع صدور القوانين والنصوص التنظيمية التي تفسر الأحكام العامة وتحدد الضوابط التي يسير عليها الإعلام، ويمكن تلخيص هذه الإجراءات التنظيمية القانونية فيما يلي:

*إصدار منشور 19 مارس الذي سمح بتشكيل رؤوس أموال جماعية واستثمارها في مجال الإعلام، كذلك المصادقة على قانون الإعلام 07/90 المؤرخ في 3 أبريل 1990م، المتضمن الأحكام المتعلقة بحرية التعبير والتعددية الإعلامية، إضافة لوضع وسائل تنمية جديدة للتكفل بصلاحيات السلطة العمومية وضمان استقلالية المهنة وتمثيلها على مستوى مصادر القرار، أي وزارة الثقافة والاتصال، المجلس الأعلى للإعلام والمجلس الوطني السمعي البصري، تنظيم عناوين صحافة القطاع العلم في شكل شركات ذات أسهم مثل المساء وغيرها في إطار قانون 01/88 المؤرخ في 12 جانفي 1988م والقانون الخاص بصناديق المساهمة، كما تم في ظل هذه القوانين إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار في شكل مؤسسة عمومية اقتصادية منذ سنة 1989م، تنظيم الأقسام الفنية التابعة لمؤسسات الصحافة الورقية، مثل الشعب والنصر والجمهورية على شكل مؤسسات اقتصادية تتولى طباعة الصحف بمعنى القيام بفصل المطابع عن الصحف.¹

لكن الحالة المضطربة التي عاشتها الجزائر منذ بداية التسعينات مع عدم الاستقرار في الشارع السياسي، أدت إلى بروز مشكلات وعقبات كبيرة في طريق الصحافة الجزائرية، أهمها: حرمان الصحافة الورقية من الكفاءات الصحفية الشابة التي تضطرب إلى مغادرة البلاد والتوقف عن العمل الصحفي، المشكلات الفنية التي تتعرض لها الصحافة الورقية بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج والطباعة وعدم قدرتها على تحمل هذه النفقات في ظل الموارد الإعلامية المحدودة، كذلك خضوع الصحافة للرقابة الحكومية الصارمة بسبب حالة عدم الاستقرار السياسي، إضافة لخضوع هذه الصحافة لحالة من الاضطراب الفكري الناشئ عن صراع الموقف والاتجاهات المعبرة عن مصالح الفئات والأحزاب والتيارات التي أفرزتها مرحلة التعددية السياسية والجزئية في الجزائر، والتي تتجلى في المعارك الصحفية التي شهدتها هذه الصحافة.²

¹ -مراقبة إسماعيل، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1999، ص 77.

² - تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، مرجع سابق، ص 267.

3- الصحافة الورقية في الجزائر في ظل الظروف الراهنة:

هي ظروف تغيرت فيها كل المعطيات في جميع المجالات والتغيرات التي عرفتها البلاد كتوالي الحكومات، دخول الجزائر في اقتصاد السوق، التعددية الحزبية، الأوضاع الأمنية غير مستقرة، بروز التيارات الفكرية المتنازعة فيما بينها، كل هذا انعكس على الصحافة الورقية، إذ تنوعت وتعددت وظائفها وأهدافها، وفي ظل كل هذه التغيرات والمناخ السياسي التعددي برزت إلى جانب الصحافة الحكومية التابعة للقطاع العام والصحافة الحرة، صحافة جديدة تهتم بمواضيع الإشارة والترفيه والتسلية وأخبار المشاهير والتي أسست نوع جديد يعرف باسم الصفراء "صحافة الإشارة" إذ تعد قناة خاصة ببيت من خلالها أفكار وتوجهات أقل ما يقال عنها أنها بعيدة عن النوعية والإعلام، لكن بالرغم من كل هذا ظلت الصحافة الأخرى تواصل مشوارها ووظائفها.¹

مما سبق يمكن القول أن التطورات التي شهدتها الجزائر جعلتها تمر عبر مراحل ظهرت على إثرها تغيرات وإصلاحات سياسية كان لها انعكاسها على باقي القطاعات، غير أن في الآونة الأخيرة والجزائر دخلت القرن 21 قرن العولمة وانتشار الانترنت نتجت عنه مشاريع عديدة، منها مشروع تعديل قانون العقوبات المتعلق بالصحافة، اقترح تعديلات جديدة منها آثار الأوساط الصحفية والأوساط السياسية، حيث اعتبرت النقابة الوطنية للصحفيين القانون بمثابة قتل مبرمج للحريات، وبأن السلطة تسعى من خلاله إلى عودتها لأساليب الرقابة المسلطة على الصحافة، وهو ما تعكسه عملية مراجعة بعض مواد القانون التي تكرر حرمان المجتمع من حرية التعبير، وقد تم بموجب ذلك انعقاد اجتماع للنقابات والجمعيات من أجل وضع حد لمحاولات خنق الصحافة من قبل السلطة وأصحاب السياسة.

¹ - فتيحة أوهايبية، مرجع سابق، ص 258.

خلاصة

من خلال هذا العرض يمكن استخلاص، أن الصحافة الورقية كانت ولا تزال من أهم وسائل الإعلام، واستطاعت عبر العصور أن تفرض نفسها كنمط اتصالي تماشى وواكب مختلف المراحل التاريخية وخصائصها، فترك بصماته على ألسنة أهم الشخصيات الفاعلة، فلقد اعتبرت من أدوات الضبط الاجتماعي ووسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية، إلا أنها قد تصبح عامل هدام لا بناء حينما تغير مسارها من إظهار الحقيقة للمجتمع إلى التضليل والكذب وعدم الالتزام بالمصداقية في معلوماتها، وبالتالي تنزلق بمستواها إلى أدنى المستويات.

دائما نجد أن لكل مجتمع خصوصيته التي تؤثر على مختلف الأنظمة الفاعلة فيه، فالجزائر بلد له خصوصيته الثقافية والتاريخية التي تتجلى في كل نظمه وعلى رأسها النظام الإعلامي، وهذا الأخير الذي عرف أحداثا صحفية بارزة مثلت المراحل الأساسية التي عرفت الصحافة الجزائرية قبل الاستقلال وبعده، خاصة أنها لم تكن عصرا حياديا على الوضع العام في الجزائر، بل كانت هي الأخرى من مخلفات الاستعمار الثقافي، والظروف السياسية والاقتصادية التي عاشتها الجزائر بعد الاستقلال أكسبها خصائص ومميزات لا يمكن إخفاؤها، لعل من أهمها ارتباط الصحافة الورقية بالنظام السياسية في الجزائر وفي العديد من المجتمعات الأخرى، مما يعني أن الصحافة الورقية هي وليدة البيئة التي تصدر فيها.

الفصل الثالث: الانترنت والصحافة الإلكترونية

تمهيد

أولاً- الانترنت وسيلة إعلامية

1. خصائص الانترنت
2. الخدمات الاتصالية للانترنت
3. استخدامات الصحافة للانترنت
4. مزايا وعيوب الانترنت

ثانياً- جمهور وسائل الإعلام

1. نشأة جمهور وسائل الإعلام
2. خصائص جمهور وسائل الإعلام
3. أنواع جمهور وسائل الإعلام
4. وسائل الإعلام، اتجاهات الجمهور
5. النظريات المفسرة لجمهور وسائل الإعلام

ثالثاً- مدخل عام للصحافة الإلكترونية

1. الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية
2. خصائص الصحافة الإلكترونية
3. أنواع الصحافة الإلكترونية
4. خدمات ومعايير الصحافة الإلكترونية
5. النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية

رابعاً- الصحافة الإلكترونية في الجزائر

1. نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر
2. نماذج الصحافة الإلكترونية في الجزائر
3. المشاكل والصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر

خلاصة

تمهيد

أصبحت الصحافة الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال في العصر الحديث، حيث يستمد منها الكثير من الأفراد الأخبار والمعلومات عن طريق الاطلاع السهل عليها بواسطة شبكة الانترنت، باستخدام وسائل عديدة كالهاتف، جهاز الكمبيوتر وغيرها، هذا ما جعلها لها أهمية بالغة في حياة الأفراد السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي جميع نواحي الحياة، فهي وليدة التطورات الحاصلة في تكنولوجيا صناعة الكمبيوتر، زادها ظهور شبكة الانترنت صفة العالمية التي أسهمت بدورها في ظهور ما يسمى بالفقارء الإلكتروني أو الصحفي الإلكتروني، وبالتالي أصبحت ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وليصبح المشهد الإعلامي والاتصالي الدولي أكثر انفتاحا وسعة، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دون تعقيدات الصحافة الورقية وموافقة الناشر في حدود معينة، وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية ببسر وسهولة، لذلك استلزم التكيف مع هذه الوسيلة الحديثة التي بدأت تهدد وجود واستمرارية الصحافة الورقية التقليدية، لهذا انقسم الباحثون في رأيهم حيال هذه العلاقة، لكن الثابت أن الوسائل تكمل بعضها البعض رغم الاختلافات الواضحة والموجودة.

وفي هذه الفصل سوف نتطرق إلى الصحافة الإلكترونية عامة ووفي الجزائر خاصة، بعدما شهدت انتقالا تدريجيا في مجال الصحافة من شكلها التقليدي وصولا إلى الإعلام الرقمي الحديث، ففي البداية لم تكن هناك صحف إلكترونية خالصة في الجزائر لكن مع مرور الوقت بدأت تظهر إلى الوجود بعض الصحف الإلكترونية المستقلة عن الورقية، وفي إطار كل هذه الإشكاليات، يتمحور مضمون هذا الفصل حول الصحافة الإلكترونية بداية بالعنصر الأول الانترنت وسيلة إعلامية يتضمن خصائص الانترنت والخدمات الاتصالية للانترنت واستخدامات الصحافة للانترنت ومزايا وعيوب الانترنت، وفي العنصر الثاني جمهور وسائل الإعلام الذي يتضمن نشأة جمهور وسائل الإعلام وخصائصه وأنواعه وكذلك اتجاهات الجمهور في وسائل الإعلام، وإضافة إلى النظريات المفسرة لهذا الجمهور، والعنصر الثالث مدخل عام للصحافة الإلكترونية يتضمن الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية وخصائص وأنواع وخدمات ومعايير هذه الصحافة، إضافة إلى النظريات المفسرة لها، والعنصر الأخير المتمثل في الصحافة الإلكترونية في الجزائر الذي يتضمن نشأتها ونماذجها وأخيرا المشاكل والصعوبات التي تواجهها.

أولاً- الانترنت وسيلة إعلامية:

1-خصائص الانترنت:

لقد أحدث ظهور شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) ثورة معرفية في مجال الاتصالات والإعلام، وغيّرت مفاهيم عديدة تتصل بالعمليات الإعلامية، وقلّبت العالم رأساً على عقب، حيث أمكن لها إتاحة العديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت لسنوات عديدة، وإظهار مفاهيم جديدة تحاول تفسير عمليات الاتصال الجديدة، بما فيها وسائل الإعلام خاصة الصحافة التي حاولت إبعادها من شكلها التقليدي ونقلها إلى عالم إلكتروني جديد، حيث أصبح من الممكن ظهور توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق ليحل محلها ما يسمى بحضارة الوسائط المتعددة، فإلى جانب السمات التي تميز الانترنت في سرعة وضمان وانتشار المعلومات وتبادلها وسهولة الاستعمال، فإن الانترنت كوسيلة اتصالية تمتاز بمجموعة من الخصائص تتمثل في يلي:

تعدد الوسائط المتمثل في تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت من صوت ونص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد أحياناً، وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الانترنت مميزات كل أنواع الاتصال، فهي تكتسب مميزات الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت، وتكتسب ميزة الاتصال التلفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها.¹

وهناك خاصية أخرى من أهم الخصائص التي تتميز بها شبكة الانترنت وهي التفاعلية، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الانترنت كالتخاطب الفوري وخدمات البريد الإلكتروني، فهي تعد أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل، وتمكنه من إدارة عملية الاتصال، فمن خلال شبكة الانترنت تم التحول والانتقال بين طرفي عملية الاتصال من مستقبل الرسالة إلى المرسل لها خاصة من خلال منتديات التفاعل والحوار، حيث تمكن المتصفح لموقع ما من التحوار، الأمر الذي يعطي رجع الصدى سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى.²

كما نجد أن الانترنت تتميز باللاتزامنية المتمثلة في إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام نفس النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظام البريد

¹- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 72.

²- محمد صلاح سالم، العصر الرقمي وثورة المعلومات "دراسات في نظم المعلومات وتحديث المجتمع"، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة، مصر، 2002، ص 81.

الإلكتروني يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية، كما يمكنه استقبال رسائل في غير وقت إرسالها، ويتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به (in box) لحين دخوله إليه، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد¹، وانطلاقاً من هذه الرؤية تحقق الانترنت أنواع عدة من الاتصال، فهناك اتصال متزامن يكون من فرد إلى آخر ويكون حول موضوع محدد ويدخل في تطبيقاته مختلف أنواع برامج المحادثة وأشكالها المختلفة مثلاً: برامج الدردشة، كذلك هناك اتصال غير متزامن يكون من مجموعة إلى مجموعة أفراد مثل المجموعات الإخبارية وذلك حينما يرغب المستقبل في الحصول على المعلومة باستخدام خدمات الويب الدولي، بروتوكول نقل الملفات، ويكون الاتصال هنا من مجموعة أفراد إلى فرد، أو من فرد إلى فرد آخر إلى مجموعة، عندما يكون في حاجة للبحث عن موقع للحصول على المعلومات.

هناك كذلك سمة أخرى تتمثل في النصية الفائقة (HTML) وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر، وأصبحت قياسية لهيكلية المعلومات ووضعها في وثائق، وتحتوي وثائق النص المترابط على روابط تحيل القارئ إلى مواقع أخرى مشابهة، وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى آخر على الشبكة في الحال، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بمواقع أخرى.²

كذلك خاصية اللاجماهيرية أي أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل إلى الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.³

إضافة إلى سهولة الاستعمال وهي أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الانترنت لها، وزيادة إقبال الجمهور عليها، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبيرين لفهمها واستيعابها، فالمرء لا يحتاج لأن يكون خبيراً بمعلوماتها أو مبرمجاً أو مهندساً حتى يتمكن من استخدام الانترنت، فبإمكان أي كان استخدامها بكل سهولة وسير.⁴

وبالنظر إلى هذه الخصائص يتبين أن الانترنت أحدثت ثورة في مجال الإعلام والاتصال، جعلت الساحة الإعلامية حالياً تشهد مناوشات أولية بين التلفزيون والانترنت، فبينما يرى التلفزيون الانترنت

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 58.

² رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 72.

³ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 57.

⁴ محمد صلاح سالم، مرجع سابق، ص 82.

مصدرا من مصادر معلوماته، تراه هي مجرد وسيط معلوماتي جديد يضاف إلى قائمة وسائطها المتعددة، إلا أن الواقع يطرح إمكانية تطور التلفزيون في إطار الانترنت، من خلال التفاعل مع المواد التلفزيونية وتوفير مرونة أكبر في انتقاء القنوات ومواد البرامج وتخزينها وإعادة استخدامها.

2- الخدمات الاتصالية للانترنت:

تعد الانترنت شبكة واسعة لها العديد من الخدمات، تقدمها لمستخدميها في مجالات عديدة منها: الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها، ولا يختلف في أن هذه الخدمات اقتصادية بالدرجة الأولى، فهي تزداد فاعلية وسهولة مع التطور الذي يشهده الانترنت، فالشبكة العنكبوتية تتميز بخدماتها الكثيرة التي انفردت بها عن باقي وسائل الاتصال الأخرى، مما يجعل الإقبال عليها واسع من مختلف شرائح المجتمع لغرض الاستفادة من خدماتها الكثيرة والتي نذكر منها:

البريد الإلكتروني الذي يمكن المشتركين من تبادل المعلومات فيما بينهم، وهو أكثر الخدمات انتشارا واستخداما، حيث يتم إرسال الرسائل واستقبالها عبر الشبكة من مستخدم إلى آخر، وقد تكون الرسائل عبارة عن وثائق أو مستندات أو رسائل عادية وغيرها، وقد تكون الرسائل عبارة عن وثائق أو مستندات أو رسائل عادية وغيرها، وتتكون عناوين البريد الإلكتروني في الانترنت من جزئين: الأول هو صندوق البريد الذي يسبق علامة (@)، والثاني بعد العلامة تكون عادة اسم الحاسب الآلي الذي يستخدمه المشترك، فالصحفي يستفيد من هذه الخدمة في إرسال موضوعاته إلى مكان عمله، وكذا إجراء المقابلات والتحقيقات الصحفية على مستوى المحلي والعالمي، ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الإلكتروني على مرافقها الخاصة، نجد مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد (Hotmail)، وشركة (Yahoo) و(Gmail.com) التابع لشركة (Google)¹، فالبريد الإلكتروني له مزايا عديدة منها انخفاض التكلفة المادية والسرعة في تبادل الرسائل، كما أنه بإمكان المستخدم استقبال الرسائل في الوقت الذي يناسبه وكذا يعمل على تسهيل عمل المؤسسات.

كذلك نجد مجموعة الأخبار التي تمثل مجموعة نقاش، تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونيا عبر الانترنت العديد من المواضيع المختلفة، ولا بد أن يكون مستخدمو هذه المجموعات على وعي تام ببعض الأمور الاجتماعية المرتبطة بالمشاركة في نشاط هذه المجموعات، بالإضافة إلى معرفتهم بالنواحي الفنية الخاصة بكيفية المساهمة في نشاط هذه المجموعات، وإرسال وتلقي الأفكار والرسائل

¹ غالب عوض التوايسة، الانترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010، ص 40.

وغيرها، وتتألف المجموعات الإخبارية من جميع أجهزة الكمبيوتر التي تتلقى المعلومات والرسائل التي تبث عبر شبكة المجموعات الإخبارية، وهي تعد بمثابة مجموعات أو منتديات نقاش إلكترونية.¹

نجد كذلك خدمة جوفر (Gopher)، يقوم بتسهيل عملية استخدام الإنترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات، ويمكنه الإشارة إلى الملفات ومواقع (Telnet) ومراكز معلومات (wais) وغيرها، كما أنه يعتبر برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات، يستخدم على نطاق واسع في الإنترنت، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات.²

وهناك خدمة أخرى للإنترنت وهي الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات (WWW أو WEBH)، ظهرت الشبكة العنكبوتية الدولية www سنة 1991م على يد "بيرنرزلي"، والويب هو ملف أو مجموعة من الملفات يتم تخزينها في حاسوب خادم "Server"، يمكن الولوج إليها عبر شبكة الإنترنت، ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع، لتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات³، فالشبكة العنكبوتية العالمية تعتبر أهم خدمة في الإنترنت من قبل أكبر الشركات خاصة للترويج للخدمات والسلع وكذا من قبل الأفراد.

هناك أيضاً خدمة بروتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol.FTP)، يعتبر طريقة سريعة لنقل الملفات (الكبيرة عادة) بين أجهزة الكمبيوتر البعيدة عن بعضها والموجودة في شبكة تستخدم بروتوكول (TCP/IP) مثل: شبكة الإنترنت، وتستطيع هذه الخدمة أن تدخل على أي حاسب مضيف مسموح لك بالدخول إليه وتنزل أياً من ملفاته وتحمله على الوحدة التخزينية بالحاسب الخاص بك.⁴

نجد كذلك خدمة الاتصال الصوتي (VOIP) والتي يكون فيها الصوت عبر الإنترنت، يعتمد على نقل الصوت خلال بروتوكول الإنترنت، وبدأت هذه الظاهرة كأداة مساعدة لأنظمة الدردشة (IRC) لنقل الصوت في اتجاه واحد، انتشرت في السنوات الأخيرة أنظمة عديدة من (VOIP)، وبانت سهولة الاستخدام وهي أقل تكلفة من استخدام الهاتف العادي وخاصة لمسافات طويلة، ومن أكثر الأنظمة شعبية في مجال

¹ بهاء شاهين، الإنترنت والعولمة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1999، ص 43.

² فارس حسن خطاب، فضائيات العالم الرقمية العربية تت نمونجا"، دار أيلة للنشر، عمان، الأردن، 2010، ص 10.

³ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، مصر، 2011، ص 103.

⁴ أحمد ريان، خدمات الإنترنت، المجمع الثقافي، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2001، ص 20.

الصوت عبر الانترنت هو نظام "سكايب"، وفي السنوات الأخيرة انتشرت أنظمة أكثر تطوراً مثل "فيبر" (Vibre).¹

كذلك هناك خدمة "تلنت" (Telnet)، أو خدمة الربط عن بعد باستعمال برنامج (Telnet)، يتمكن المستخدم من الدخول مباشرة لحواسيب أخرى على الانترنت، إذ توفر هذه الخدمة المجال للعمل عن بعد والتعامل الإلكتروني مع مركز أو مكتب العمل.²

ونجد خدمة المحادثة التي تعتبر من الخدمات المثيرة جداً التي تتميز بها شبكة الانترنت وتستلزم للحصول على هذه الخدمة أحد برامج المحادثة، وهي تتيح التحوار مع أشخاص مختلفين في أماكن مختلفة.

وهناك خدمة القوائم البريدية تمثل قوائم لعناوين بريدية إلكترونية لعدد من المشتركين، ولكل قائمة عنوان خاص بها وموضوع أو خدمة يتبادل المشتركون الرسائل حول ذلك الموضوع أو الخدمة محور المناقشة، فكل رسالة ترسل إلى تلك القائمة تتولى القائمة البريدية إرسالها إلى جميع عناوين المشتركين المدرجين في القائمة، مما يسهل على المشترك متابعة الرسائل والبحث إضافة إلى الاطلاع على الجديد فيما طرح، والقوائم البريدية من أهم الخدمات المنتشرة والمستخدمة بشكل كبير من قبل الهيئات الأكاديمية والتجارية.³

وأخيراً، نجد خدمة محركات البحث التي تمثل برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على شبكات معلوماتية، الشبكة العنكبوتية العالمية أو على حاسوب شخصي، ينبت محركات البحث الأولى اعتماداً على التقنيات المستعملة في إدارة المكتبات الكلاسيكية، حيث يتم بناء فهارس للمستندات تشكل قاعدة للبيانات تفيد في البحث عن أي معلومة، ويسمح محرك البحث للمستخدم أي يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة، ويستدعي قائمة بالمراجع توافق تلك المعايير، تستخدم محركات البحث، مؤشرات وفهارس ومصادر منتظمة التحديث لتشغيل بسرعة وفعالية.⁴

¹- فتحي حسين أحمد عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2011، ص 183.

²- المرجع نفسه، ص 183.

³- أحمد ريان، مرجع سابق، ص ص 41-44.

⁴- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل"، دار الإصدار للنشر، عمان، الأردن 2015، ص 112.

3- الاستخدامات الصحفية للانترنت:

تتعدد أنواع الاستخدامات الصحفية للانترنت، ويمكن إجمالها في ما يلي:
الحصول على كم متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة وبلغات متباينة وفي مجالات متنوعة.

كذلك الحصول على عدد كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الانترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد، ونجد كذلك استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.

أيضا استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي.

وهناك كذلك الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكاتب والجامعات والمنظمات والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة.

كما نجد تطوير مهارات الصحفيين وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية، وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة، في الوقت ذاته.

كذلك نجد استخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده وعناوينه الخاصة واهتماماته وكتبه وقراءاته وغيرها، حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الانترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك.

وهناك أيضا الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين.

ونجد كذلك الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهاراته ومعارفه.

كذلك الاستفادة من آلاف القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوفرة على الانترنت التي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليه.

أيضا نجد استخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية مثل: التغطية باستخدام الكمبيوتر التي تتيح له جميع المادة الصحفية من قواعد البيانات الضخمة بشكل إلكتروني عبر جهازه الخاص وتحليلها والكتابة عنها.

نجد كذلك استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل المخفية ولتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية والاشتراك في القوائم البريدية.

كذلك إرسال واستقبال المواد الصحفية من إلى جريدته ومصادره من أي مكان وزمان ودون تكلفة تذكر، بطريقة تساعده على الاستفادة من البيانات المتبادلة وتوثيقها وتصنيفه.¹

4- مزايا وعيوب الانترنت:

تعد الانترنت وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، ولهذا فهي لا تختلف عن الوسائل الأخرى في أن تكون سلاحاً ذو حدين، وسيلة توظف أو تستخدم استخداماً إيجابياً، أو استخداماً سلبياً، فهي ككل وسيلة إعلامية لها مزايا وعيوب، فكما أنها ساهمت في تطوير المجتمعات والرقى بها وساعدت في تسهيل عملية الاتصال بين كل من المؤسسات والأشخاص، بحيث أصبحت جزءاً من حياة المواطن العادي، إلا أنها في نفس الوقت وربما لسوء استخدامها خلق لها عيوباً:

لقد حظيت الأجيال الراهنة بوسيلة الانترنت فقد حققت لهم الكثير من المنافع المختلفة سواء كانت اجتماعية، نفسية أو اقتصادية وغيرها، فأصبحت منصة اهتمام الشرائح الاجتماعية العديدة بغية الاستفادة من مضمونها العلمية والأدبية والفنية وغيرها، لتحقيق مآرب أخرى، ومن أهم ما حققته الانترنت من مزايا للأفراد ما يلي:

استكشاف العالم ومتابعة كل ما يطرأ عليه من مستجدات في جميع المجالات الثقافية والفنية والرياضية، مما يخلق نوع من الاستكشاف للعالم الخارجي.

كذلك تعلم في البيع والشراء عبر التجارة الإلكترونية وفي الإنتاج والتسويق الإلكتروني.

تنمية مهارات الاستطلاع والتعلم الذاتي، حيث صاغت الانترنت شكلاً جديداً للتعليم والتعلم الاستكشافي والمشوق، وهذا ما يؤدي إلى تنمية مهارة الأسلوب التفاعلي والمشاركة بالمعلومات والآراء والتجارب. كذلك من الإيجابيات للانترنت، تعلم اللغات الأجنبية المختلفة من خلال البرامج والصفحات الموجودة التي يمكن لأي فرد الولوج إليها.

وتوجد كذلك ميزة تعلم مهارات التواصل والحوار مع الجنسيات المختلفة والاطلاع على ثقافات الشعوب.² ومن الفوائد الإيجابية كذلك للانترنت والتي يمكن أن نتطرق لها من خلال دراسة أجريت في ال. م أ على 170 شركة اتضح أن 11% من هذه الشركات نفذت انترنت بالفعل، وأن 12% تقوم بالتنفيذ،

¹- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص ص 43-45.

²- عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 89.

والباقى قيد الدراسة واتخاذ القرار، وقد لخصت الشركات التي نفذت الشبكة الفوائد التي اكتسبتها من استخداماتها الإيجابية في ما يلي:

سهل وجود الانترنت الاتصال بين المستخدمين والتعامل فيها بينهم لأداء العمل بكفاءة وفعالية، 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، وتعاونهم مع الآخرين من جهة أخرى، فكانت حصيداً وجود الانترنت تحقيق توفير في النفقات، مع زيادة إنتاجية العمل كما ونوعاً.¹

كما أن للانترنت فوائد اتصالية كبنية ارتكازية للمؤسسات إدارة الأعمال الإلكترونية، حيث تؤمن الاستخدامات العالمية لتكنولوجيا سهلة الاستخدام وتكنولوجيا معيارية، يمكن تبنيتها من قبل جميع المنظمات، ويتم تبني واستخدام مثل تلك التكنولوجيا المعيارية بغض النظر عن نظم الحواسيب فيه، أو أرضية تكنولوجيا المعلومات المعتمدة، وبعبارة أوضح فإن الانترنت تزود الأفراد والمؤسسات بتكنولوجيا سهلة الاستخدام، ومعايير بالإمكان تبنيتها واستخدامها من جميع المؤسسات، فهي اتصال مباشر بين الأطراف المعنية بعمل إدارة المؤسسات من دون وجود وسطاء تؤمن وصول واسترجاع مباشر للمعلومات من عدة آلاف من المؤسسات والجهات المشاركة المنتشرة في مناطق مختلفة من العالم، فهي تؤمن خدمات متواصلة ومستمرة وتكون متاحة 24 ساعة في اليوم، بالإضافة إلى إمكانيات التوسع في قنوات الربط والتخفيض في نفقات المراسلات التجارية في التكاليف التي يدفعها البائع والمشتري وما شابه ذلك من تكاليف.

تقوم الانترنت بتأمين 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 العملاء في التسويق ودعم المستهلكين، كما أن العديد من نماذج الأعمال الإلكترونية الجديدة والمبتكرة قد برزت وتوفرت على الانترنت، بما في ذلك الوجهات الافتراضية وصانعي البوابات، ومجهزي المحتوى الإلكتروني، ومبادلات البحث المباشر ومؤسسات النشر ومجهزي الخدمة على الخط المباشر، وكذلك تؤمن الانترنت قدرات التسويقية من خلال عروض للمنتجات والخدمات والمعلومات الخاصة عبر الاستخدام السهل والمثير للشبكة العنكبوتية.²

¹- عبد الفتاح التميمي، الشبكات المحلية والانترنت، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، ص 52.

²- عامر إبراهيم قندلجي، شبكة المعلومات والاتصالات، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 148.

إضافة لما سبق ذكره، فهناك استخدامات إيجابية أخرى متنوعة وعديدة للانترنت في مختلف المجالات، حيث دخلت خدماتها مجالات التعليم والتجارة وأصبحت جزءا هاما من حياة المواطن العادي، ومن بين هذه الاستخدامات الإيجابية ما يلي:

نجد التعليم عن بعد فهو أحد الطرق الحديثة نسبيا مثلا ما يحدث في الجزائر الآن بسبب فيروس كورونا لجأت الوزارة إلى فرض التعليم عن بعد عن طريق الانترنت، 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 بعيدا عن المعلم بمسافة جغرافية، يتم عادة تغطيتها باستخدام وسائل الاتصال الحديثة ووسائل النقل التعليمية الإلكترونية، التي قد تشمل الأقمار الصناعية وأشرطة الفيديو والأشرطة الصوتية والحاسوب ووسائل الملتيميديا وغيرها من الوسائط المتاحة لنقل المعلومات.¹

كذلك استخدام الانترنت في المكتبات فنجد معظم المكتبات اليوم على اختلاف أنواعها وأحجامها أصبحت لها موقع إلكتروني عبر الشبكة العالمية، وأصبح بالإمكان الاطلاع على فهارسها انطلاقا من مكان تواجد المستفيد، وذلك بالاعتماد على تقنية (online public access catalogue) opoc ، 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 والاقتناء.²

كذلك هناك التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، وهو جانب إيجابي آخر للانترنت، التي تمثل مجموعة متكاملة من عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق وبيع المنتجات.³

رغم المزايا العديدة التي تتمتع بها الانترنت، إلا أن لها الكثير من السلبيات التي تطغى، وعندما نقول سلبيات فإن هذا لا يعود إلى الوسيلة بالدرجة الأولى، إنما المستخدم الذي يعتبر السبب الأول، لأن سوء الاستخدام من طرفه قد يعود بالسلب في أغلب الأحيان، ومن بين سلبياتها ما يلي:

¹ - محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار الميسرة للنشر، الأردن، عمان، 2004، ص 401.

² - jacquesson Alain, l'information des bibliothèques-historiques, stratégies perspectives-cercle de la librairie, paris, 1995, p 232.

³ - أبو القاسم محمد أحمد، التسويق عبر الانترنت، دار الأمين، مصر، 2000، ص 18.

ضياح الوقت خاصة بالنسبة للأفراد الغير متخصصين، حيث نسب كبيرة منهم لا يستخدمونها على الوجه الأكمل¹، بمعنى أوضح يقضون معظم أوقاتهم في التجول عبر الانترنت دون تحديد الهدف، وقد تؤدي بهم إلى الإدمان على بعض المواقع على الانترنت وصعوبة التخلي عن هذه العادات السيئة، كالإدمان مثلا على مواقع التواصل الاجتماعي ولهذا السبب تم إنشاء مصحات أو مستشفيات على مستوى الدول الأوروبية لمعالجة هذا النوع من الإدمان، كذلك احتوائها على مواقع لا أخلاقية أو ما يسمى بالإباحية الإلكترونية مما أدى إلى انتشار الآفات الاجتماعية والمحرمات التي اخترقت من جراء ما ينشر عبر الانترنت التي كسرت كل القواعد التي وضعتها المجتمعات خاصة الإسلامية.

كذلك نجد التبعية الإعلامية، حيث رسخت الانترنت مفهوم التبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية وطبيعة توظيفها، حيث استغلت خدماتها في العمل الدعائي المسيطر على التكنولوجيا، الغرب عموما وأمريكا خصوصا، وبكل سلبياتها ومواقفها العدائية المعروفة من الشعوب النامية ومنها العربية.²

كذلك نجد عبر شبكة الانترنت نشر معلومات تهدد استقرار المجتمع، وتعمل على بث الرعب فيه من خلال تشجيع العنف والإرهاب، وكمثال على ذلك الكتاب إرشاد الإرهابيين، الذي استخدمت معلوماته لتنفيذ عملية تفجير المبنى الحكومي بولاية أوكلاهوما الأمريكية، إضافة إلى مسألة غسيل الأموال واختلاسها وسرقة بطاقات الائتمان وغيرها، وقد حاولت بعض الدول وضع قوانين للحد من هذه المخاطر اللأخلاقية، حيث أقر الكونغرس قانون حماية الأطفال من الانترنت، وأصدرت تونس والسعودية مراسيم وإجراءات لمنع بعض المواقع.³

نجد كذلك مشكلة المصادقية، فالمستخدم لا يستطيع تقييم مصداقية المعلومات التي يتحصل عليها لضمان القيام بتغطية موضوعية فيما يتعلق بالصحفيين، أو بناء مواقف متزنة وموضوعية للمستخدمين بشكل عام⁴، فالمعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصادرها ويمكن أن تزيف المعلومات أو تستخدم الادعاءات الملققة.

كما أن للانترنت مخاطر نفسية وصحية على المستخدم، فقضاء الباحثين والإعلاميين وقتا طويلا في البحث عبر الانترنت عن مواضيع شتى قد يؤدي إلى عدم تركيزهم على الموضوع الأصلي وفي ذلك

¹- عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة للنشر، لبنان، 2005، ص 188.

²- عبد المالك رمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 2000، ص 120.

³- أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام والموجة الرقمية الثانية، إيتراك للنشر، القاهرة، مصر، 2008، ص 183.

⁴- عامر إبراهيم القندلجي، مرجع سابق، ص 306.

مضیعة للوقت، إضافة إلى الإصابة ببعض الأمراض النفسية أو ما يعرف بالصدمة النفسية أو التكنوسترس (Techon stress)، التي تحدث القلق والغضب والانطواء على النفس، ناهيك عن الأمراض الجسمية كالإصابة بالتعب المنكر وتقرس، كما تعمل على تعطيل القدرات الذهنية للعقل البشري بشكل لا يحتاج معها بذل جهد عقلي أو إبداع فكري¹، وبالتالي هذه الأعراض تقلل من دور الجهد العقلي للصحفي، وقدرته على الإبداع في التحليل والتفكير وقراءة ما بين السطور فيسود التقليد والروتين.

مما سبق ذكره، يمكن إرجاع السبب الرئيس وراء هذه السلبيات هو صعوبة رقابة شبكة الانترنت، حيث أصبح من السهل تبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات دون قيد قانوني، من دعايات التحريف المقصود للأخبار ونشر معلومات محرض نشرها في وسائل الإعلام المحلية، وقد حاولت بعض الحكومات والهيئات المسؤولة وضع برامج واستخدام طرق وأدوات تخصص للقيام بهذه المهمة، وذلك للحد من هذه المواقع التي تقوم بنشر مواد سيئة ومنافية للقيم ومعلومات تحدث هزات اجتماعية، كما لها مخاطر تخلق العزلة الاجتماعية بين الأفراد، حيث أن الانترنت أفقدت الوحدات التقليدية التي كانت مسؤولة عن التنشئة الاجتماعية، وأصبحت بديلا عن التفاعل مع الأقارب والأصدقاء، بالإضافة إلى دعوة الميل إلى أفكار غريبة متناقضة للقيم والتي تعرض بأساليب تبهر المراهقين مثل: العلاقات الغريبة الشاذة والتشجيع على الانتحار مثل لعبة الحوت الأزرق التي أدت بالكثير من المراهقين إلى الانتحار، وتعتبر الأخلاق الأكثر عرضة لشبح الانترنت، إضافة إلى تأثيراتها السلبية على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد خصوصا داخل الأسرة، مما تؤدي إلى الحد من العلاقات الاجتماعية.

يمكن القول أن الطبيعة الدولية لشبكة الانترنت تعني أنه لا يمكن الرقابة عليها، ولكن لا يعني هذا بأنه لا يمكن عمل أي شيء حول مضمون الانترنت، فالاستراتيجيات المتاحة للتعامل مع هذه القضايا المثارة على الشبكة والتي عرفتها هيئة الإذاعة الأسترالية (DBA) تتمثل في: تطوير قواعد الأداء للمشاركين في الانترنت، وتطبيق التشريعات والقوانين الحالية، أو إدخال تشريعات معينة تحرم التعامل مع محتوى معين، مع إنشاء خطوط بريد إلكتروني سريع لتحديد المحتوى غير القانوني.

¹- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 87.

كذلك تطبيق التطورات الفنية في الرقابة على وصول الصغار والأطفال إلى مضمون الانترنت، من خلال تحميل برمجيات تعلم وتصفية المحتوى غير المناسب، إضافة إلى تثقيف وتوعية المستخدمين بمزايا ومضار الانترنت.¹

وبالتالي شبكة الانترنت استطاعت نقل الإعلام على عصر معايشة الحدث باللحظة، كما كان لها أثر عميق في تسريع العمل الإعلامي، وتسهيله وتزويده بكافة المعلومات من خلال خدماتها وما تحمله من ميزات، وهذا ما يفسر كثرة المواقع الإعلامية وتزايدها بشكل كبير، واعتمادها كأداة رئيسية لجمع المعلومات والأخبار.

ثانياً - جمهور وسائل الإعلام

1- نشأة جمهور وسائل الإعلام:

لم يتكون المفهوم الزاهن لجمهور وسائل الإعلام طفرة واحدة وإنما مر بعدة مراحل، كان لكل واحد منها الأثر الكافي لإضافة عناصر أساسية وإدخال تعديلات شكلية على مفهوم الجمهور، وهذا تبعا للتطور التاريخي العام وتطور تقنيات الاتصال الجماهيري على وجه الخصوص، ومن هنا يمكن التطرق إلى أهم تلك المراحل التي ساهمت في تكوين مفهوم الجمهور حيث حددها "قسايسية" في خمسة مراحل مترابطة ببعضها البعض يمكن تحديدها فيما يلي:

المرحلة الأولى تعتبر أهم مرحلة وأولها في تاريخ وسائل الإعلام الحديثة، حيث تم اختراع حروف الطباعة على يد العالم الألماني "جوتنبرغ" ما ساهم في ظهور "جمهور القراءة" بفضل إصدار النشريات والصحف، وساد في تلك الفترة مصطلح "الجمهور العام"، وهو عبارة عن عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون تبعا لترتيبهم ومستوى تعليمهم وتطلعاتهم الفكرية والدينية.

في المرحلة الثانية كان للتطور الصناعي أثر كبير في تطوير الطباعة والتي ساهمت في تطوير الصحافة وتسويقها، خاصة الصحافة الشعبية أو الموجهة إلى أفراد "المجتمعات الجماهيرية" التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى، وفي هذه المرحلة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلزم وسائل الإعلام²، ومن هذا المنطلق نجد أن الصحافة هنا تغيرت وتطورت عن المرحلة الأولى، بفضل التطور الصناعي الذي كان له الأثر والدور الكبير في تطويرها.

¹ محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2001، ص 229.

² علي قسايسية، المنطقات النظرية والمنهجية لدراسات المتلقي "دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر"، أطروحة دكتوراه (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص ص 66-67.

وفي المرحلة الثالثة كان هناك عامل ثالث ساهم في الصياغة الحالية للجمهور ورسم معالمه الحديثة، وهو ظهور وسائل الإعلام الالكترونية، من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي وتلفزيون في خمسينيات القرن نفسه، إذ أصبح الجمهور غير محدد في المكان بعدما باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة، وبينهم وبين المرسل أو القائم بالاتصال من جهة ثانية، وظهر شكلان جديان من الجمهور ويتعلق الأمر بجمهور المستمعين والمشاهدين.

أما بالنسبة للمرحلة الرابعة التي تتجلى في تبني مبادئ الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحرية الصحافة والحق في الإعلام من مبادئها، حيث انعكس ذلك على درجة وعي المجتمع بأهمية الإعلام ودوره في السياسة والاقتصاد والثقافة، فلم يعد يقتصر مفهوم الجمهور على مجرد القراء أو مستمعين ومشاهدين، وإنما يتضمن ناخبين يمتلكون سلطة تقرير المصير واختيار قادة بلادهم، وحتى مستهلكين يتحكمون في سلوكهم الاستهلاكي.¹

وأخيرا المرحلة الخامسة التي تميزت بثورة تكنولوجيات الاتصال الحديثة، لم تكتمل بعد ولا زالت آثارها قائمة إلى يومنا هذا، ونجم عنها مصطلحات جديدة تم إطلاقها على جمهور وسائل الإعلام مثل: مستعملي أو مستخدمي الانترنت (inter nautes) وجمهور الويب (web audience)، وجمهور على الخط (online audience) وحتى مصطلح الجمهور الالكتروني (e-audience)، هذه المصطلحات أعطت للجمهور أبعادا جديدة تتجاوز الحدود السياسية والجغرافية والثقافية للبلدان والشعوب والأمم، هذا لا يخفى على أحد منا أن هناك عدة عوامل ساهمت بشكل أو بآخر في تشكيل مفهوم الجمهور وتطويره، حيث كان الاهتمام بدراسات الجمهور منذ القدم محل اهتمام الكثيرين سواء من قبل مالكي وسائل الإعلام أو حتى رجال الأعمال وصناع الإشهار وحتى رجال السياسة، فالكل كان يبحث ما وراء الجمهور المستهدف، وعن كيفية استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور، فوسائل الإعلام تسعى للحصول على الإعلانات من خلال كسب أكبر قدر ممكن من الجمهور، فيما يريد رجال الاقتصاد بيع سلعهم لهذا الجمهور بأي ثمن أو وسيلة.²

مما سبق ذكره، نجد بأن هناك عوامل أساسية أدت إلى ظهور وتكوين مفهوم الجمهور، ولولا هذه المراحل لما وصل مفهوم الجمهور إلى ما هو عليه في يومنا الحالي، بدأ بجمهور القراء الذي أدى إلى ظهور على جمهور عام غير محدود ويختلف من حيث المستوى العلمي والديني، ثم بفضل التطور

¹ - المرجع نفسه، ص 68.

² - المرجع نفسه، ص 69.

الصناعي الذي أدى إلى تطوير الطباعة، بدأت تتشكل الصحافة بجمهورها في المدن الصناعية الكبرى مما أدى بها إلى تحديد شكلها الجماهيري الذي لازال ليومنا هذا، ثم أصبحت هناك وسائل إعلام إلكترونية من إذاعة وتلفزيون، اللذان جعل الجمهور غير محدد في المكان بعدما كان في المرحلة الأولى محدد ضمن السكان المحددين ببيئة واحدة، وهنا بعدما كان الجمهور قارئ فقط أصبح جمهور مستمع ومشاهد، هذا ما تطور في المرحلة الرابعة بعدما أصبحت وسائل الإعلام لها الحرية والحق في الإعلام عن مبادئها، هنا زاد وعي المجتمع بأهمية الإعلام من الناحية السياسية والاقتصادية والثقافية، وبالتالي تطور مفهوم الجمهور إلى ناخبين لهم الحق في تقرير مصيرهم والتحكم في السلوك الاستهلاكي، وفي المرحلة الأخيرة لم يقتصر الجمهور على مفهوم واحد بل حدثت ثورة تكنولوجيات الاتصال الحديثة ، وأصبحت هناك مفاهيم عدة للجمهور من جمهور ويب وجمهور على الخط والجمهور الإلكتروني المتفاعل والواعي والمسيطر.

وفي هذا السياق، يمكن حصر العوامل التي كانت السبب وراء تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام في أربعة عناصر:

أول عنصر الدعاية، حيث ارتبط ظهور دراسات الجمهور وتطورها باستعمال وسائل الإعلام لغرض الدعاية وبالخصوص الصحافة الورقية والسينما المتحركة، وهذا في الفترة ما بين الحربين العالميتين الأولى (1914 - 1918م) والثانية (1939 - 1945م)، لتمس أكبر عدد ممكن من المجتمعات الجماهيرية، حيث ساد الاعتقاد بأنها مجرد تجمعات بشرية لا حول لها ولا قوة ويمكن قيادتها والتأثير فيها بالكيفية التي يرغب بها القادة الأقوياء، وهذا ما خلق العديد من الدراسات التي تناولت التأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور، واستندت على نتائج الأبحاث والتجارب السيكولوجية والسوسيولوجية وحتى الفيزيولوجية والعرقية لمحاولة معرفة وتوظيف آليات قيادة الشعوب.

ثاني عنصر ألا وهو الإشهار، لقد كان له دور فعال في تنشيط دراسات الجمهور، سواء تعلق الأمر بالمعلنين عن السلع والخدمات المادية وغير مادية أو بالناشرين أي موزعي الرسائل الإشهارية على الجمهور، فحتى الدراسات التي تتجزها مراكز علمية أو أكاديمية غالبا ما تكون ورائها مصالح تجارية، وحتى ظهور التكنولوجيات الحديثة عزز من الدراسات التي تهتم بالجمهور لغرض إشهاري خاصة مع تعرض الجمهور للرسائل الإشهارية عبر القنوات الفضائية ومواقع شبكة الويب.¹

¹ المرجع نفسه، ص ص 91 - 92.

وهناك كذلك أهم عامل من عوامل تنشيط دراسات الجمهور والاستجابة للديمقراطية وهو الرأي العام، حيث تميل الحكومات على كسب تأييد رعاياها في القرارات والمحافظة على قبول الرعايا ومصالحهم تحسبا لأي انتخابات، حيث تخصص الأحزاب السياسية ميزانيات معتبرة للمحملات العلمية من خلال تمويل الصحف ومختلف وسائل الإعلام لغرض كسب الرأي العام، حيث كان ظهور دراسات الرأي العام كلازمة للأنظمة الديمقراطية، ثم تلتها دراسات الجمهور مع انتشار وسائل الإعلام كمظهر من مظاهر ممارسة الديمقراطية، وقد تكاثفت دراسات الجمهور خلال النصف الثاني من القرن 20 ضمن تطور الدراسات الإعلامية بصفة عامة، حتى أصبحت صناعة قائمة بذاتها ومتخصصة في قياس الرأي العام وتعمل لحساب الحكومات والأحزاب.

وأخيرا الاحتجاجات العلمية، حيث برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام دراسة معمقة لأهداف علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين، بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية ومضامينها ووسائل الإعلام والآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور، فالكه الهائل من الدراسات التسويقية وتوجهات الرأي العام وفرت جوا للمقاربات الإمبريقية مما دفع بالباحثين الإعلاميين إلى اختبار وإعادة صياغتها من أجل إثراء مشروع النظرية العلمية للإعلام والاتصال.¹

مما سبق ذكره، يمكن القول بأن لولا هذه العوامل الأساسية لما تطورت دراسات جمهور وسائل الإعلام فكل عامل أثر من جهة معينة، فالدعاية والإشهار كان من أجل تعرض الجمهور للرسائل الإشهارية عبر القنوات الفضائية ومواقع الانترنت، وبالتالي الهدف كان ربحي اقتصادي أكثر وبالنسبة للرأي العام كان من أجل تحقيق الديمقراطية ومعرفة آراء الجمهور حول القضايا الراهنة لكي تكون الحكومة على دراية بآراء شعبها خاصة خلال الانتخابات، أما الاحتجاجات العلمية أكيد لهدف علمي والوصول إلى نظريات علمية للإعلام والاتصال.

2- خصائص جمهور وسائل الإعلام:

لدراسة جمهور وسائل الإعلام، لا بد من التعرف على خصائص وسماته قصد التوصل لرغباته وميولاته، ومن أهم الخصائص والسمات التي تميز جمهور وسائل الإعلام ما يلي:

¹ - إلهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء "دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين"، أطروحة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2010، ص 73.

الخصائص الأولية أو العامة، وهي التي تتوفر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة، والتي لا دخل للفرد في اكتسابها وغير قابلة للتغيير، مثل السن، الجنس، السلالة، مكان الازدياد، حيث شهدت هذه المرحلة في بحوث الإعلام اهتماما بهذه السمات وفئاتها، وهذا من خلال علاقتها بأنماط سلوك الجمهور مع وسائل الإعلام ومفرداتها ومحتواها.

وهناك الخصائص المكتسبة أو القابلة للتغيير، مثل اللغة والدين ومكان الإقامة، والوظيفة والتعليم والدخل والحالة الزوجية¹، يمكن القول أن هذه الفئات لها دلالات اجتماعية، حيث أن عناصر بعض الفئات مثل السن والنوع والتعليم والدخل يمكن أن يتمايل في سلوكياتها اتجاه الرسائل الإعلامية. كما حدد "Maquail" الخصائص الظاهرية للجمهور على النحو الآتي:

الحجم الواسع (large Size)، حيث يتخذ شكل الجماهير حجما أوسع بكثير من الأشكال الأخرى، كذلك التشتت (Dispersion)، إذ تتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة ما أكسب الجمهور بعدا كونيا (Global) مع الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة وخاصة الانترنت، حيث أصبح الجمهور غير محدد في المكان وأضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان وفي نفس الزمن (Ubiquitous)، كذلك يكون أفراد الجمهور غير متجانسين الأمر الذي يجعلهم متميزين في احتياجاتهم وإدراكهم ومصالحهم واهتماماتهم وفي سلوكهم الاتصالي، فعناصر الجمهور غير معرفين بذواتهم ومجهولون لدى بعضهم البعض من جهة، ولدى القائم بالاتصال من جهة أخرى، كذلك هناك غياب للتنظيم الاجتماعي، حيث أن تباعد عناصر الجمهور وعدم معرفتهم ببعضهم البعض يفقدهم القدرة على التوحيد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور.²

وهناك الخصائص الاجتماعية التي لها علاقة بالسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام والتي تؤثر في أنماط الاستخدام والرضا والإشباع وحدود تأثير وسائل الإعلام، ونجد ما يلي:

العزلة والانتماء الاجتماعي، ففي حالة غياب الانتماء الاجتماعي بين أفراد الجمهور، يصعب على القائم بالاتصال التوقع بسلوك أو رد فعل أفراد الجمهور المنعزلين، لأن سلوكهم في هذه الحالة العزلة سوف يتمثل في سلوك الحشد الذي يصعب احتوائه في إطار المعايير العامة للمجتمع.

كذلك هناك جماعات الانتماء، فالفرد ينتمي إلى جماعات عديدة سواء بصفة اختيارية أو جبرية، فهو عضو في الجماعات السكانية جبريا، وينتمي أيضا خلال تاريخ نموه إلى جماعات أخرى اختياريا مثل:

¹- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993، ص 36.

²- علي قساسة، مرجع سابق، ص 76.

الجماعات التعليمية والتنظيمات السياسية وغيرها، فجماعة الانتماء هي الجماعة المرجعية التي يشارك فيها الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في سلوكه الاجتماعي. كذلك من السمات الاجتماعية، نجد الأطر المرجعية والمعايير الثقافية السائدة، فالفرد انطلاقاً من انضمامه لجماعة معينة وخلال مراحل حياته يكتسب العديد من المعارف والخبرات والمهارات نتيجة تفاعله مع الآخرين، وهي التي تمثل مرجعية ثقافية له تساعد في نظريته وتكون اتجاهاته نحو موضوع معين.¹

3- أنواع جمهور وسائل الإعلام:

لم يتفق العلماء على حصر دقيق لأنواع الجماهير، واجتهد كل واحد على حسب اختصاصه في إيجاد أنماط وأنواع جمهور وسائل الإعلام، فهناك من حددها كما يلي:

الجمهور المفترض، وهو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال، أي الذين يمتلكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة، فكل الذين يمتلكون جهاز استقبال تلفزيوني أو إذاعي يشكلون الجمهور المفترض لهما، وجمهور الصحيفة يقاس غالباً بعدد نسخ السحب والمبيعات والمرتجعات، أما جمهور الصحيفة الإلكترونية المفترض فهم الذين يتوفرون على جهاز كمبيوتر واشترك دوري في الانترنت.

وهناك كذلك الجمهور الفعلي، وهو يمثل مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلاً العرض الإعلامي مثل المشاهدين المواطنين على برنامج تلفزيوني معين والمستمعين المداومين على حصة إذاعية أو قراء الصحيفة، خاصة المشتركين أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر Click على الرابطة link.

أما بالنسبة للجمهور المستهدف، فهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بغض النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي سيتخذه منها، فهناك من أفراد الجمهور الذين يستجيبون للرسالة، وهناك من يتجاهلونها تبعاً لتطبيقاتهم مع احتياجاتهم ومصالحهم المادية واهتماماتهم الفكرية والإعلامية وقيمهم الثقافية والروحية ومعتقداتهم الدينية.

¹- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 66.

وهناك نوع آخر أيضا من أنواع الجماهير وهو الجمهور النشط، وهو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية سواء بالإيجاب من خلال الإعلانات التجارية والحملات الانتخابية، أو بالسلب وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياده.¹

فيما يفضل باحثون آخرون التمييز بين نوعين اثنين من الجمهور وهما:

الجمهور العام لوسائل الإعلام، وهو نوع الجمهور المتلقي الذي ينتمي إليه معظم أفراد الجمهور، فالفرد في هذا الجمهور العام لوسائل الإعلام غير متجانس وغير منظم وليس له إحساس بالعلاقة مع الآخرين، وليس لديه معرفة بشيء مشترك بينه وبين الآخرين، فهو في الحقيقة قد عرض نفسه على وسائل الإعلام الجماهيرية بصورة فردية وشخصية ومجزأة، وهو بذلك لا يحس بأي نوع من الرفقة مع الآخرين الذين يملكون نفس الاهتمامات، وهو لا يفكر في نفسه كواحد من أي مجموعة مهما كان². ومن هنا يمكن القول، أن الغموض الجمهور العام لوسائل الإعلام يتفاعل بشكل مستقل مع الرسائل الإعلامية. وهناك النوع الثاني، وهو الجمهور المتخصص لوسائل الإعلام، على الرغم من أن هذا النوع من جمهور وسائل الإعلام منتشر ومجهول أساسا وغير متجانس في أغلب الحالات، إلا أنه يتكون من الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة أو التوجه الذي يدفع الأفراد لأن يكونوا أعضاء في الجمهور نفسه، فإذا اشتركت مثلا مجموعة من أفراد ذوي اهتمامات ومصالح معينة في صحيفة "ول ستريت جيرنال" فإنهم عادة يكونوا متجانسين وخاصة إذا وضعنا بعين الاعتبار الاهتمام الاقتصادي على الأقل، ومن ثم فهذا الجمهور يعد متخصصا من حيث الاهتمام بالاقتصاديات³، ومن هنا يمكن القول أن أنواع جمهور وسائل الإعلام يختلف من باحث لآخر ولكل منهم تصوره، ويمكن استنتاج أن الأنواع الأقرب والشاملة للجمهور هي التصنيف الأول، لأن بالفعل الجمهور هو من يمتلك الوسيلة من أجل استقبال المادة الإعلامية، وكذلك هو الجمهور الذي يستقبل البرامج ويشاهدها، وهنا بالفعل فهو فعلي بدرجة كبيرة، فهذه البرامج تكون مستهدفة للأفراد، وبالتالي قد يستجيبون لها أو يتجاهلون لها كل حسب اهتماماته ومعتقداته لأن التعرض لبرامج إعلامية يكون حسب الاشباع التي تحققها للفرد، فإذا استجاب لها فهو يعتبر فرد نشط ومتفاعل وإذ لم يستجيب لها فهو غير متفاعل لأن الاستجابة تكون بالسلب والإيجاب.

¹- محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004، ص 104.

²- محمد الصيرفي، الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 2009، ص 129.

³- المرجع نفسه، ص 129.

*أهمية دراسة الجمهور:

يعتبر الجمهور الهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال، وإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة كاملة عن قدرات الجمهور العقلية وخصائصه النفسية العاطفية والأولية، فسوف يجد ذلك رهن مقدراته على الوصول إليه وإقناعه، مهما كانت الرسالة مهمة، ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة، فهناك العديد من المتغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه مثل: تفكيره وعواطفه وتعليمه وسنه وشخصيته ومزاجه وميوله، ودراسة الجمهور لا تعني التعرف عليه فقط من أجل التوافق معه إذ لابد من مراعاة اسقاطه، فالكاتب في الصحيفة أو غيرها من وسائل الإعلام لا يكتب لنفسه بل لقارئ محدد، وهذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد أن الصحيفة تعكس اهتمامه ورغباته وتوافق آرائه واتجاهاته، وردود الفعل المتوقعة منه، لهذا السبب تهتم الصحف ووسائل الإعلام الأخرى بالعمليات والقضايا والحوادث الشخصية والتربية كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف أو زيادة الإقبال والتعرض على أساس أن حب الاستطلاع لدى الجمهور يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البنية الأقرب، ولذا تعتبر خطوة تحديد معالم فئات الجمهور خطوة أساسية ولازمة لنجاح الاتصال الفعال مع الأخذ في الاعتبار بأهمية وانتساب المعلومات بدأ من الجمهور المستهدف، وذلك بهدف تقديم الرسائل الاتصالية الفعالة التي تتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه، وقد بدأ الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام كموضوع دراسة مستقل عن المواضيع الإعلامية الأخرى منذ ثلاثينيات القرن الماضي مع تعاضد الإحساس بقوة التأثير البالغ التي تمارسها وسائل الإعلام في علاقتها بالجمهور كأفراد وجماعات نتيجة الخلاصات التي كانت قد وصلت إليها الدراسات السيكولوجية والسوسيولوجية.

ويمكن أن نقسم بحوث الصحافة لجمهورها إلى نوعين: هناك دراسات عن جمهور القراء التي تقدم مجموعة من المعلومات الإحصائية، تسمح بتحديد توزع كل صحيفة بين كتلة الزبائن (الجمهور) حسب أعمارهم وجنسهم وسكنهم ومهنتهم ودراساتهم وأنماط معيشتهم وغيرها، وتعد الحاجة الاقتصادية لدراسة الأسواق هي الموجة الأولى لمثل هذه الدراسات قبل الاهتمام بالبحث العلمي، وهناك دراسات عن سببية المطالعة وأجوائها، تهدف إلى تحديد سببية مطالعة القراء للصحف وكيفية هذه المطالعة بشكل أدق.¹

مما سبق ذكره، يتضح أن الجمهور يمثل أهمية مركزية في عملية الاتصال، ودون شك هو الممثل الرئيس للاتصال الجماهيري، لأنه هو الذي يعطي لوسائل الإعلام السبب في أن تكون اجتماعية وكذلك يمنحها أهميتها في كل المجالات سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية وغيرها.

¹ تيسير أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، دار جرير للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص 122.

4- وسائل الإعلام واتجاهات الجمهور:

تشكل اتجاهات الناس تبعاً للمعلومات والآراء والحقائق التي يتعرضون إليها، فإذا كان فرد ما لا يعرف شيئاً عن موضوع ما، فلا يمكن أن ينشأ لديه اتجاه نحو ذلك الموضوع،¹ وفي هذا السياق فوسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً مهماً في تكوين اتجاهات الأفراد من خلال المعلومات والرسائل الاتصالية التي تنتجها، حيث أكدت العديد من الدراسات والأبحاث على وجود علاقة وطيدة بين الاتصال وتغيير اتجاهات الأفراد.

وفي هذا السياق، يرى "روجرز" أن الإنسان كيف تفكيره بما يمكنه من أن يرفض المعلومات التي لا تتفق مع نظريته²، أي أن الشخص يتبنى الأفكار والمعلومات والحلول والبدائل تبعاً لقيمه واتجاهاته والتي تساندها وتدعمها ولا تتعارض معها، وهذا ما يعرف بالتعرض الانتقائي.

ويميز الباحثون بين أربعة عناصر مهمة في وسائل الإعلام والاتصال تساهم في تعديل وتغيير وتوجيه الاتجاه لدى الجمهور:

مصادقية مصدر الرسالة، حيث ينصب اهتمام الباحثين في علوم الإعلام والاتصال على دراسة المؤثر الفاعل، وباعتباره مصدر الرسالة المكتوبة مثل الصحيفة، والشفوية التي تكون في الإذاعة، والسمعية البصرية التي تكون في التلفاز، ولذلك فهو سيستمر دوماً في العمل على التأثير في الآخرين بغية تغيير اتجاهاتهم الأصلية خصوصاً إذا تعارضت مع قيم المؤسسة ومعاييرها، وقد بمصادقية المرسل استجلاء كافة العوامل التي يمكن أن تكون لها صلة بدرجة كفاءة مصدر الرسالة.

كذلك نجد الرسالة، التي تعتبر بمثابة المضامين المعبر عنها، علماً بأنها تتفاوت بأنواعها وحتى أشكالها، فنجد رسائل مكتوبة وأخرى شفوية، وهناك رسائل غير لفظية، فالحدث الاتصالي هو مجموع هذه الرسائل الملفوظة وغير الملفوظة والتي تشكل المعنى الإجمالي للمضمون الاتصالي، ولهذا فإن فلاسفة العهد القديم كانوا يهتمون بخصائص وصفات الرسالة، ومن بينهم أرسطو الذي تناول موضوع الرسالة من خلال التركيز على عامل بناء الرسالة وعامل الانطباع العام، وهو طرح يرتكز القول بأن جميع العوامل المرتبطة بعملية صياغة المعلومات التي تتضمنها الرسالة تعتبر ذات قيمة في تحديد مدى الاستجابة، وبالتالي فعاليتها في سيرورة تغيير الاتجاه، ونظراً لأن الرسالة لا بد وأن تتطوي على قدر كبير من التأثير

¹- محمد مزيان، القيم والاتجاهات في علم الإعلام والاتصال، دون دار نشر، الجزائر، 2005، ص 82.

²- المرجع نفسه، ص 82.

في الآخرين حتى تقبل دون نقد، فإنه يتعين عليها تجنب إثارة أي إحساس بالشك¹، وفي هذا المقام يرى أصحاب هذه النظرية أنه لا شك أن الرسائل الهادفة إلى التأثير تختلف في قدرتها على إحداث التغيير في الاتجاهات.

ويقف نجاح الرسالة في تغيير الاتجاهات حول ثلاث عناصر وهي:

أولها بناء الرسالة الذي يعد من بين العوامل الأساسية المؤثرة في الرسالة، حيث أنه إذا توفرت الرسالة على الخصائص مرضية ومستحبة، فإن تغييرها قد يزيد في شدة الاتجاه التحضيري². وهناك انطباع الرسالة العام، بحيث الانطباع العام الذي تحدته الرسالة العامة على الجماهير له أثر بالغ في تكوين اتجاهاتهم.

وأخيراً مستقبل الرسالة، حيث يؤكد غالبية الباحثين على الدور المهم لخصائص المتلقي أو مستقبل الرسالة الذي يحاول إدراك محتوى المضمون المعبر عنه في الرسالة الاتصالية ومقارنتها بما يملك من خبرات اتصالية سابقة للتوصل للمعنى الحقيقي، والقيام بدور تبادلي مع المرسل من خلال عمليات الإدراك والتعبير، ولا بد للمتلقي من معرفة أولية بالنظام الرمزي حتى يمكنه الاشتراك وبفعالية في العملية الاتصالية.

ثاني عنصر وهو سمات تغيير الاتجاه، نجد أن تغيير الجمهور لاتجاهاته قد يكون نتيجة للحصول على معطيات ومعلومات جديدة متعلقة بالموضوع، ومن هذه السمات نجد النشاط الاتصالي الذي يقوم على أن التغيير في مميزات الاتجاهات السابقة يحدث نتيجة الإرسال والحصول على بيانات ومعلومات جديدة، أما السمة الثانية فترتكز على الموقف الاتصالي الذي اكتسبت فيه المعلومات نوعاً ومصدراً، وهذا يعني التغيير الذي طرأ على خصائص الموقف.

والعنصر الثالث الذي يقوم على تغيير الاتجاهات لدى الجمهور وهو عنصر التأثير، الذي يترك آثاراً غير مباشرة من خلال العلاقات والتعاون الجماعي وفق نظام يحقق شبكة التفاعلات أو ما يعرف بالتأثيرات المتبادلة، فهذا التفاعل ضروري، يحقق لنا إمكانية دراسة جميع المشكلات المتعلقة بمختلف التأثيرات وحالاتها المتباينة وآليات خاصة والتي يمكن أن تتناول مضامين يمكن مطابقتها، وأن مسألة مقاومة

¹- المرجع نفسه، ص 89.

²- المرجع نفسه، ص 91.

الرسالة الإقناعية قد لا يمكن إرجاعها على عامل الهروب من قدر التأثير بمواجهة حملة إقناع خاصة تستند إلى عدة تأثيرات.¹

5- النظريات المفسرة لجمهور وسائل الإعلام:

هناك عدة دراسات ونظريات اهتمت بتفسير جمهور وسائل الإعلام وتحديد خصائصه، هي نظريات تتكامل فيما بينها بشكل يعطي نمطية وصفية للجمهور، بهدف تصنيفه وفق فئات ديمغرافية وتحديد أساليب اتصاله، ليسهل في النهاية تحليل واقعة في سياقاته المختلفة، ومن هذا المنطلق يمكن تحديد نظريات جمهور وسائل الإعلام فيما يلي:

نظرية الحدث التاريخي، فهي تتضمن عنصرين هامين، الأول يتعلق بتاريخ وسيلة الإعلام نفسها أي مدة ظهورها، حيث أن هذه الوسائل تطورت تاريخياً بالتدرج في توجهها لجماعات اجتماعية معينة قبل أن تتوسع لجماعات أخرى، بمعنى أنها كانت موجهة اهتماماتها نحو فئة معينة ثم توسعت لتشمل جماعات أخرى، أما العنصر الثاني فيشمل نجاح بعض وسائل الإعلام في تكوين هوية أو شخصية إعلامية مميزة تتجه لنوع معين من الجمهور²، حيث تعنى هذه النظرية بتفسير نوعية جمهور الوسيلة الإعلامية من خلال تحليل مضمون العرض الذي تقدمه وهو مرتبط بمجرى الزمن، لأن التاريخ يلعب دوراً مهماً في تكوين حجم ونوعية جمهور الوسيلة الإعلامية، لكن يمكن القول هنا أن ليس بالضرورة مكانة وسيلة معينة يكون مرتبط بتاريخ ظهورها، فنجد مثلاً الصحافة الإلكترونية رغم ظهورها بعد الصحافة الورقية إلا أن لها شعبية واستخدام أكثر بالنسبة للجمهور من الصحافة التقليدية، وبالتالي أصبحت هي المسيطرة من الوسائل الأخرى.

نظرية الفروقات الفردية، التي تقوم على أن جمهور وسائل الإعلام يأتي نتاجاً لعمليات عديدة من الاختيار الشخصي المبني على اختلاف الأفراد في أذواقهم واهتماماتهم وحتى الفرص المتاحة أمامهم، ومن هذا المنطلق، فقوانين العرض والطلب تعمل على تأكيد حصول الجمهور على ما يريد من وسائل الإعلام، وتزداد وجاهة هذا المنظور في ظل المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام المختلفة في صراعها من أجل اجتذاب أكبر عدد من الجمهور، وتفترض هذه النظرية أن مختلف المضامين الإعلامية المنتجة بناءً على الخبرة والدراسات الميدانية سوف تكون محل إعجاب قطاعات متوقعة من الجمهور³، في هذا

¹- المرجع نفسه، ص 124.

²- علي قسايسية، مرجع سابق، ص 97.

³- المرجع نفسه، ص 98.

السياق، يمكن القول أن هذه النظرية واقعية بدرجة كبيرة، لأن الجمهور يختار الوسيلة الإعلامية ومواضيعها بناء على رغباته وميولاته وما توفره تلك الوسيلة من إغراءات لجذبه وما تحققه من اشباع له، لأن الأفراد يختلفون من حيث الذوق والاهتمام.

إضافة لنظرية اختلاف مصادر الترفيه، فالاستعدادات والفائدة من استقبال الرسائل الإعلامية أكثر من تركيزها على المحتوى أو الاختيار النشط للمحتوى من قبل الجماعات الاجتماعية، حيث يتوقف ذلك على ثلاث عناصر وهي وقت الفراغ المتوفر والمستوى التعليمي ووفرة المال فمثلاً: نجد أن استخدام الفرد للصحافة الإلكترونية يكون أقل جهد وتكلفة ووقت من استخدام الفرد للصحافة الورقية.¹

وكذلك النظرية الوظيفية، التي تقوم على أن الجمهور سيطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية لإشباع رغباته أو حل مشكلاته، ومن ثم فإن كانت هذه الحاجات والرغبات والمشكلات انعكاساً لظروف اجتماعية أو أحوال معيشية معينة، فإن الجمهور سيعبر عن الارتباط بين أنواع معينة من المضامين الإعلامية والحاجات النوعية لجماعات اجتماعية معينة.²

كذلك نجد نظرية "هابرماس"، الذي اهتم فيها باتجاهات الجمهور حول وسيلة إعلامية معينة، فقام بدراسة نقدية لوسائل الإعلام، حيث اعتبر "هابرماس" أن وسائل الإعلام والاتصال تعد بمثابة وسيلة مهيمنة للدولة ومؤسساتها البيروقراطية وتستخدم في خدمة أغراضها أو تكوين رأي عام يخدم برامجها، وهذا من خلال أهميتها بالنسبة لوسائل الوعي الجماعي في المجتمع، كما حاول "هابرماس" توضيح علاقة ذلك بالاتجاهات، وإيضاح كشف هذه الوسائل المهيمنة الرسمية وغير الرسمية، كما حاول "هابرماس" ربط مصدر التطور التاريخي والعلاقة السلبية والإيجابية بنوعية الاتجاهات في المجتمع وعلاقة ذلك بوسائل الإعلام والاتصال منذ نشأتها وحتى يومنا هذا³، يمكن القول هنا أن "هابرماس" رأى أن الوسائل الإعلامية تعمل على تكوين الرأي العام من خلال البرامج التي تبثها وتكون تخدم الدولة بصفة خاصة، بالتأثير على رأي شعبها وتغيير اتجاهاته لصالحها.

¹ - سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2009، ص 18.

² - علي قسايسية، مرجع سابق، ص 98.

³ - الدسوقي عبده إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية "تحليل نظري"، دار الوفاء لعنوا الطباعة، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 169.

ثالثاً: مدخل عام للصحافة الإلكترونية.

1- الخلفية التاريخية للصحافة الإلكترونية:

أ-نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في العالم:

يرى بعض الباحثين أو ولادة الصحافة الإلكترونية كان مع بداية السبعينات، وظهور خدمة "التلكتست" عام 1976م، كثمرة تعاون بين مؤسستي (independent bbc and broadesting)، ولقد شهد عام 1979م ولادة خدمة الفيديوكتست الأكثر تفاعلية مع نظام Prestel على يد مؤسسة (British Telecom Authority) البريطانية، وبناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستخدمين، دخلت بعض المؤسسات الصحفية الأمريكية منتصف الثمانينات على هذا الخط، وبذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل إلكتروني إلى المستخدمين عبر الاتصال الفوري المباشر، إلا أن هاته المحاولات لم تلقى النجاح المطلوب، وتكبدت خسائر مالية قدرت حينها بـ 200 مليون دولار أمريكي، لذلك توقفت مشاريع هاته المؤسسات الصحفية، ويرجع المختصون البداية غير الموفقة للصحيفة الإلكترونية إلى عدم توفر تقنيات متطورة بما فيه الكفاية لتسمح بوصول غير مكلف وسهل إلى المحتوى الإلكتروني، زيادة على نقص الاهتمام بهذا النوع من الخدمات الإعلامية من قبل المعلمين والمستخدمين على حد سواء، لكن مع بداية التسعينات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني إضافة إلى حاجة المستخدمين إلى الخدمات الإلكترونية، ولقد ارتبط نجاح خدمة التلكتست باعتمادها على جهاز التلفزيون، أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فمرتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي وتطوره.¹

وكانت أول صحيفة إلكترونية تقدم خدماتها للجمهور وهي "كولومبس ديسباتش" أما الصحف الأخرى فتشمل "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، إلا أن هذه الصحف توقفت سنة 1982م، بعد انقراض الشراكة مع شركة "كومبريسيف"، وتبع ذلك ظهور خدمات صحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية مثل "ألبي بي سي" في سنوات 1985م و1988م.²

وكان لمراكز أبحاث "مري كيوري" أثر بالغ في تطوير بعض الجرائد الإلكترونية مع البدايات الأولى لهذا النوع، حيث أتاح المركز صحيفة "سان جوزيه مركيوي نيوز (San José Mercury News) على الخط المباشر عام 1993م، لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الويب، والتي أتاحت خدمات

¹- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص48.

²- عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص93.

إضافية مثل أرشيف الأخبار ولوحة النشرة الإلكترونية للقراء للاتصال بالمحررين وخدمات أخرى لم تكن معروفة من قبل، كما أن صحيفة "إلكترونيك تلغراف" التي هي بمثابة نسخة إلكترونية من صحيفة "ديلي تلغراف"، كانت من الصحف الإلكترونية الأولى الرائدة في بريطانيا والتي ظهرت سنة 1994م، وتلتها صحيفة التايمز في سبتمبر من نفس العام، حيث تضمنت أول ندوة نقاش تفاعلية.¹

في السياق نفسه، كانت الصحف الإلكترونية سباقة إلى مرحلة "الكل الرقمي"، حيث تسارعت العديد من الصحف والمجلات إلى حجز مكان لها على شبكة الانترنت وهذا بالتعاون مع الشبكات التجارية مثل أمريكا أون لاين، بروديجي.

ونجد من بين العوامل التي ساهمت في انتشار الانترنت خلال تسعينات القرن الماضي، أن الصحف الورقية كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة.

كذلك زيادة تكلفة الإنتاج والتوزيع، وانخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعنيين إلى وسائل إعلان أخرى، أما الدوافع التي جعلت الصحف المطبوعة تدخل عالم النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي الصحف المطبوعة أرادت أن تحجز لها مكانا على الطريق السريع للمعلومات، كذلك نجد أن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال خوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة، ولذلك فإن أغلب الصحف الورقية أوجدت لها مكانا في الانترنت من خلال النشر الإلكتروني الذي ساهم في انتشارها والتوسع في مجالات التوزيع.²

خلال سنة 1993، انطلق أول موقع للصحافة الإلكترونية على الانترنت كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع "بالوالتو أون لاين" (PALOALTO)، وبعدها جاء موقع بالوالتو ويكلي (PALOALTO wiki)، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة خاصة مع توفير خدمة الانترنت مجانا في الو.م.أ بلاد العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزءا من تطور وتوزيع شبكة الانترنت، وقد بدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى النشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995م، حيث زاد عدد الصحف الأمريكية التي أنشأت لها مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية

¹- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية 'دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع'، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص

.27

²- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 113.

1994م إلى 115 صحيفة عام 1995م، ثم إلى 368 صحيفة في منتصف عام 1996م¹، يمكن القول أن انتشار الصحف على الانترنت بدأ في الو.م.أ والمملكة المتحدة سنة 1994م، فالانترنت في هذين البلدين ساهمت في فتح مجالاً واسعاً لبروز المواقع الإلكترونية للصحف الإلكترونية.

تعتبر "الواشنطن بوست" أول صحيفة أمريكية مضامينها عبارة عن نشرة تعدها الصحيفة ويعاد صياغتها، وفي كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبنية، وقد أطلق على هذا المشروع "الحبر الورقي" وكان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحضير والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز ولا حدود²، وهنا يمكن القول أن الانترنت أتاحت الفرصة للكلمة المكتوبة بأن تخترق الحدود وأحدثت ثورة في مجال الاتصالات من خلال عملية النشر الإلكتروني للصحف الورقية.

ففي سنة 1997م تمكنت صحيفتا "لوموند" و"ليبيراسيون" من الصدور دون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية الصحيفتان صدرتا على مواقع في الانترنت لأول مرة وتصرفت إدارة التحرير بشكل طبيعي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل يومياً، حتى أن الصحيفتين أحسوا بشيء جديد وهو اختلاف العلاقة مع القارئ لأول مرة، فقد عرف مجال النشر الإلكتروني للصحف ارتفاعاً كبيراً، فخلال سنة 1998م نشرت مجلة (Editor and Publisher) قائمة بـ 2859 جريدة يومية وأسبوعية لها مواقع على الويب، من بينها 1749 جريدة موجودة بالو.م.أ³، فمن خلال تتبع صدور الصحافة الإلكترونية نجد أن الو.م.أ استحوذت على مجال النشر الإلكتروني وصنعت لنفسها الريادة في نسبة إصدار الصحف الإلكترونية عبر العالم.

وحول موضوع تزايد عدد الصحف الإلكترونية وانتشارها في العالم يقول الدكتور "فيكي": لقد تزايدت الاتجاه في الصحف على مستوى العالم إلى التحول للنشر الإلكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991م لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الانترنت، ثم تزايد العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996م، وقد بلغ عدد الصحف عام 2000 على الانترنت 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن حوالي

¹- عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر، عمان، الأردن، 2012، ص 53.

²- عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص 94.

³- المرجع نفسه، ص 28.

99% من الصحف الكبيرة والمتوسطة في الوم.أ قد وضعت صفحاتها على الانترنت¹، ويعد من الطرق أدخلت التكنولوجيا الاتصالية الإلكترونية الجديدة تغيرات غير مسبقة على صناعة الصحافة، فأدوات الكمبيوتر مثل معالجة الكلمات، وجمع الحروف إلكترونيا وتكنولوجيا الإنتاج والنشر الإلكتروني، قد أضافت كفاءة وفعالية أكبر في صالات التحرير، غيرت من أدوات المحررين والمصممين.² هذه الميزات هي التي جعلت الصحافة الإلكترونية تسيطر على الجمهور من الصحافة التقليدية وبالتالي تؤدي إلى عزوفهم عن الصحافة الورقية.

ويرى اتحاد الجرائد الأمريكي أن التكنولوجيا الجديدة تعد ضمانا لانتعاش مستقبل صناعة الصحافة، سواء تضمنت الوسائل الجديدة لهذه الصناعة أو خدمات الكمبيوتر المباشر أو تكنولوجيا الأقراص المدمجة أو أي تكنولوجيا ناشئة، فإن الجرائد يجب أن تؤمن مكانها كمصدر أولي للمعلومات بغض النظر عن الوسيلة التي تقوم بتوصيل المعلومات من خلالها.³ ومن هنا يمكن القول أنه بفضل الانترنت أصبحت الصحف تتنافس محطات التلفزيون والراديو، لأنها تستطيع استثمار وسائل اتصال جديدة من نص، صوت، صورة، فيديو حتى ولو لم يكن هناك مردودية مالية واضحة.

ب- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

مواكبة للتطور والنقلة النوعية التي عرفتتها الصحافة الإلكترونية على المستوى العالمي، كان لزاما على الصحافة في الوطن العربي أن تساير هذا التطور، ويعتبر البعض أن الانترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن نشأت في الغرب بسنوات قليلة، بالقياس إلى انتشار الراديو والتلفزيون في العالم العربي. فمثلها حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية، فقد نشأت بالمنطقة العربية عدة مواقع إلكترونية بعضها تصنع الخبر، حيث تكفي بإعادة نشره بعد استفادته من وكالات الأنباء، وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات التلفزيونية والجرائد المطبوعة، وهذا النوع الذي يستقل بذاته كليا، أي لا يوجد له مقابل في الصحافة التقليدية.

عندما دخلت الانترنت إلى العالم العربي توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات، فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبر عن اهتماماتها، حيث

¹- صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 182.

²- شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص ص 28، 29.

³- المرجع نفسه، ص 29.

تتواجد الصحف العربية على الانترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في أغلب الأحيان، ويتم تحديث معظمها يوميا أو دوريا بالنسبة للصحف الأسبوعية، كما تتواجد صحف إلكترونية يعود الفضل في ظهورها إلى الانترنت دون تواجد نسخ ورقية لها.¹

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الانترنت في سبتمبر 1995م، أين صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة الشرق الأوسط وكانت على شكل صور، والجريدة الثانية "النهار" اللبنانية في جوان 1996م، والثالثة هي "الحياة" التي صدرت في الفاتح من جوان في العام نفسه، والرابعة هي "السفير" اللبنانية وجريدة "الأيام" البحرينية في أواخر عام 1996م، وفي فبراير سنة 1997م، ظهرت "الجمهورية" كأول صحيفة مصرية على الانترنت، ثم تلتها "الأهرام" في أوت 1998م، وتليها بعد ذلك صحيفة "الأخبار" في سنة 2000م، وهكذا فقد ازداد عدد الصحف العربية على شبكة الانترنت، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية عربية مع حلول سنة 2000م، وهو عدد قد تضاعف بعدها، حيث لم يعد بالإمكان إحصاء الصحف العربية المتواجدة على الانترنت حاليا لعدم توفر قاعدة بيانات دقيقة.²

في هذا المقام رصد الدارسون للصحف العربية الإلكترونية عدة أهداف لأجلها أنشأت الصحف الورقية مواقع لها وأوجدت لها مكانا على شبكة الانترنت وأهمها ما يلي:

جذب جيل جديد من الشباب يتواصل مع النسخة المكتوبة، تحقيق أكثر انتشار للصحف الورقية، كذلك تغطية نقص النسخ المكتوبة في بعض مناطق التوزيع من الداخل والخارج، مواكبة تقنيات النشر الإلكتروني وتحقيق عوائد مادية في الإعلانات الإلكترونية.³

تتواجد الصحف العربية على الانترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية، ففي أغلب الأحيان يتم تحديث معظمها يوميا أو دوريا بالنسبة للصحف الأسبوعية، كما تتواجد صحف إلكترونية يعود الفضل في ظهورها إلى الانترنت دون تواجد نسخ ورقية لها، وتجدر الإشارة هنا إلى أن ظهور الصحافة العربية الخالصة على الانترنت والتي لا تملك مقابلا ورقيا كان متأخرا نوعا ما، حيث تعتبر صحيفة "الجريدة" أول صحيفة إلكترونية عربية خالصة صدرت في 2000م، تليها بعد ذلك جريدة "إيلاف" اللبنانية التي انطلقت في 2001م من لندن، وتتمتع بعدة مزايا خاصة بالصحف الإلكترونية، وتشير آخر الإحصائيات لعام 2007م، التي قدمتها رابطة الصحف الأمريكية إلى أن عدد مستخدمي

¹- حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2007، ص 88.

²- إلهام بوتلجي، مرجع سابق، ص 48.

³- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2011، ص 53.

الانترنت المتكلمين باللغة العربية وصل 5.28 مليون أي نحو 5.2% من تعداد المستخدمين في العام، كما شهد عدد مستخدمي الانترنت باللغة العربية أكبر وتيرة نمو في تاريخه بين عامي 2000 و 2007م، حيث بلغت نسبة النمو 93.8% مما يدل على مستقبل جيد في عالم الصحافة الإلكترونية بالمنطقة العربية.¹

وشهدت السنوات الأخيرة، عشية ثورات الربيع العربي زرع بذور مرحلة جديدة في تطور الصحافة الإلكترونية العربية، جاءت نتائجها في انبثاق دور أكبر وحضور أوسع للصحافة الإلكترونية في الحياة العامة، ومساهمة كبيرة في بداية تشكل مجال عام جديد في العالم العربي مع الثورات والتحولت العربية في عام 2011م.

وترصد أبرز مظاهر التحولات التي شهدتها هذه المرحلة ما يلي:

التوسع الكمي الكبير في الصحف الإلكترونية، حيث شهدت السنوات الأخيرة تزايداً كبيراً في أعداد الصحف الإلكترونية، فقد اكتمل وجود نسخة إلكترونية لمعظم الصحف اليومية والأسبوعية، وبات يظهر وجود وسيلة إعلامية دون وجود موقع إلكتروني يقدم خدمات إخبارية أو خدمات رقمية توفر المحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، فالتطور المهم هو التوسع الكمي الكبير في أعداد الصحف الإلكترونية غير المنتمية لوسائل الإعلام التقليدية، وأصبح في كل بلد مئات الصحف من هذا النوع، وبلغ عدد هذه الصحف في الأردن في عام 2011 نحو 400 موقع إلكتروني إخباري، وتراجع إلى نحو 175 موقعا بعد تعديلات على قانون المطبوعات والنشر الذي أعاد تعريف المطبوعة الصحفية لتشمل الصحف الإلكترونية، وبالتالي تطلب منها الحصول على الترخيص الرسمي، وفي المغرب تنامي عدد الصحف الإلكترونية ووصل في عام 2012 إلى نحو 500 صحيفة إلكترونية.

عشية اندلاع أول شرارة الربيع العربي كانت تونس تتمتع بأفضل بنية تحتية في التكنولوجيا الرقمية في إفريقيا، وتجاوزت نسبة انتشار الهواتف المتنقلة 27% بينما الوصول إلى الانترنت 36%، وعلى الرغم من البنية التكنولوجية المتقدمة فقد تعرضت الصحافة الإلكترونية في عهد ما قبل الثورة للقمع والتضييق والملاحقة، وتضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية أضعافاً وأصبحت بالمئات ولا يمكن تحديد إحصاء لها حسب تقرير الهيئة العليا لإصلاح الإعلام 2012م، تكرر هذا الأمر بسيناريوهات مختلفة في التطور الكمي للصحافة الإلكترونية في مصر حيث شهدت تضاعفاً كبيراً لأعداد الصحف وتنوعها مع تزايد عمليات الحجب.

¹- حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، مرجع سابق، ص 88.

شهدت الصحافة الإلكترونية العربية ظهور صحف جديدة أكثر مهنية وأكثر قربا للمعايير الجديدة للاعتراف الصحفي الرقمي التي باتت تتضج على المستوى العالمي، ففي عام 2017 نما سوق الإعلانات الرقمية عالميا بنحو 17% وبات يتجاوز التلفزيون، لكن أغلب هذه الإعلانات تذهب إلى شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك، بينما تذهب نسبة قليلة للصحافة الإلكترونية، وأصبحت الإعلانات في العالم الرقمي تستخدم البرمجيات وخوارزميات الذكاء الصناعي لحجز الإعلانات الرقمية آليا، بدلا من العملية التقليدية التي تقوم على طلبيات تقديم العروض والمفاوضات البشرية، وأوامر الإدراج اليدوي، الأمر الذي يجعل النموذج الاقتصادي للصحف الإلكترونية مفتوحا على خيارات متناقضة بين الشعبية والمهنية.

على الرغم من المكتسبات التي حققها التنظيم الرسمي للإعلام في العالم العربي، في أجواء ثورات الربيع العربي، إلا أن هذه المرحلة الثانية من هذه التحولات قد شهدت انتكاسات في أكثر من بلد عربي من خلال تشريع القواعد القانونية ذات الطابع الجزري التعسفي، والتي نالت بشكل مباشر الصحافة الإلكترونية والإعلام الرقمي بشكل عام، حدث ذلك في مصر والأردن وتونس واستثمرت الأنظمة السياسية ضعف مهنية الإعلام الإلكتروني وحالة الإرباك في المحتوى الذي يقدم على شبكة الانترنت، وانتشار خطاب الكراهية والأخبار الكاذبة لفرض المزيد من القيود تحديدا على الصحافة الإلكترونية، فهذه التحولات أدت إلى زيادة حضور الصحافة الإلكترونية في المشهد الإعلامي العربي وزاد الاعتماد عليها كمصدر رئيس للأخبار، وقد بدا ذلك واضحا في الأحداث والتحولات العربية التي شهدت سنوات هذه المرحلة، هذه البيئة وفرت لأول مرة فرصا لتشكل صحف إلكترونية منافسة على المستوى الوطني لوسائل الإعلام التقليدية، حيث بينت دراسة أجريت على الشباب الأردني في عام 2016م أن 92.2% منهم يتابعون الصحف الإلكترونية، ما يعني أن الصحافة الإلكترونية باتت معروفة لجمهور القراء وفئة الشباب خاصة ومصدرا رئيسيا للأخبار، ولديها القدرة على استقطاب هذه الشريحة من الجمهور.¹

2- خصائص الصحافة الإلكترونية:

لا يمكن بحال من الأحوال مقارنة العمر الطويل للصحافة التقليدية بالصحافة الإلكترونية التي لازالت في عقودها الأولى، لكن هذا العمر القصير كان كافيا ولو بشكل نسبي لإبراز خصائص متعددة مرتبطة بهذه الظاهرة المتنامية، حيث حدد الباحثين والمختصون في مجال الصحافة الإلكترونية عددا من

¹ باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي "سياقات النشأة وتحديات التطور"، بيان اليوم /bayanealyaoume.Press. Ma/ يوم 2020/02/14 على الساعة 17:00.

الخصائص التي يتميز بها هذا النوع من الصحافة عن الوسائل التقليدية، وأهم هذه الخصائص تتمثل فيما يلي:

تعدد الوسائط، فالصحافة الإلكترونية تجمع ما بين الصوت الذي كان يقدمه الراديو والصوت والصورة المميز للتلفزيون والنص الذي تقدمه الصحيفة المطبوعة، إذن فكل هذه المميزات تجتمع في وسيلة واحدة هي الصحيفة الإلكترونية، فالصحافة الإلكترونية بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، حيث تزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة، نظرا لمساهمتها في تسهيل التعرض لهذه الصحف¹، وبهذا أصبح استخدام الوسائط المتعددة من أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية.

كذلك هناك خاصية التفاعل والمشاركة، هذه الصفة التي أصبحت متداولة وشائعة في الأوساط الأكاديمية وفي مجال الصحافة مع بداية التسعينيات من القرن الماضي، وهذا نتيجة نقطة الالتقاء التي جمعت بين المعلوماتية والاتصالات الرقمية، ففي ظل تطور بيئة الاتصال وظهور الاتصال ذو اتجاهين، نمت الحاجة إلى ضرورة توفر التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية، حيث أظهرت الدراسات أثر التفاعلية في تقديم المادة الإعلامية واستخدامها على إدراك القارئ لها وقدرته على الاحتفاظ بها واسترجاعها بشكل إيجابي²، من خلال هذه الخاصية يتضح أن الصحافة الإلكترونية باعتبارها من أهم وسائل الاتصال الجماهيري فهي تعتمد على الاتصال التفاعلي، حيث يتم فتح المجالات للحوار والمناقشات للقارئ كذلك هناك خاصية التمكين، نجد في الصحيفة الورقية ليس للقارئ خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن العكس يحدث في الصحيفة الإلكترونية أين يستطيع القارئ بسط نفوذه على المادة المقدمة من خلال الاطلاع على كل ما كتب عنها من أخبار وتحليل وهذا باستعمال الروابط التي تحيله لمعلومات إضافية حول الموضوع، فعن طريق استخدام الروابط الفائقة يستطيع القارئ التجول بأنحاء موقع الصحيفة والبحث عن المضامين ذات الصلة بالموضوع التي تكون داخل الموقع نفسه أو بموقع آخر على الويب.³

¹- حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، رحمة برس للطباعة والنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2002، ص 183.

²- محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، الحرية للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2008، ص 135.

³- منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 33.

ف نجد أن في الصحافة الإلكترونية الحدود مفتوحة فيها من ناحية مساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات للمحرر الصحفي بالصحيفة الإلكترونية بنشر ما يريد وبالحجم الذي يشاء حيث لا توجد مشكلة محدودة المساحة المخصصة للنشر مثلما تطرحه الصحافة الورقية.¹

كذلك حققت هذه الصحافة إمكانات النقل الفوري للخبر، ومتابعة تطوراتهِ وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حول اليوم التالي، وبذلك أنهت هذه التقنية واحدة من أبرز ثغرات الصحافة الورقية في منافستها للراديو والتلفزيون، بل إن الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيطتين في عنصر الفورية الذي احتكرناه، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيها يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.

توفر تقنية الصحافة الإلكترونية إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهناك بعض البرامج تسجل اسم وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانية توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكن أن تتصل بهم بشكل مستمر.²

3- أنواع الصحافة الإلكترونية:

تأخذ الصحافة الإلكترونية على شبكة الانترنت أكثر من شكل على النحو الآتي:
النشر الصحفي الموازي وفيه يكون النشر الإلكتروني متوازيًا للنشر المطبوع، بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلامية.
كذلك النشر الصحفي الجزئي، وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من مواد الصحيفة عبر الانترنت، ويعتمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم مثل قناة العربية، الجزيرة، بي بي سي (bbc)، سي أن أن (CNN).

وهناك نوع آخر من أنواع الصحافة الإلكترونية وهي النشر الصحفي الإلكتروني الخاص، وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة إلكترونياً أصل مطبوع، إذ تظهر الصحيفة بشكل مباشر على شبكة الانترنت وهو ما يطلق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة في إدارتها وطرق تنفيذها مثل

¹- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 11.

²- محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات "الأساسيات والمستجدات"، العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص 26.

صحف شيكاغو تريبيون، إيلاف، الجزيرة وغيرها، فهي مؤسسة صحفية تستغني على عمليتي الطبع والتوزيع وتستبدلها بالنشر الإلكتروني.¹

4- خدمات ومعايير الصحافة الإلكترونية:

أ- خدمات الصحافة الإلكترونية:

تتنوع خدمات الصحف الإلكترونية بتنوع أشكالها ومواضيعها ومجالاتها عبر شبكة الانترنت، فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة، ولكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى، وهذا حسب إمكانيات الصحيفة ومن بين هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية للقراء نجد ما يلي:

خدمة البحث في الأرشيف، بإمكان قراء الصحف الإلكترونية العودة بكل سهولة إلى الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها وعن الأعداد السابقة والاطلاع عليها دون عوائق أو صعوبات، كما يمكن للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد والردود والمشاركة في استطلاعات الرأي وغيرها من الخدمات²، من هنا تظهر خاصية التفاعلية في الصحافة الإلكترونية والفرق بينهما وبين الصحف الورقية من حيث سهولة الاستخدام وإبداء الجمهور لآرائه وانتقاداته وحول المواضيع التي تطرحها الصحف الإلكترونية.

كذلك خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية، تقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة المختلفة عن الصحيفة الورقية، إذ يتيح الموقع لمستخدمي إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الورقية.³

هناك كذلك خدمة البحث، حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، وبعض هذه الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف تشترط الدخول إلى مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتفاوت قوة

¹- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، مرجع سابق، ص 37، 38.

²- عبد الأمير فيصل، مرجع سابق، ص 115.

³- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103.

وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى بل تختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية.¹

نجد كذلك خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية، هي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.²

كذلك تتميز الصحافة الإلكترونية بخدمات الإخبار، التي تتضمن تجديد آني للأخبار كل بضعة دقائق بأخر الأخبار المحلية والعالمية، كذلك نشرة إذاعية إخبارية على الهواء مباشرة يعدها فريق إذاعي متخصص لهذا الغرض داخل المؤسسة، كذلك خدمة الأخبار العاجلة عبر الهواتف الذكية للمستخدمين وخدمة الأخبار المتخصصة عبر البريد الإلكتروني للمستخدمين وخدمة استعراض النسخ المطبوعة، إضافة لخدمة الحصول على الأعداد السابقة.³

هناك كذلك خدمة تقديم الإعلانات للصحيفة المطبوعة، من خلال نشر أسعار الإعلانات الصحفية الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها، بالإضافة إلى سبيل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلانات بالصحيفة.⁴

إضافة إلى خدمة الإجابة على الأسئلة، التي تتضمن الإجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض والمشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع، وتمثل هذه الخدمة خدمة المساعدة التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها⁵، من هنا يتضح أن هذه الخدمة تكون همزة وصل بين المستخدم وموقع الصحيفة، فتساعد على التصفح بطريقة سهلة دون أي غموض أو مشكلة ، وبالتالي هذه الخدمة تجعل المستخدم يلجأ للصحيفة الإلكترونية بدلا من الصحيفة الورقية، لأنها سهلت عليه عملية التواصل مع الصحيفة.

وبالتالي هذه الخدمات وغيرها، جعلت الصحافة الإلكترونية مميزة عن الصحافة الورقية، حيث أصبحت مواكبة للتطور التكنولوجي وما يخدم لغة العصر، وهذا ما جعل معظم الصحف تتواجد على الشبكة بمختلف أشكالها، سواء بشكل مخالف عن النسخة الورقية أو كصورة إلكترونية طبق الأصل عن

¹ - حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، دار الفلاح للنشر، الكويت، 2003، ص 96.

² - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103.

³ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 44.

⁴ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103.

⁵ - حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص 121.

الصورة الورقية، وهنا يصبح المستخدم يلجأ للصحيفة الإلكترونية نظراً لخدماتها المتطورة التي ترغم الجمهور لاستخدامها وعزوفه عن الصحيفة الورقية التقليدية.

ب. ضوابط الصحافة الإلكترونية:

مع الانتشار المتسارع لتكنولوجيا الصحف الإلكترونية وتزايد أعدادها بشكل كبير، أصبح من الضروري وضع معايير وضوابط تميز الصحيفة الإلكترونية عن غيرها من المواقع التي تعج بها الانترنت، ومن بين هذه المعايير والضوابط ما يلي:

هناك معايير مهنية، تتضمن مجموعة من المعايير التي تميز الصحيفة الإلكترونية منها: استعمال قوالب العمل الصحفي مثل: الخبر والتحقيق والحوار، ولا يعني هذا عدم التعامل مع قوالب مغايرة ترفضها طبيعة الوسيلة الجديدة، وإنتاج موضوعات ميدانية مثل تغطية المؤتمرات والندوات وغيرها، الاحتراف بمعنى أن يكون الصحفيون العاملون في الموقع محترفين لا هواة¹، وبالتالي هذه المعايير تخص مهنة الصحافة في حد ذاتها، وفق شروط مهمة بداية بكيفية ظهور الخبر إلى الجمهور، وأن يكون هذا الخبر واقعي ميداني على يد صحفي محترف يتميز بالكفاءة المهنية والخبرة وغيرها.

كذلك هناك معايير تتعلق بالمؤسسة أو الموقع، تمثل معايير فنية وتبرز في وجود نظام بالموقع للأرشيف، ووجود خادم مستقبل للموقع ونظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية²، هنا تركز هذه المعايير على الموقع الخاص بالصحيفة أي يكون الموقع يحتوي على نظام الأرشيف الذي يساعد المستخدم على معرفة كل المواضيع التي تنتشر لها الصحيفة، ويكون موقع الصحيفة محمي من عملية الاختراق أو القرصنة من أشخاص غير معروفين وفق نظام وخطط تحميه فقط وليس بالضرورة ضمان عدم الاختراق.

كذلك هناك معايير تتعلق بمعدل الزوار، وهو ما يمكن تحديده من خلال مواقع متابعة التصفح العالمية، مثل موقع (Alexa)، ومن خلاله يمكن التعرف على عدد الزوار للموقع وعدد الجلسات التي تمت على الموقع ومعدل الزيارات والبلدان التي تمت زيارة الموقع، كذلك هناك معايير مالية وقانونية، والمالية تتمثل في وجود نظام تمويلي واضح محدد للمؤسسة أو الموقع وقابل للمراجعة من قبل الجهات المختصة، والقانونية تتعلق بالوضع القانوني للمؤسسة بالصورة التي تضمن الوفاء بالحقوق المالية والقانونية للعاملين فيها، وكفي أن تصدر من خلال أي شكل يتيح القانون ويضمن محاسبة أصحاب

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان الأردن، 2011، ص 298.

² المرجع نفسه، ص 298.

المؤسسة ماديا وقانونيا عليه¹، وبالتالي هذه هي المعايير التي تحكم الصحافة الإلكترونية وترسم حدودها ومجالات عملها، فهي ضرورة حتمية.

5- النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية:

اهتم الباحثين في عشرينات القرن الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، وقد تعددت النظريات التي حاولت تفسير العلاقة الموجودة بين الجمهور ووسائل الإعلام خاصة الصحافة الإلكترونية باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة، وفهم التأثير الذي تحدثه المضامين الإعلامية على الجمهور مما يجعله يتابع وسيلة ويعزف عن أخرى، من هنا يمكن تسليط الضوء على أهم النظريات المفسرة لعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام وإسقاطها على موضوع الدراسة.

أ- النظرية الوظيفية:

يعتبر "إيميل دوركايم" من بين مؤسسي علم الاجتماع الأكثر ارتباطا بالوظيفة، حيث يتضمن مفهوم الوظيفة في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات، والوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية، حيث تمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة مثل: الاستهلاك، نقل الأخبار، الترفيه، سواء أكان ذلك على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام، وتتم ممارسة هذه الأنشطة داخل بناء مثل النظام الليبرالي أو النظام الشمولي، وينتج عن ممارسة هذه الأنشطة مجموعة من الوظائف أي الآثار ومنها الآثار المرغوبة وغير المرغوبة، فمثلا: يؤدي تقديم وسائل الإعلام (الصحافة الإلكترونية والورقية مثلا) للأخبار إلى زيادة معلومات الأفراد ومراقبة البيئة وتحقيق الترابط الاجتماعي ونقل التراث الحضاري من جيل لآخر، ومن جهة أخرى يؤدي عرض الأخبار إلى زيادة القلق والاضطرابات لدى الأفراد وهو ما يطلق عليه الاختلال الوظيفي.²

إن فالتحليل الوظيفي يقوم على البناء المجتمعي، وكيفية عمل الوحدات داخل النظام العام، ويمكن النظر إلى النظام العام على نطاق واسع باعتبار المجتمع هو النظام الشامل أو على مستوى ضيق بحيث تكون الوسيلة الإعلامية ومحتواها وجمهورها هي النظام العام، وفي كلتا الحالتين يربط التحليل الوظيفي بين التفاعلات التي تحدث فيما بين وحدات النظام وأثر هذه التفاعلات على النظام ككل، حيث يسعى التحليل الوظيفي إلى فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي والاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام

¹- المرجع نفسه، ص 299.

²- جمال أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام "المفاهيم، المدخل، النظرية للقضايا"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 98.

وديناميكيته، يتم تحليل نشاط الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام العام وصيانتة، ويعتبر دور الوحدات وظيفيا إذا كان يساعد على استقرار النظام وحفظ توازنه، بينما يحدث الاختلال الوظيفي إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام ويعيق تقدمه.¹

إن وسائل الإعلام تندرج ضمن النموذج العام من النظام الاجتماعي، ومن الطبيعي أن يمثل التمويل الشرط الأساسي لهذا النظام، إذ أن معظم مكونات نظام وسائل الإعلام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها، ومن أجل الحصول على المال فإنهم يعتمدون على الجمهور، وإذا لم تكن قراراتهم لصالح الاهتمام بالجمهور والشراء وما أشبه ذلك مما يثير إعجاب الجمهور، فإن نظام الوسيلة الإعلامية قد يعاني من إجهاد شديد يجعله ينهار في النهاية، ولذلك يختار القائمون على الوسيلة الإعلامية التي تعمل وفق النظام التجاري تقديم المحتوى الترفيهي الذي يشبع أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور ويقنعهم بشراء السلع والخدمات المعلن عنها، وكذلك المحتوى الترفيهي الذي يبدو أنه قادرا على جذب أكبر عدد من أفراد الجمهور، وهو ذلك المحتوى الهابط الأكثر درامية، ونظرا لأن الهدف الأساسي لوسائل الإعلام التجاري هو تحقيق الربح فإن العنف وأي محتوى أضر يثير الاهتمام، حتى وإن كان متسما بالذوق الهابط سوف يؤدي إلى زيادة عدد الجمهور الذي يشاهد الإعلانات وبالتالي يحقق أهداف النظام.²

وفي ضوء التحليل الوظيفي يمكن تناول الصحافة الإلكترونية بوصفها وسيلة من وسائل الإعلام المرتبطة بالانترنت، فيمكن إسقاط قول "ديفليروكيتش" على تحليل علاقة الاعتماد الثنائية بين الصحافة الإلكترونية وباقي النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية 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.³

فعلاقة الجمهور بالصحافة الإلكترونية والورقية في إطارها الاجتماعي هي علاقة تبادلية، فتعمل كل منهم على احتواء القيم والمعايير الاجتماعية، لكن يمكن الاختلاف في كون الصحافة الورقية تكون موجهة لجمهور تقليدي يعتمد على القراءة فقط، أما الصحافة الإلكترونية فجمهورها يكون إلكتروني استطاع أن يتحدى معوق الأمية الرقمية، حيث فتحت الصحافة الإلكترونية آفاقا بارزة لتعلم المستحدثات

¹- مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية "دراسة في الاستخدامات والإشباع"، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2004، ص 99.

²- جمال أبو شنب، مرجع سابق، ص 103.

³- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، مصر، 2004، ص 203.

في مجالات مختلفة، حيث تساهم الصحافة الإلكترونية في الارتقاء بالمجتمع لأنها تتميز بالعصرية وسرعة نشر المعلومة، فهذه المميزات هي التي جعلت الجمهور يعزف عن الصحيفة الورقية ويهتم بوظيفة الصحافة الإلكترونية داخل المجتمع، أما في مجال النظم السياسية فهو مجال واسع لغرس القيم والمعايير السياسية ودعمها مثل: الحرية والمساواة واحترام القانون والتصويت، وأبرز وظيفة تحققها الصحافة الإلكترونية كبناء مميز في المجتمع هي حرية نشر وتلقي المعلومة ومساهمة الجمهور في المضامين التي تقدمها هذه الصحف على اعتبار أنها تحقق التفاعلية، عكس الصحافة الورقية التي يكون فيها الجمهور مجرد متلقي ليس له القدرة على التفاعل وإبداء رأيه حول موضوع معين، فالتفاعلية عنصر مهم بالنسبة للجمهور لأنه يشعر بأهمية رأيه بالنسبة للصحيفة، وبالتالي هذه خاصية مهمة لا تمتلكها الصحيفة الورقية ومن الممكن أن تكون سبب وراء عزوف الجماهير عن اقتنائها، أما من ناحية النظام الاقتصادي، فإن الإعلانات الإلكترونية عن طريق هذه الصحف دور بناء العلاقة بين المنتجين والبائعين والمستهلكين ودعمها من خلال المستهلكين بالمنتجات المطروحة واستتارة السلوك الشرائي لدى الجمهور المستهدف.

ب- نظرية الاستخدامات والإشباع:

إن مدخل الاستخدامات والإشباع يعد بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير الوسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدية الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما جاء هذا المدخل لي طرح التساؤل: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتتنظر هذه النظرية إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور 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، لذلك ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية وحتى الوسيلة في حد ذاتها لإشباع رغبات معينة لديه، قد تكون الحصول على المعلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو حتى تحديد الهوية¹، ويمكن إسقاط هذه الفكرة على موضوع الدراسة، حيث نجد أن الجمهور يميل إلى الصحيفة الإلكترونية وعزوفه عن الصحيفة الورقية، ذلك لأنه وجد في الأولى ما يشبع اهتماماته وميولاته واستفاد من الإمكانيات التي وجدها في الانترنت، فيستطيع أن يكتب رأيه في المقابل أو التقرير الذي يقرأه

¹ محمد عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ "دراسة في النظرية والأساليب"، مكتبة العبيكان، ط2، السعودية، 1998م، ص 26.

والمشاركة في عملية صنع القرار وإنتاج الصحيفة الإلكترونية، وبالتالي هنا أصبح الجمهور تفاعلي مؤيد ومعارض ويحاور ويناقش بكل حرية بالإضافة إلى أمور أخرى لم يكن بإمكانه عملها وهو يقرأ الصحف الورقية.

وتعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الإعلام، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال، وبالتالي يظهر مصطلح الإشباعات¹، فيمكن القول أن استخدام الجمهور للصحيفة الورقية أو الإلكترونية يكون نتيجة لإشباعات مختلفة، 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 مثلا: قد يفضل الفرد الاستماع إلى الراديو وحيدا، وقد يفضل مشاهدة التلفزيون مع أفراد العائلة، وفي ظروف معينة قد يفضل قراءة الجريدة أو تصفحها عبر موقعها الإلكتروني، فالجمهور وفقا لهذا المدخل شريك إيجابي في عملية الاتصال، ويختار بوعي الاتصال الذي يرغب في التعرض له، وكذلك نوع المحتوى الذي يشبع ما لديه من حاجات نفسية واجتماعية واقتصادية مثلا: نجد رغم العلاقة الموجودة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، إلا أن الجمهور يختار الصحيفة الإلكترونية على الورقية لأنها توفر له الوقت والجهد والمال، فالجمهور يكون فيها نشط على عكس الصحيفة الورقية مجرد قارئ فقط، حيث تعد توقعات الجمهور من الصحيفة الورقية أو الإلكترونية ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سبب في عملية تعرض الجمهور لهذه الوسائل حتى يتحقق الإشباع، حيث تتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للانترنت من استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، كذلك البحث عن المعلومات والاتصال بالآخرين، إضافة إلى تحقيق الوجود الافتراضي أي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر، وتختلف عن البيئة المادية التي يوجد بها، وبالتالي هذه هي الإشباعات التي جعلت الجمهور يميل إلى الصحيفة الإلكترونية ويعزف عن الورقية التي تعتمد على كل ما هو تقليدي.

¹- رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 33.

رابعا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

1- نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

عرفت الجزائر الانترنت سنة 1994، عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST) وذلك في إطار التعاون مع اليونسكو بهدف إقامة الشبكة الإفريقية للمعلومات (RINAF)، إلا أن طاقة الخط التي تم بها ربط الجزائر بالمدينة الإيطالية "بيزا" كانت بطيئة (96 كيلوبايت/ثانية)¹، وفي ديسمبر 1997م لم يعد دخول الشبكة حكرا على المؤسسات الحكومية، بل أصبح بإمكان كل من يملك جهاز إعلام آلي ومودم وخط هاتفي، دخول الشبكة وذلك بفضل تدعيم الكابل بخط متخصص آخر، فعرفت الصحافة الجزائرية طريقها نحو النشر الإلكتروني منذ سنة 1997م، حيث كانت جريدة الوطن الناطقة بالفرنسية، السباقة والرائدة التي خاضت تجربة النشر الإلكتروني، لتكون بذلك أول جريدة جزائرية تدخل عالم الانترنت، وعندما تم إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للانترنت سنة 2000م، لم يعد إنشاء موقع صحفي على شبكة الانترنت بالأمر الصعب، وبمجرد الحجز عند المركز، بإتباع الإجراءات التنظيمية اللازمة للاستفادة من موقع على الشبكة بالنسبة لأي جريدة، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان الجزائري "DZ".²

وتتمثل مراحل الحجز في المركز في ما يلي: سجل تجاري لكل هيئة ذات طابع تجاري، وجود مقر لكل هيئة ذات طابع تجاري، وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر، دفع مبلغ مالي كل سنة قيمته 1000دج، فمذ منتصف التسعينات خاضت الصحافة الإلكترونية في الجزائر تجربة حررتها ولو جزئيا - من الضغوط السياسية بالنسبة لحرية التعبير من جهة، ومن الضغوط الاقتصادية بالنسبة لمجالي الطباعة والتوزيع من جهة أخرى، وباستخدام تقنية النص المحمول "PDF" وتقنية النص الفائق "HTML"، فقد تطورت تدريجيا الصحف الورقية في طبعتها الإلكترونية في المقابل تبقى تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر محتشمة، نظرا لغياب الأطر القانونية الفعالة التي توطر لصحافة إلكترونية بآتم معنى الكلمة، باستثناء قانون الإعلام الجديد المنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 15 جانفي 2012، والذي خصص

¹ياسين لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 61.

²فضيل دليو، تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة، دار هومة، الجزائر، 2014، ص 202.

الباب الخامس منه لوسائل الإعلام الإلكترونية، ليحدد في مواده الست (67-72) مفهومها وبعض حيثيات نشاطها فقط.¹

2- نماذج الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

هناك نوعين من الصحف الإلكترونية في الجزائر وهما:

الصحافة الإلكترونية المكملة للطبعة الورقية، حيث عمدت الكثير من الصحف الجزائرية إلى النشر الإلكتروني مع المحافظة على الطبيعة الورقية من أجل الحفاظ على مكانتها في عالم النشر الإلكتروني وتحقيق انتشار ورواج أكبر للصحيفة الورقية، وكسب قراء جدد من مستخدمي الويب في كل مكان داخل الجزائر وخارجها، والتنقل في هذا العام الإلكتروني بمنافسة مثيلاتها من الصحافة الدولية، والهروب من الضغوطات النفسية على اختلافها سياسية اقتصادية قانونية وغيرها، وقد كانت أولى هذه الصحف جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية، وقد كانت السبابة في إنتاج نسخة إلكترونية لطبعتها الورقية ابتداءً من نوفمبر 1997م، وكذا جريدة الخبر كأقوى جريدة ناطقة باللغة العربية تتموضع على الانترنت في أبريل 1998.²

¹ - يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين التحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 149.

² - المرجع نفسه، ص 150.

والجدول الآتي يعرض أولى الصحف الورقية الجزائرية التي قدمت نسخا إلكترونية:

نوع الصحيفة	تاريخ إنشاء الموقع	الصحيفة
خاصة	نوفمبر 1997م	الوطن
خاصة	جانفي 1998م	Liberté
خاصة	فيفري 1998م	اليوم
خاصة	أفريل 1998م	الخبر
عمومية	جوان 1998م	الشعب
عمومية	جويلية 1998م	EL moujahid
خاصة	أكتوبر 1998م	Le MATIN
خاصة	نوفمبر 1998م	Le SoirD'Algérie
خاصة	مارس 2000م	E Acil

جدول: يوضح أولى الصحف الإلكترونية الجزائرية¹

وهناك الصحافة الإلكترونية المستقلة، كانت أول هذه الصحف في الجزائر- interFace.com- سنة 1999م، من طرف السيد نور الدين خلاصي، وكان مقرها في فرنسا وتوقف صدورها لظروف مالية، جريدة Le Souk سنة 1995م وهي خاصة بطلبة الطب متخصصة في مواساة الأطفال المصابين، جريدة wotch.com-Algeria من سنة 1998م إلى 2006، بالإضافة إلى جريدة nouvelledu-bled وجريدة La nation التي توقفت سنة 1996م بسبب ضغوط سياسية²، وبالتالي هذه الصحيفة هي صحيفة مستقلة عن الورقية، ليست لها دعامة ورقية، يتصفحها الجمهور إلكترونيا فقط وتوجد العديد منها على شبكة الانترنت.

3-المشاكل والصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر مشاكل وصعوبات، تجتمع كلها لتشكل عقبة أمام تطورها حتى تصبح الأداة الفعالة في المجتمع، أو تعيق حاليا عملها، ويجب إزاحتها لتحقيق نتائج أفضل، من أبرز هذه المشاكل نجد ما يلي:

¹- المرجع نفسه، ص 150.

²- إبراهيم بعيز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2011، ص 78.

عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة، فالمجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة.

كذلك قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي، فالاستفادة من الصحافة الإلكترونية يعني التوفر على الحد الأدنى من المستوى التعليمي المؤهل لاستخدام جهاز الحاسوب، ومعرفة بعض حيثياته للتمكن من الإبحار في الانترنت والبحث عن المعلومة عموما أو الجريدة المرغوب قراءتها، وإذا كانت الأمية عموما منتشرة في الجزائر بقدر الملايين في التعريف القديم للأمية، فما بالك بالأمية الإلكترونية.

كذلك هناك مشكل تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية، فالمواقع الإلكترونية الموجودة على الساحة الإعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية تظل غير مؤمنة ومعرضة للعديد من هجمات القرصنة وخاصة في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الانترنت.

إضافة إلى غياب الثقافة الإعلامية لدى الفرد الجزائري بسبب حداثة التجربة الإعلامية ككل في الجزائر، فنسبة مقروئية الصحف كمصدر إخباري لا يمكن مقارنتها بالتلفاز مثلا.¹

ومما سبق ذكره، يمكن القول أن دخول الصحافة الإلكترونية إلى الجزائر كان عبارة عن حتمية فرضها الغز التكنولوجي لوسائل الإعلام في العالم، والجزائر لم تعرف بعد ميلاد حقيقي للصحافة الإلكترونية نظرا لضعف مصداقيتها لدى القارئ الجزائري بسبب عدم وثوقه في مصادر المعلومات ومشكل حماية الملكية الفكرية، لذلك لا بد من إيجاد حلول لهذه المشكلات والصعوبات وأخذها بعين الاعتبار لأنها تؤدي بالتقليل من أهمية هذه الصحيفة وعدم تفاعل الجمهور مع محتواها.

¹ -قوراري صونية، مرجع سابق، ص 244.

خلاصة

من خلال هذا الفصل يمكن القول، أن الصحافة الإلكترونية تحولت خلال أقل من عقد إلى ظاهرة واسعة ومنتشرة في الدول المتقدمة بشكل أساسي، وفي دول أخرى كثيرة منها الوطن العربي بشكل أقل، وقد أثار هذا الانتشار تساؤلات كثيرة حول مستقبل الصحيفة الورقية في ظل ما توفره تقنيات الاتصال المعاصرة ومنها الصحافة الإلكترونية من خدمات شاملة للجمهور يمكن أن تجعل منها بديلا للنمط التقليدي السائد لوسائل الإعلام ومنها الصحافة الورقية بشكل خاص.

وبالتالي، أصبحت الصحافة الإلكترونية تمثل تحديات للصحافة الورقية، وهذا ما جعل هذه الأخيرة تسعى لتأكيد تواجها على شبكة الانترنت فمنها من يستمر ومنها من يتوقف عن الإصدار بسبب الربحية نظرا لإحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة، وهذا ما جعل الخدمات الصحفية أيضا تعمل على وضع رسوم مدفوعة للاشتراك عبر شبكة الانترنت لجذب مزيد من المستخدمين، فقد فوجئ الجميع بتفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية، والتي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرية وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي المهتم أو المختص في مجال معين كمرجعية موثوقة وذات مصداقية، بعد أن كانت متهممة بالتواطؤ والتدليس، ورغم الانتقادات الموجهة للصحافة الإلكترونية إلا أن قدراتها وإمكانياتها قد أهلتها لإعادة تشكيل عالم جديد للإعلام والاتصال، فكل وسيلة إعلامية جمهورها ولكل عصر متطلباته، والإنسان العاقل هو الذي يجمع بين متطلبات المعاصرة وأهمية الأصالة.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية، وإجراءاتها المنهجية

تمهيد

أولاً- الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة

2- مجالات الدراسة

3- أدوات جمع البيانات

4- عينة الدراسة

ثانياً- تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها

1- خصائص عينة الدراسة

2- بيانات خاصة بعادات وأنماط استخدام الصحف

3- بيانات خاصة بتأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية

4- بيانات خاصة بمستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية

ثالثاً- النتائج العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الملاحق

تمهيد

تعد الدراسة الميدانية جانباً مهماً في القيام بأي دراسة يمكن من خلالها عرض وتفسير واثبات لما تم عرضه في الجانب النظري، حيث تحاول الدراسة الحالية البحث في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وهذا وفق الإجراءات المنهجية الآتية: منهج الدراسة ومجالاتها، وأدوات جمع البيانات، وعينة الدراسة، اختيارها وتحديدها وخصائصها.

وبعدها سيتم تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها لما لها من أهمية كبيرة في البحث العلمي، كونها توجه الباحث ليسلط الضوء على بعض الحقائق والمعالم المبهمة عن موضوع الدراسة، فضلاً عن هذا فإنها تثري النقاش وتحقق الترابط والتجانس مع الإطار النظري للبحث.

أولاً- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي، لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج عملية وموضوعية، فالاختلاف في المنهج في العلوم الاجتماعية نتيجة حتمية تتبع من تفرع طبيعة الظواهر المدروسة وطرق تناولها وطبيعة الميدان، والمنهج المختار يكون بناءا على هذا الأساس، قصد تحليل الظاهرة تحليلا سليما وإعطائها طابعا إحصائيا يزيد من دقتها.¹

وتقع هذه الدراسة في نطاق الدراسات الوصفية المقارنة التي تصف الواقع الاجتماعي للظاهرة بمؤشراتنا الراهنة وتقارن بين مختلف جوانبها، وهذا ما فرض استخدام المنهج الوصفي الذي يُستخدم في وصف ما هو كائن وتفسيره، وهو يهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، ويهتم أيضاً بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة، والتعرف على الاتجاهات والمعتقدات عند الأفراد والجماعات وطرائقها في النمو والتطور.²

ومن خلال هذا البحث سيتم دراسة العلاقة السببية بين متغير الصحافة الإلكترونية ومتغير الصحافة الورقية، بناءا على ما تم التوصل إليه في الدراسات الاستكشافية السابقة. وتم استخدام المنهج الوصفي في وصف العلاقة التي تربط بين الجمهور المستخدم للصحافة الإلكترونية وعزوفه عن الصحافة الورقية، وذلك من خلال رصد ودراسة اتجاهاتهم. فالجمهور المستهدف في هذه الدراسة هو جمهور الصحافة الإلكترونية، لتأتي دراستنا لتحاول التعريف بهذا الجمهور، وتوضيح العوامل المساهمة في عزوفه عن الصحافة الورقية.

2- مجالات الدراسة:

يمكن حصر مجالات البحث الميداني في ثلاث مجالات أساسية هي:

أ- المجال المكاني:

أجريت الدراسة الميدانية بولاية قالمة التي تقع داخليا بالشمال الشرقي للجزائر، يحدها من الشمال ولايات الطارف وعنابة وسكيكدة، ومن الشرق سوق أهراس، ومن الغرب قسنطينة، ومن الجنوب أم البواقي.

¹-خالد حامدي، منهجية البحث العلمي، دار الريحان للنشر، الجزائر، 2003، ص18.

²- منير مرسي محمد، البحث الوصفي، مجلة التربية، اللجنة القطرية للتربية والثقافة والعلوم، ع78، 1986، ص 96.

ولاية قالمة منطقة زراعية ورعوية من الدرجة الأولى تكثر فيها الجبال (جبل ماونة، جبل دباغ، جبل هواره)، وتختص بزراعة القمح الصلب وتربية المواشي، وتعتبر منطقة استراتيجية بوجودها على ضفاف نهر سيبوس الخصبة، كما أنها تحتوي على مصانع مثل: الخزف والسكر والدراجات، والدراجات النارية. وعلاوة على طابعها الصناعي والفلاحي والرعوي التي يعطيها موقعا اقتصاديا واستراتيجيا هاما في الجزائر، تملك الولاية مؤهلات سياحية كبيرة كالحمامات المعدنية المشهورة (حمام أولاد علي، حمام دباغ، حمام النبائل)، والتي تحتاج إلى العناية والتطوير، بالإضافة إلى المعالم الأثرية التي يزيد عددها عن 500 موقع ومعلم أثري.¹

ب- المجال الزمني:

لقد مرت هذه الدراسة بفترة زمنية مقسمة إلى جانبين، جانب نظري وجانب ميداني متمثلين في ما يلي:

- **جانب نظري:** لقد تم الشروع في انجاز هذه الدراسة منذ شهر نوفمبر 2019، حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بالموضوع، استمر ذلك إلى غاية شهر مارس 2020، وتزامن تحرير الجانب النظري للدراسة مع الفترة التي تم فيها جمع المادة العلمية، واكتمل الشكل النهائي للجانب النظري خلال شهر ماي 2020 نظرا لصعوبة جمع المادة العلمية بسبب الظروف التي مرت بها البلاد من وباء كوفيد 19 وبالتالي صعوبة الالتحاق بالمكتبة.

أما في الجانب الميداني للدراسة: فقد شرعنا في انجازه في شهر جويلية 2020م، حيث تم انجاز الاستمارة الإلكترونية وعرضها على الأستاذ المشرف، وبعد التعديل تم نشرها على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) عبر المجموعات الخاصة بالصحافة الإلكترونية للحصول على إجابات الباحثين وذلك لمدة أسبوع لحين تم الوصول إلى عدد العينة، ثم شرعت الباحثة في جمع البيانات ومراجعة البيانات الموجودة في الاستمارة الإلكترونية وتفرغها في جداول إحصائية.

ج- المجال البشري:

تمثل المجال البشري لهذه الدراسة في جمهور الصحافة الإلكترونية، ونظرا لصعوبة إحصاء المستخدمين للصحافة الإلكترونية، فقد تقرر اللجوء إلى أسلوب المعاينة، الذي يعتبر من أساليب جمع البيانات أي اختيار عينة قصدية بشروط، وذلك نظرا لتوفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي

¹ - لمزيد من التفاصيل حول ولاية قالمة يمكن الاطلاع على الموقع التالي: <http://ar.wikipedia.org>، كما يمكن الاطلاع على موقع

مديرية السياحة لولاية قالمة: <http://www.dt-guelma.dz>

الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث، ووفقاً لهذه الدراسة فالمجال البشري هم الأفراد المستخدمين للصحافة الإلكترونية.

3- عينة الدراسة:

أ- اختيار العينة وتحديدتها:

إن التمثيل الجيد للعينة ينعكس إيجاباً على مدى صحة نتائج البحث، وبما أنه من الصعب الاتصال بعدد كبير من المعنيين بالدراسة، وصعوبة إجراء المسح الشامل، فإن الباحث يلجأ إلى عملية المعاينة التي هي اختيار جزء من مجموعة، بحيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها.¹ وبما أن الباحثة تسعى في هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف معينة، فقد استلزم ذلك استعمال طريقة العينة القصدية أو العمدية (Proposive sample) وهي نوع من العينات غير العشوائية التي يكون الاختيار فيها على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة.

وتُعرف هذه العينة على أنها تختار من منطقة، يختارها الباحث لكونه يعرف أنها تمثل المجتمع تمثيلاً سليماً بناءً على معلومات إحصائية سابقة، فيختار عينة يتناسب عدد أفرادها مع حجم سكان هذه المنطقة، وينطوي اختيارها على افتراض أن المجتمع لا يتغير، بحيث تظل هذه المعلومات صادقة، وهو افتراض من الصعب قبوله²، فالباحث في مثل هذه الحالة يقدر حاجته إلى المعلومات ويختار عينة بما يحقق له غرضه.³

ومن هنا، استعانت الباحثة بعينة قصدية قوامها 64 مفردة من الجماهير المستخدمة للصحافة الإلكترونية، لمعرفة سبب عزوفهم عن الصحافة الورقية، كما أنه نظراً لعدم توفر قائمة كاملة لمجتمع البحث، أي مجموع الجماهير الذين يطالعون الصحف الإلكترونية، فقد تقرر اختيار عينة مقصودة أو عمدية حتى وإن توفر العدد الإجمالي للجماهير، فهو لا يخدم الدراسة فليس كل فرد منهم يطالع الصحافة الإلكترونية.

¹ - زيان عمر محمد، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر، بيروت، لبنان، 1981، ص 282.

² - السرياقوسي علي عبد المعطي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 1988، ص 465.

³ - ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر، ط 6، عمان، الأردن، 2001، ص 112.

4- أدوات جمع البيانات:

عادة ما يكون الباحث في أمس الحاجة إلى تحديد الطريقة التي تمكنه من جمع البيانات الأساسية لاختبار فروضه أو تحقيق أهداف بحثه، وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على وسائل هامة لجمع البيانات وهي:

أ- الاستمارة:

وهي من الأدوات المنهجية الأكثر شيوعاً في البحث العلمي، وحسن تصميمها يساعد على تحقيق أهداف البحث، لهذا يرى الحسن أن الاستمارة تعد وسيلة مهمة للاتصال بين الباحث والمبحوث، حيث تضم مجموعة من الأسئلة المنتقاة والمصممة بطريقة خاصة، تستهدف بالدرجة الأولى الحصول على المعلومات التي يراها الباحث ضرورية لتحقيق فروض بحثه.¹

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على استمارة تتكون من (24) سؤالاً للحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع، وهذه الأسئلة موزعة على أربعة محاور على النحو الآتي:

- المحور الأول: تضمن بيانات أولية خاصة بالمبحوثين.
 - المحور الثاني: يضم أسئلة حول عادات وأنماط استخدام الصحف.
 - المحور الثالث: يضم أسئلة حول تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية.
 - المحور الرابع: يضم أسئلة حول مستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية.
- وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستمارة الإلكترونية بدلاً من الاستمارة الورقية، نظراً لصعوبة توزيعها على المبحوثين المستخدمين للصحافة الإلكترونية، بسبب الحجر الصحي وفيروس كورونا الوباء الذي صعب على الباحثة هذه المهمة، ولهذا اختصاراً للوقت وتماشياً مع هذا الوضع قامت الباحثة بنشرها على شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وخلال فترة زمنية دامت أسبوع شرعت في عملية التفرغ والتحليل.

ب- الملاحظة:

لا يخلو أي بحث علمي من ملاحظة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة ما، ثم تسجيل ذلك السلوك وخصائصه.

¹- الحسن إحسان محمد، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، ط 2، بيروت، لبنان، 1996، ص 104.

والملاحظة العلمية تعني المشاهدة الحسية المقصودة والمنظمة والدقيقة للحوادث والأمر والظواهر، بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها ونظرياتها، عن طريق القيام بعملية النظر في هذه الأشياء والأمر والوقائع.¹

وقد استخدمت الملاحظة المباشرة أثناء عملية اختيار موضوع الدراسة، من خلال ملاحظتي لعزوف الأفراد عن كل ما هو ورقي وتفضيل استخدام التكنولوجيا في كل المجالات، فلم أجد أرى الأفراد وخاصة الشباب يقرؤون الجرائد في الحافلات أو في الحدائق العامة بل أصبح معظمهم يتابع الأخبار عبر الوسائط الإلكترونية، ومن هنا جاء الفضول لمعرفة أسباب عزوف الجماهير عن الصحافة الورقية وتفضيلهم للصحافة الإلكترونية، أما من الجانب الميداني فقد تعذر استخدام الملاحظة نظراً للظروف الاستثنائية التي تمت فيها الدراسة وعليه تم الاكتفاء بالملاحظة في الجانب النظري فقط.

ج- الوثائق والسجلات:

تعتبر السجلات والوثائق من الأدوات الهامة المساعدة في جمع المعطيات من أرقام وإحصائيات ومعلومات وصفية حول مجتمع الدراسة، وقد استعانت الباحثة في هذه الدراسة ببعض الوثائق المتوفرة بالمواقع الإلكترونية، وذلك من أجل تحديد الخصائص الاجتماعية والثقافية العامة للمجتمع الكلي، والتعريف بالولاية والاطلاع على موقعها الجغرافي.

ثانياً- تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها:

1- خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم(01): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

الجنس	ك	%
ذكور	20	31.25
إناث	44	68.75
المجموع	64	100

يوضح الجدول رقم (01) أن أغلب المبحوثين من جنس أنثى، وهذا بنسبة 68.75% من مجموعهم، أما الذكور بلغت نسبتهم 31.25% من مجموعهم. ويعود الاختلال في توازن النسبتين إلى النسبة العالية

¹- بدوي عبدالرحمن، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، ط 3، الكويت، 1977، ص 128.

لعدد الإناث مقارنة بالذكور في استخدام الصحافة الإلكترونية، ويرجع ذلك إلى مواكبة الإناث للتطور التكنولوجي وتفضيل كل ما هو عصري في البحث عن الأخبار والمعلومات التي تكون في شكلها المرئي المسموع بدلا من المقروء فقط، إضافة لكون الصحافة الإلكترونية متوفرة طوال اليوم وإمكانية الوصول إليها مباشرة دون دفع رسوم إضافية، وبالتالي سهلت عليهم مطالعتها في البيت دون أي جهد أو تكلفة، عكس الذكور الذين يفضلون كل ما هو مكتوب وورقي مطبوع يكون ملموسا أفضل من الإلكتروني، وهذا نفس ما توصلت إليه الباحثة "قوراري" في دراستها، حيث وجدت أن نسبة الذكور هي 75%، فيما كانت نسبة الإناث 95 % وبالتالي هي الفئة الأكثر تصفحا وتعرضا للصحف الإلكترونية.¹

جدول رقم(02): يوضح توزيع المبحوثين حسب السن

السن	ك	%
أقل من 20 سنة	01	01.56
من 20 إلى 24 سنة	34	53.12
من 25 إلى 29 سنة	22	34.37
من 30 إلى 34 سنة	03	04.68
أكثر من 34	04	06.25
المجموع	64	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن أغلب أعمار أفراد العينة يتراوح ما بين 20-24 سنة، وهذا بنسبة 53.12% من مجموعهم، بالتالي فالعينة تقع تقريبا في منتصف مرحلة الشباب، وهي سن النضج العقلي والفكري، وبالتالي فالشباب هم الأكثر تصفحا للصحف على الانترنت حسب الجدول رقم (06) لأنها هي الأقدر على التعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، حيث تشير الدراسات الإعلامية التي خصت جمهور وسائل الإعلام، إلى أنه شبابي بدرجة كبيرة²، لأن الشباب يميلون بسرعة إلى تقبل الأفكار المستحدثة والجديدة، في الوقت الذي يتمسك فيه كبار السن بعاداتهم القديمة ويفضلون قراءة النسخ الورقية على تصفح الصحيفة الإلكترونية.

¹ - قوراري صونية، مرجع سابق، ص 298.

² - عزي عبد الرحمان، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للطباعة والنشر، 2010، ص 268.

ومن هنا تظهر لنا أهمية السن في قابلية التعرض لوسائل الإعلام الجديدة، حيث تقاربت النسب ما بين فئة (25 إلى 29 سنة) وفئة (20 إلى 24 سنة) والتي تحسب في بعض الدراسات على فئة الشباب، حيث نلاحظ أنه كلما قل سن العينة كلما زاد اهتمامهم بالوسائل الإلكترونية المتاحة على شبكة الانترنت.

جدول رقم(03): يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	%
ابتدائي	00	00.00
متوسط	01	01.56
ثانوي	03	04.68
جامعي	60	93.75
المجموع	64	100

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (03) أن أغلب المبحوثين حاصلين على المستوى الجامعي بنسبة 93.75%، يليها الحاصلين على المستوى الثانوي بنسبة 4.68%، وأخيرا الحاصلين على المستوى المتوسط بنسبة 1.56%.

وعليه، فإن قراء الصحف الإلكترونية هم نخبة متعلمة ومتقفة نظرا لما تحتاجه هذه الوسيلة من درجة ذكاء، وبالتالي فالمستوى التعليمي له دور كبير وأهمية في اختيار الوسائل الإعلامية، فنجد أن الجامعيون يفضلون كل ما هو تكنولوجي جديد عصري وهادف ويحبذون قراءة الصحف على الانترنت، فيما يميل ذوي المستوى التعليمي المنخفض إلى وسائل إعلامية أخرى تمنح لهم الترفيه وتضمن لهم رغبات مختلفة. حيث توصلت الباحثة "بوفلاحة" في دراستها للجمهور المتفاعل عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية خلال سنة 2010 إلى النسبة الأعلى للجمهور تمثل أصحاب المستوى الجامعي بنسبة 68.82% من مجمل المبحوثين¹، وبهذا فإن الصحافة الإلكترونية تحظى بالفئة النخبوية عكس مواقع الدردشة والصفحات الاجتماعية التي تستقطب اهتمام جميع الفئات دون استثناء.

¹- بوفلاحة كريمة، الصحافة الإلكترونية "دراسة في تفاعل قراء الصحف الإلكترونية"، كرسنال للنشر، الجزائر، 2010، ص 140.

جدول رقم(04): يوضح توزيع المبحوثين حسب المهنة

المهنة	ك	%
طالب جامعي	33	51.56
بطل	15	23.43
أستاذ	04	06.25
موظف عمومي	04	06.25
تاجر	04	06.25
مقاول	04	06.25
المجموع	64	100

يبدا من خلال الجدول رقم (04) أن نصف المبحوثين طلبة جامعيين بنسبة 51.56%، يليها البطلين بنسبة 23.43%، وأخيراً باقي المهن كمهنة أستاذ وموظف عمومي وتاجر ومقاول بنسبة واحدة وهي 06.25%.

ويمكن تفسير ذلك من وجهة نظرنا على أن نسبة المتصفحين للموقع من ذوي المستوى الجامعي وصلت إلى 93.75% وذلك حسب الجدول رقم (03)، وبالتالي فإن الطالب الجامعي هو الأكثر استخداماً للصحافة الإلكترونية وهو يسعى دائماً وراء العلم والمعرفة والتطور من أجل رفع مستواه العلمي وذلك لكسب خبرات جديدة عكس المهن الأخرى، فالطالب الجامعي على دراية لوجود الصحافة الإلكترونية لأنه عند انجازه البحوث يستعمل الكتاب الإلكتروني بدلاً من الكتاب الورقي لهذا دائماً ما ينتقي كل ما هو رقمي.

وفي دراسة للباحثين "الشهري وقتنتر" تم الاعتماد فيها على نتائج استجابات عينة من قراء الصحف الإلكترونية العربية، ذكرت الدراسة بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث أنهم في الغالب شباب ويشكل الطلبة نسبة كبيرة منهم.¹

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 68.

جدول رقم(05): يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية

الحالة المدنية	ك	%
أعزب/ عزباء	51	79.68
متزوج (ة)	11	17.18
مطلق (ة)	01	01.56
أرمل (ة)	01	01.56
المجموع	64	100

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (05) أن نسبة المبحوثين الذين شملتهم الدراسة من العزاب بنسبة 79.68%، ونجد متزوج بنسبة 17.18%، وأخيرا مطلق وأرمل بنسبة 01.56%. وهذا راجع كون فرصة الاطلاع على الصحف الإلكترونية أحسن من المتزوج الذي غالبا ما ينشغل بمشكلات الأسرة والعمل وغيرها من هموم الحياة اليومية ولا يجد وقت فراغ للانترنت، ما عدا ساعات العمل ولكن مع ذلك ربما لا تتسنى له الفرصة للاطلاع على الصحف، فالتعرض للتلفزيون أو حتى الإذاعة والصحف الورقية ليس مثل الانترنت خاصة في الجزائر نظرا لعدم توفرها عند كل الأفراد.

2- بيانات خاصة بعادات وأنماط استخدام الصحف:

جدول رقم(06): يوضح الصحيفة التي يعتبرها المبحوثين المصدر الأساسي في حصولهم

على المعلومات

الصحيفة	ك	%
الإلكترونية	45	70.31
الورقية	03	04.68
كلاهما معاً	16	25.00
المجموع	64	100

يبدو لنا من خلال الجدول رقم (06) أن استخدام الصحيفة الإلكترونية كان بنسبة 70.31%، وكلاهما معا بنسبة 25%، وأخيرا الصحيفة الورقية بنسبة 04.68%.

ومن هنا يتضح أن الصحيفة الإلكترونية هي التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم القارئ بتصفحها، سواء كانت هذه الصحف بمثابة النسخ أو إصدارات إلكترونية لصفح ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادة مطبوعة على الورق، وهي تتضمن مرجعا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية، فهي وسيلة مهمة في الحصول على المعلومات، وهذا يعود ربما إلى مساحة الحرية الموجودة في هذا النوع من الصحافة التي تنقدها الصحافة الورقية خاصة في الجزائر التي تحكمها الرقابة والسلطة السياسية، حيث صارت الصحافة الإلكترونية تستخدم كل تقنيات وسائل الإعلام بشكل متكامل وأضافت إلى ذلك كله ميزة التفاعلية التي تجعل القارئ شريكا ايجابيا في العملية الاتصالية، ورغم العمر القصير للصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة الورقية إلا أن هذا العمر أبرز العديد من الميزات، التي ربما جعلت من مصادر الصحافة الورقية ليس لها صدى¹، لكن في المقابل فإننا نجد أن هناك من لا يثق في المعلومات التي تقدمها المواقع الصحفية الإلكترونية، وبالتالي يضيف الصحافة الورقية لكي تكون هناك مصداقية أكثر فأقبال الجمهور على النوعين معا هو ليس تأثير للوسيلة في حد ذاتها وإنما يرجع ربما إلى انشغالهم الكثيرة، لذلك فإن إجاباتهم حول مطالعتهم للنوعين معا هو بمعنى انه في حالة عدم حصولهم على الصحيفة الورقية فإن الصحيفة الإلكترونية هي البديل، لهذا يمكن القول أن كل وسيلة إعلامية تتميز بأدواتها وجمهورها، فالنشر الإلكتروني موجه لشريحة عريضة تتعامل مع الانترنت وتعتمد عليه إلى حد كبير للحصول على المعلومات، كما أنها واكبت جمهورها المتفاعل أو ربما هي التي أوجدت هذا الجمهور لتلغي مفهوم الجمهور المتلقي، وقد أثرت هذه الخصائص التفاعلية التي ازدهرت في عصر الانترنت على الصحف الورقية التي أعادت حساباتها، وبدأت تولي اهتماما كبيرا بفتح مجالات تفاعل مع قراءها، وبالتالي فلاي عمل صحفي أو إعلامي قواعد وأسس مهنية والتزامات أدبية ومسؤولية أخلاقية سواء كان مرئيا أو مطبوعا أو الكترونيا.

¹ - المرجع نفسه، ص 36.

جدول رقم(07): يوضح درجة قراءة المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً

الحالات	ك	%
دائماً	08	12.50
نادراً	34	53.12
أحياناً	22	34.37
المجموع	64	100

تشير المعطيات الواردة في الجدول رقم (07) أن أغلب أفراد العينة نادراً ما يقرؤون الصحف وذلك بنسبة 12.50% من مجموعهم، بينما نجد الفئة التي ذهبت إلى أنه أحياناً ما يطالعون الصحف قدرت نسبتهم ب34.37%، وأخيراً قراءة الصحف دائماً بنسبة 12.5% من مجموعهم. من خلال هذه النتائج يتضح أن أفراد العينة نادراً ما يطالعون الصحف، ويرجع ذلك إلى انشغالاتهم اليومية أو العلمية، فهناك ضروريات تكون أولى من استخدام الصحف وبالتالي يكون استخدامها وقت الفراغ فقط أو لمعرفة الأخبار والمعلومات أينما كانت وبشكل مجاني. ومنه، نستنتج أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الصحف بصفة نادرة فقط، وذلك لكونهم لا يهتمون بمطالعة الأخبار يومياً أو لأن لديهم مصادر معلومات أخرى يلجئون إليها مثلاً التلفاز أو الإذاعة أو مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(08): يوضح مدة استخدام المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً

مدة الاستخدام	ك	%
أقل من سنة	06	09.37
من سنة إلى 3 سنوات	18	28.12
أكثر من 4 سنوات	32	50.00
منذ ظهور الانترنت	08	12.50
المجموع	64	100

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (08) أن مدة استخدام المبحوثين للصحيفة أكثر من 4 سنوات بنسبة 50% من مجموعهم، ومن سنة إلى 03 سنوات بنسبة 28.12% من مجموعهم، وأقل من سنة بنسبة 09.37%، وأخيراً منذ ظهور الانترنت بنسبة 12.50%.

هذه النتائج تدل على أن أغلب المبحوثين بدأوا استخدام الصحف الإلكترونية منذ أكثر من 4 سنوات أي منذ ولوج الهواتف الذكية وتطبيق تقنية الجيل الثالث، وبالتالي هذا يدل على الاستخدام الجيد والقوي للصحافة الإلكترونية، فهذه الظاهرة الجديدة لم تدخل الوطن العربي إلا في منتصف التسعينات، مما أدى إلى أن تصبح تشكل تحدياً وتنافساً كبيراً مع وسائل الإعلام الأخرى، وأصبحت لا غنى عنها بالنسبة للأفراد، وهذا ما يؤكد أن الانترنت بشكل عام والصحافة الإلكترونية بشكل خاص تشهد نمواً متزايداً في الوطن العربي.

جدول رقم (09): يوضح أوقات مطالعة المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً

أوقات المطالعة	ك	%
الصباح	17	26.56
الظهيرة	12	18.75
المساء	35	54.68
المجموع	64	100

يبدو من خلال الجدول رقم (09) أن أكثر من نصف المبحوثين يطالعون الصحف مساءً وهذا بنسبة 54.68%، أما الذين يطالعونها في الصباح فقدرت نسبتهم بـ 26.56%، تليها الذين يطالعونها في الظهيرة بنسبة 18.75%.

ومن هنا، يتضح أن وقت المطالعة بالنسبة للمبحوثين يكون مساءً، لأن هذه الفترة تكون مناسبة لهم فهي تمثل وقت الفراغ والراحة بالنسبة لهم، لهذا يطالعون الصحف سواء الإلكترونية أو الورقية لكي يتزودوا بالأخبار والمعلومات الخاصة بيومهم، فصباحاً يكونوا مشغولون بأعمالهم ودراساتهم فلا يتفرغوا للتصفح، وعموماً فإن فترة تصفح الجريدة لدى المبحوثين مرتبطة بالوقت المتاح وذلك من خلال توفر الجريدة طوال اليوم وعدم تغير محتواها وثباتها يجعلهم يحددون فترة مناسبة لهم يتصفحون فيها الجريدة، وهذا ما يدل على أن عملية التصفح والوقت المفضل لديهم ليست عشوائية وإنما يوظفها عامل التوقيت ودرجات الاهتمام.

جدول رقم (10): يوضح موقف المبحوثين من الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية والتي منحتها التميز عن الصحافة الورقية

الحالات	ك	%			
نعم	61	95.31	الخدمات	ك	%
			خدمة البحث	18	29.50
			قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية	22	36.06
			خدمة البريد الإلكتروني	04	06.55
			تقديم الإعلانات للصحيفة الورقية	17	27.86
			أخرى تذكر	00	00.00
المجموع	61	100			
لا	03	04.68			
المجموع	64	100			

يوضح لنا الجدول رقم (10) توزيع المبحوثين حسب موقفهم من الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية والتي منحتها التميز عن الصحافة الورقية، حيث أننا وظفنا هذا السؤال لمعرفة إذا كانت خدمات الصحافة الإلكترونية منحتها التميز عن الصحافة الورقية.

وحسب المعطيات المتحصل عليها، فقد كانت أعلى نسبة والمقدرة بـ 95.31% من المبحوثين إجاباتهم بنعم، وتتمثل هذه الخدمات في قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية بنسبة 36.06%، تليها خدمة البحث بنسبة 29.50% وخدمة تقديم الإعلانات للصحيفة الورقية بنسبة 27.86%، وأخيراً خدمة البريد الإلكتروني بنسبة 06.55%. أما الذين يرون أنه لم تمنح خدمات الصحافة الإلكترونية التميز عن الصحافة الورقية فكانت نسبتهم 04.68%.

مع ظهور الانترنت وانتشار المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية وخاصة موقع الصحافة الإلكترونية، فلقد أحدثت هذه ثورة هائلة في نقل الصورة والخبر والمعلومة بسرعة كبيرة وذلك في وقت قياسي مما جعلها تتفوق على الصحافة الورقية التي كان المثقف يحصل على مادته الخبرية منها، وبالتالي فالصحافة الإلكترونية هي وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، حيث تعتمد على الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، وبالتالي فهي حسب رأي المبحوثين تتميز وتتفوق وتنتشر على عكس

الصحافة الورقية، فهي تتميز بالتنوع في خدماتها عن الصحف الأخرى حسب رأي المبحوثين من خلال قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية، حيث يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الورقية أو الإلكترونية، كذلك توفر خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب.¹

في حين الرأي المخالف يرى أن الصحافة الإلكترونية لم تصل بعد إلى مرحلة التفوق والتميز عن الصحافة الورقية لأن هذه الأخيرة لم تفقد شعبيتها ومكانتها بالرغم من الوسائل التي جاءت بعدها والأكثر تطوراً، فالصحافة الورقية حسب رأيهم لا تعد وسيلة فقط بل مرجعاً لهم.

جدول رقم(11): يوضح أسباب تصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية

الأسباب	ك	%
لأنها تعطي للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل	18	28.12
تعد بديلاً عن الصحف الورقية	08	12.50
لا تكلف الكثير من الوقت والجهد والمال	13	20.31
تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها	10	15.62
لأنها تصدر قبل الصحف الورقية	06	09.37
السرعة في نشر الأخبار	09	14.06
أخرى تذكر	00	00.00
المجموع	64	100

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم (11) أسباب تصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية، فنجد نسبة 28.12% لأنها تعطي للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل، و20.31% لا تكلف الكثير من الوقت والجهد والمال، و15.62% لأنها تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها، و14.06% السرعة في نشر الأخبار، لتليها نسبة 12.50% تعد بديلاً عن الصحف الورقية، وأخيراً نسبة 09.37% لأنها تصدر قبل الصحف الورقية.

¹ - رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103.

قد تزايدت أهمية مواقع الصحف الإلكترونية ودرجة إقبال المستخدمين عليها بالمصادقية التي حققتها خلال السنوات الماضية، بالإضافة إلى الحالية التي تميز غالبية هذه المواقع وانفرادها بعرض التقارير ونشر بعض الأخبار العالمية المهمة، وفي هذا السياق، فإن أحداث الهجوم التي تعرض لها المركز التجاري العالمي ومقر وزارة الدفاع في الـ 11 سبتمبر 2001م فقد زادت من أهمية مواقع الصحف الإلكترونية والواقع الإخبارية عبر الشبكة¹، ونظرا لتزايد الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية عبر مواقعها، أصبحت مصدر جاذبية للكثير من القراء، وقد تختلف أسباب المتصفحين لهذه المواقع حسب رغباتهم واحتياجاتهم واشباعاتهم.

وفي دراستنا هذه سجلنا من خلال الجدول أعلاه، أن من بين الأسباب الجوهرية التي دفعت الباحثين لمطالعة وتصفح الصحافة الإلكترونية، هو إعطائها للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل بنسبة 28.12% من الباحثين، بمعنى إمكانية حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب من خلال التعليقات التي يتلقاها الكاتب والصحفي على ما يطرحه من مواد (مقالات، تحقيقات، قضايا وغيرها)، أي هناك عملية اتصالية بين المستخدم والجريدة الورقية التي تقدم إعلاميا، إضافة إلى المشاركة المباشرة 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 ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة²، ومن هنا يتضح أن التفاعلية والمشاركة تعد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية، حيث يتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التماثل المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه مباشرة من خلال الموقع، إضافة إلى إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني، وهناك من الباحثين من يرى أن الصحف الإلكترونية لا تكلف الوقت والجهد بنسبة 20.31%، فالنشر الإلكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت يتطلب إمكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فالصحف الإلكترونية تستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق والعدد الكبير من الموظفين والمحترفين والعمال، وبذلك أصبح بالإمكان إصدار صحف الكترونية بإمكانيات محدودة، يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنت ووجود المشاريع الفردية.³

¹ - المرجع نفسه، ص 180.

² - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 112.

³ - المرجع نفسه، ص 25.

جدول رقم (12): يوضح أسباب عزوف المبحوثين عن الصحافة الورقية

الأسباب	ك	%
لأنها وسيلة إعلامية تقليدية	11	17.18
أفضل مطالعتها في شكلها الإلكتروني	30	46.87
للتعود على الطريقة الحديثة في التصفح	13	20.31
لأنها تكلف الوقت والجهد والمال	10	15.62
أخرى تذكر	00	00.00
المجموع	64	100

من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (12) يتضح أن من أسباب عزوف المبحوثين عن الصحافة الورقية تفضيلهم مطالعتها في شكلها الإلكتروني بنسبة 46.87%، تليها تعودهم على الطريقة الحديثة في التصفح بنسبة 20.31%، إضافة إلى أنها وسيلة إعلامية تقليدية بنسبة 17.18%، وأخيراً لأنها تكلف الوقت والجهد والمال بنسبة 15.62%.

وقد بينت نتائج الدراسة أن 46.87% من المبحوثين يرون أن السبب الرئيسي وراء عزوفهم عن الصحافة الورقية، هو تفضيلهم مطالعتها في شكلها الإلكتروني، وهذا يدل على أن الصحافة الورقية أصبحت تتعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة نظراً لتعامل الجيل الجديد مع الصحافة الإلكتروني، وبهذا فإن الصحافة الورقية شهدت أكبر ثورة منذ ظهور المطبعة في القرن الخامس عشر، هذه الثورة التي يعتبر النشر الإلكتروني أهم تجلياتها ومحركاتها، وفي خضم هذه الثورة تأثرت صناعة الصحافة بشكل ملحوظ إذ ظهر ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، ولهذا أصبح إلزاماً على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور التكنولوجي حتى لا تفقد علة وجودها.

في هذا الصدد شهدت التسعينات المزيد من تحول الصحف إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج وفي أساليب التوثيق، كما تم ربط مراكز المعلومات الصحفية بينوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتهما، وتم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه، من خلال تحسين أسلوب الإرسال وتسريعه¹، وهكذا أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءته لأنه أصبح حديثاً في تصفحه، وأن لا يحصل عليه مطبوعاً فقط، بل يتزود به مرئياً ومرئياً ومسموعاً على الحاسب الآلي من

¹ - المرجع نفسه، ص 44.

خلال شبكة المعلومات، وهو ما يسمى بالصحافة اللاورقية التي بدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة الورقية منذ ظهورها هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي من خلال رصد الأحداث وصناعة الخبر.

3- بيانات خاصة بتأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية:

جدول رقم (13): يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية متحررة من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية

الحالات	ك	%
نعم	33	51.56
لا	31	48.43
المجموع	64	100

يظهر لنا من خلال الجدول رقم (13) أن أغلبية المبحوثين أي ما نسبتهم 51.56% أكدوا أن الصحافة الإلكترونية تحررت من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية، أما الذين يرون عكس ذلك فبلغت نسبتهم 48.43%.

يمكن القول أن الرقابة الإعلامية حسب وصف "فيرتشيلد" أنها محاولة التحكم في محتوى بعض الأخبار المحددة التي لها علاقة بمصالح الشعب أو مصالح شخصية، أي أنها عمليا تعكس نمونجا هرميا البعض يضع نفسه في موقع سلطوي معرفي أعلى من غيره، ليحدد ما الصالح الجدير بالمتابعة وما الضار الذي ينبغي حجبها، فالرقابة الإعلامية في الواقع هي ظاهرة قديمة وثيقة الصلة بالسلطة السياسية والمؤسسة الدينية، إلا أن المدعش في هذه الظاهرة هي قدرتها على التكيف مع ديناميكية وسائل التواصل الحديثة، والبقاء للأبد كظاهرة طالما أن الصراع على التحكم والنفوذ باق بين البشر على مختلف مستوياتهم.¹

وعليه، فإن الصحافة الإلكترونية تعيش في فضاء إعلامي سمح للكثيرين بنقل ونشر أفكارهم بحرية دون أي رقابة إعلامية، وهذا بطبيعة الحال يسهم في تطور الأفكار واتساع مجالات النقاش، وهذا ما يجعلها تتفوق على الصحافة الورقية التي تتحدد فيها مجالات الحرية بما يوافق سياسة الجريدة، وبالتالي التحرر من مشكل الرقيب الذي قد يمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحف، فهذه الميزة جعلت

¹ - عمر داوودي، الرقابة الإعلامية في العالم العربي، 2020/08/17 على الساعة 17:45 <https://a3wadqash.com>

الصحف الإلكترونية قادرة على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، فجدد الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسئولة وغير قانونية، بل إن إصدار المواقع الإلكترونية الصحفية وغير الصحفية لا يخضع لقوانين أو لوائح، بل إن الأمر في غاية السهولة حيث يمكن لأي فرد في العالم إنشاء موقعه الخاص بمجرد أن يدفع الدومين الخاص به ويحجز اسم الموقع ثم يبدأ في تصميمه بنفسه أو بالاستعانة بمتخصص، وبعدها يضع عليه المحتوى الذي يريده، ورغم أن هذه السهولة كان لها سلبياتها ومساوئها في الشبكة العنكبوتية إلا أن ايجابياتها أكثر بكثير، فالانقلاب الذي أحدثته المواقع الإخبارية الإلكترونية في نقل الأخبار السياسية وجرأتها دون وجود رقابة¹، لكن من منظورنا درجة الحرية هنا وغياب الرقابة ربما تتعكس بالسلب على المصداقية، بمعنى آخر، إذا كان هناك حرية فيمكن لأي شخص نشر ما يريده على الانترنت، وهذا حقيقة سلاح ذو حدين، لأنه قد ينشر مقالات صحفياً على الانترنت لكن في بعض الأحيان قد يتحول هذا المقال إلى كارثة، لأنه قد يكون مجرد شائعة ومعلومة غير موثوقة أو أنه لا يأتي من مصدر موثوق.

جدول رقم (14): يوضح ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية من وجهة نظر

المبحوثين

الفئات	ك	%
مواكبتها للأحداث الجارية	26	40.62
موضوعيتها ومصداقيتها	5	07.81
تغطيتها للأخبار الدولية والعالمية	33	51.56
أخرى تذكر	00	00.00
المجموع	64	100

البيانات الواردة في الجدول رقم (14) تشير إلى أن المبحوثين يرون ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية هو تغطيتها للأخبار الدولية والعالمية بنسبة 51.56%، لتليها مواكبتها للأحداث الجارية بنسبة 40.62%، وأخيراً موضوعيتها ومصداقيتها بنسبة 07.81%.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 147.

ومن هنا يمكن القول، بأنه لا يمكن بحال من الأحوال مقارنة العمر الطويل للصحافة الورقية بالصحافة الإلكترونية التي مازلت في عقدها الأول، لكن هذا العمر القصير كان كافيا ولو بشكل نسبي لإبراز مميزات متعددة مرتبطة بهذه الظاهرة المتنامية، التي تحاول مواكبة عصر ثورة المعلومات والإفادة من إمكانياته غير المسبوقة، فهي أهم الأنماط الإعلامية والاتصالية التي تكونت على شبكة الانترنت، وهي تشهد تحولات عديدة جعلت منها ظاهرة متغيرة تتفاعل مع التطورات التقنية والثقافية للشبكة.

ومن هنا لا نستطيع فهم واقع الصحافة الإلكترونية إلا عن طريق البيئة العامة التي تتحرك داخلها، وفي فضاء الانترنت والنماذج الكبرى التي تحكم الصحافة الإلكترونية العالمية من جهة، والنظام السياسي والثقافي واستخدامات الانترنت من جهة أخرى¹، وبذلك فقد تميزت الصحافة الإلكترونية بدرجة كبيرة عن الصحافة الورقية من وجهة نظر المبحوثين من خلال تغطيتها للأخبار الدولية والعالمية بنسبة 51.56% من مجموعهم، وذلك من خلال النقل الفوري للأخبار الدولية والعالمية ومتابعة التطورات في مختلف المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية وغيرها، من خلال المراسلين الميدانيين الأمر الذي يجعلها أكثر سرعة من الصحيفة الورقية، مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، مما جعلها تتنافس الوسائل الإعلامية الأخرى، فالصحافة الإلكترونية تعالج كافة الأخبار سواء الدولية أو المحلية أو حتى العالمية، ومستخدما يكون على دراية بكل ما يجري في العالم في اقل من 30 ثانية، كذلك نجد مواكبتها للأحداث الجارية بنسبة 40.62%، أي تكون سبابة للتحديث، مما يجعلها مواكبة للأحداث الجارية في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها، حيث يجد القارئ نفسه أمام الحدث مباشرة بدلا من انتظار صدور الصحف المطبوعة في نسختها الورقية، وخير دليل على ذلك هو اطلاقنا على أخبار اليوم قبل صدور النسخة الورقية، ففي الجزائر مثلا، بإمكان القارئ معرفة أخبار اليوم الموالي في منتصف الليل قبل نزول النسخة الورقية للأسواق.

ولهذا يمكن القول، أن الخصائص التي تتميز بها الصحف الإلكترونية هي التي جعلتها مفضلة لدى المستخدم، ولا بد من الصحافة الورقية أن تسارع في تحديث خدماتها حتى لا تصبح من الوسائل الإعلامية المنسية من طرف الجمهور.

¹ - المرجع نفسه، ص 37.

جدول رقم(15): يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية منافساً للصحافة الورقية من ناحية استقطاب الجماهير

الحالات	ك	%
نعم	62	96.87
لا	02	03.12
المجموع	64	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن أغلب المبحوثين وبنسبة 96.87% أكدوا أن الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية من ناحية استقطاب الجماهير، أما عن المبحوثين الذين يرون أن الصحافة الإلكترونية ليست منافسا للصحافة الورقية فقد بلغت نسبتهم 03.12%.

ومما سبق طرحه، يتضح أن أغلبية المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية تعتبر منافسا للصحافة الورقية، وذلك من خلال التطورات التكنولوجية التي أدت لزيادة عدد المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف الإلكترونية خاصة في السنوات الأخيرة، حيث بدأ التوجه إلى استخدام الانترنت بصفة واسعة مما يدفع بالكثير إلى تصفح الصحيفة الإلكترونية، أي في ظل التحدي الذي جلبته شبكة الانترنت فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها في الساحة الإعلامية كمنافس للصحافة الورقية، فهذه القضية هي قضية جدلية متعددة الجوانب شغلت ومازالت تشغل المؤسسات المهنية الصحفية ووسائل الإعلام الأخرى والمستثمرين في حقل الإعلام، وانتقل الاهتمام بالموضوع إلى الدراسات والبحوث الأكاديمية، وبالتالي أصبح وضع الصحافة الورقية موضع قلق على المستوى العالمي، وهذا ما عبرت عنه نورة فار في دراستها "تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية"، حيث وافق نصف العينة على أن الصحافة الإلكترونية منافسة للصحف الورقية بنسبة 57%، بينما نجد 03.12% من المبحوثين الذين يرون أن الصحافة الإلكترونية لا تعتبر منافسة للصحافة الورقية¹، فالكلمة المكتوبة أقوى في تأثيرها من الكلمة المقروءة أو المسموعة، فالعلاقة بين الإنسان والقراءة عبر الورق علاقة تاريخية على مر الزمان، ولا يمكن أن تلغى أو تزول بمجرد ظهور وسيلة أخرى منافسة، حيث أوضح الأستاذ "الأسمرى" أن الأمر تكاملي أكثر منه تنافسي، وإذا كان هنالك من يرى أن بينهما تنافسا فهو أمر صحيح لكن التنافس من

¹ - نورة فار، تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، رسالة ماستر (منشورة)، جامعة أم بواقي، الجزائر، 2016، ص97.

حيث الإنتاج المثمر الذي يخدم المعلومات وسرعة وصولها إلى المتلقي، قد تأتي مسألة الحجم والسعة ميزة للصحافة الورقية أمام الإلكترونية لكن يقلل من هذا أن التخزين في الحاسوب لكم كبير جدا من المعلومات يمكن حفظه في حيز صغيرا جدا مهما كان عدد الصفحات، وهنا فالتكامل واضح وجميل كما أن هنالك مجالا أوسع وأسرع في عمليات قياس الرأي أو الاستفتاء¹. وبالتالي حسب هذا الرأي يمكن القول، أن الصحافة الإلكترونية ليست منافسا للصحافة الورقية بل مكملة لها.

جدول رقم (16): يوضح ما إذا كانت مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية

الحالات	ك	%
نعم	50	78.12
لا	14	21.87
المجموع	64	100

تشير معطيات الجدول رقم (13) إلى ما إذا كانت مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية، حيث نجد 78.12% كانت إجابتهم بنعم، و21.87% كانت إجابتهم بلا.

هذه النتائج إن دلت على شيء، إنما تدل على أهمية الصحافة الورقية وأن الصحافة الإلكترونية هي محاكاة للصحف الورقية، وذلك من خلال اعتمادها على ما ينشر في الصحف الورقية وما يرد من وكالات الأنباء وغيرها من المصادر، فالصحافة الإلكترونية تحتاج لكي تصبح مستقلة للكثير من الجهد المهني، وإمكانيات كبيرة حتى تستطيع التميز وكسب ثقة الجمهور، فالمتتبع لتطور وسائل الاتصال والإعلام عبر العصور، يصل في النهاية إلى تأكيد فرضية أن ظهور وسيلة اتصالية وإعلامية جديدة لم ينفي أو يقضي على الوسيلة التي سبقته بالظهور، وإنما ظهور الوسيلة الجديدة يكون دعما وتطويرا للوسيلة التقليدية، فظهور الصحافة الورقية وتطورها في العالم، يعتبر حدثا في تطور وسائل الإعلام والاتصال، حيث قدمت الصحافة المطبوعة العديد من الخدمات للجماهير والشعوب والدول، حيث كانت رمزا للحرية والدفاع عن حقوق الإنسان، كما أنها كانت وسيلة في تحرير العديد من الشعوب من خلال إسماع صوت الثورة في العالم²، وبعد ظهور الانترنت وتعدد خدماتها وظهر عبر مواقعها ما يسمى

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص ص10-11.

² - سليمان صالح، مستقبل الصحف المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد13، القاهرة، 2001، ص 107.

بالصحافة الإلكترونية التي أصبحت منتشرة، فأغلب الجرائد الموجودة اليوم في العالم في شكلها المطبوع تمتلك نسخة إلكترونية، أي أن الصحيفة الإلكترونية هي امتداد للصحيفة الورقية، وفي هذا استهدفت دراسة "جويو 2003" بحث الاختلافات بين المضمون الإخباري للانترنت والأخبار المطبوعة، وذلك من خلال مقارنة المضمون الإخباري للإصدارين المطبوع والإلكتروني للصحيفة نفسها، وتم إجراء تحليل مضمون لإصداري "صحيفة ديترويتفري برس" (detroit free pres) ، حيث خضعت المواد الإخبارية كافة للتحليل عبر فترة تصل إلى خمسة أسابيع، كما تم إجراء مقابلة مع المحرر الإلكتروني editor ontime للصحيفة أيضاً، وذلك من أجل الحصول على معلومات إضافية، وأوضحت الدراسة أن الإصدار الإلكتروني يوجد بها محتوى إخباري أكثر ومقالات ذات صلة بالموضوعات لا توجد في الإصدار المطبوعة، وعناوين أكثر طولا مقارنة بالصحيفة المطبوعة، كما تبين أن الإصدارات الإلكترونية تضم صورا أقل من الإصدار المطبوعة، إلا أنه لا يوجد اختلاف جوهري في متوسط طول القصة الخبرية¹، وهذا يدل على أن مضمون الصحف الإلكترونية مرتبط بالصحيفة الورقية، لكن يحتوي على إضافات أخرى لا يمكن أن تكون موجودة في الصحف الورقية، وبالتالي كل منهم مكمل للآخر حسب الجدول رقم (23).

جدول رقم (17): يوضح ما إذا كانت مصادر الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف الورقية

الحالات	ك	%
نعم	22	34.37
لا	42	65.62
المجموع	64	100

يبدو من خلال الجدول رقم (17) أن معظم المبحوثين يرون أن مصادر الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف الورقية بنسبة 65.62%، بينما يرى البعض الآخر أن مصادر الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف الورقية بنسبة 34.37%.

هذا يدل على أن الصحافة الإلكترونية لم تصل بعد إلى مرحلة ثقة القراء في مصداقية مصادرها، خاصة بعد الانفجار المعلوماتي الذي عرفته المواقع الإخبارية الإلكترونية وتعدد مصادرها، وهذا ناجم عن عدم التدقيق والتحري عن مصادرها الغير موثوقة، هذا إلى جانب سرعة النشر التي تفرضها خصائص

¹ - شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص ص 56-57.

الانترنت، مما يدفع بالصحف الإلكترونية إلى السبق الزمني على حساب التدقيق في مصداقيتها، مما جعل العديد يتجنب تصديق كل ما تحمله الصحافة الإلكترونية من أخبار، على عكس الصحافة الورقية التي غالباً ما تعتمد على مصادر موثوقة، حيث كشف استطلاع رأي حديث أن 74% من قراء العالم لا يتقنون في أخبار المنصات الإلكترونية ووصفوها بالمفبركة والمضللة، فيما طالب 64% منهم ضرورة استمرار الصحف الورقية باعتبارها مصدراً للمصداقية، وفق ما نقله موقع "سكاي نيوز" البريطاني أخيراً، حيث أجرى استطلاع بعنوان "المطبوع والورقي عالم رقمي" شركة (toluna) الفرنسية المتخصصة في الأبحاث الاستطلاعية المسحية عبر الانترنت واستطلعت خلاله آراء 10700 مستهلك في 10 دول، إذ خلصت النتائج إلى أن 56% من قراء العالم يتقنون في الصحافة الورقية مقارنة بـ 34% يفضلون أخبار المواقع الإلكترونية، بينما وقف 10% على الحياد، وتشير الأرقام بعودة مزدهرة للمكاتب العامة والمتاجر التي تباع وتغير الكتب الورقية بعد سنوات من الخمول بسبب انتشار التطبيقات الإلكترونية، لا سيما أن النتائج تؤكد بأن الإعلام المطبوع لا يزال يتمتع بمصداقية لدى المتلقين أكثر من نظيره الرقمي، وفضل 80% تلقي الأخبار من الصحف الورقية لا الإلكترونية، معتبرين استمرار الصيغة المطبوعة ضرورة وارجعوا ذلك إلى تزايد مخاطر القرصنة الإلكترونية.¹

جدول رقم (18): يوضح ما إذا كانت الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحف الإلكترونية تساهم في تعزيز مصداقيتها

الحالات	ك	%
نعم	56	87.50
لا	08	12.50
المجموع	64	100

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (18) أن أغلب المبحوثين يرون مساهمة الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحف الإلكترونية في تعزيز مصداقيتها وهذا بنسبة 87.50% من مجموعهم، أما الذين يرون عكس ذلك بلغت نسبتهم 12.50%.

ومن هنا يتضح، أن أكبر نسبة من المبحوثين اتفقوا على إرفاق المواضيع بالصوت والفيديو من أهم العوامل المساهمة في تحقيق المصداقية في الصحف الإلكترونية، وذلك لما تحمله الصور والفيديوهات

¹ - الصحف الورقية أكثر مصداقية، 2020/08/14 الساعة 15.48 www.okaz.com.sa

من موثوقية وتأكيد لصحة الخبر، فالصورة أبلغ تعبير بالنسبة لهم لنقل الحقيقة، فالصحافة تجمع بين الصوت الذي كان يقدمه الراديو والصوت والصورة المميز للتلفزيون والنص الذي تقدمه الصحيفة الإلكترونية مما ترفع من مصداقيتها، فالصحافة الإلكترونية بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، حيث تزايد اعتماد الصحف الإلكترونية على الوسائط المتعددة نظرا لمساهمتها في تسهيل التعرض لهذه الصحف، وبهذا أصبح استخدام الوسائط المتعددة من أهم السمات الاتصالية المميزة للصحافة الإلكترونية.

جدول رقم (19): يوضح تأثير استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية

الحالات	ك	%
نعم	52	81.25
لا	12	18.75
المجموع	64	100

يشير الجدول رقم (19) إلى أن نسبة 81.25% من أفراد العينة وهم يمثلون الأغلبية يؤكدون أن تأثير استخدام الصحافة الإلكترونية للغة قريبة من القراء سوف يؤثر على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية، فيما نجد 18.75% من المبحوثين يرون انه ليس هناك تأثير استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية.

تعتبر لغة الصحافة، اللغة التي تكتب بها الصحف اليومية، أو تمثل لغة التخاطب اليومي التي تقوم بتوظيف بعض الأساليب من الاستعمال العادي، وتستمد أسلوبها وبنياتها من مستويات لغوية عدة، فهي تتبادل التأثير مع تلك المستويات¹، هذه اللغة التي ظهرت عن تقاليد معينة في استخدام اللغة التي تقدم بها الصحافة مادتها، فقد حملت ألفاظا وتساهلت في قواعد اللغة، واعتمدت البساطة، وشاع فيها الخطأ، هذه الأخطاء التي تسارعت في لغة الصحافة لاقط انتقادات كثيرة دافع عنها بعض الصحفيين بقولهم المعروف: "خطأ مجهور خير من صواب مهجور"، فهي جزأ لا يتجزأ من اللغة العربية تعتمد أيضا على ضوابط وقواعد بغية توصل الفكرة بأبسط الوسائل بين أيدي القارئ²، لكن للأسف نجد بأن استخدام

¹ - صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، ط5، الجزائر، 2009، ص 135.

² - صالح بلعيد، اللغة العربية آلياتها الأساسية وقضاياها الراهنة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص 133.

الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء أثرت على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية، ويعود هذا الرأي إلى ما نشاهده من انحطاط في اللغة الإعلامية على مختلف المواقع الإلكترونية من صحف الإلكترونية وغيرها من المواقع، الشيء الذي خلق مصطلحات جديدة ودخيلة على الإعلام، مما سيؤثر سلباً على اللغة الإعلامية الراقية التي تميزت بها الصحافة الورقية منذ عقود، وهذا ما اتفقت معه دراسة "فار" في تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، حيث اتفق أفراد العينة على الرأي القائل: بأن استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة للقراء سوف يؤثر على اللغة الإعلامية الراقية في الصحافة الإلكترونية وذلك بنسبة 62 % .

جدول رقم (20): يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الورقية من وجهة نظر المبحوثين

الحالات	ك	%
نعم	55	85.93
لا	09	14.06
المجموع	64	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين وبنسبة 85.93% يرون أن الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الورقية، أما الذين يرون عكس ذلك فقد بلغت نسبتهم 18.75%.

ونستنتج مما سبق ذكره، أن أهم ما تتميز به الصحافة الإلكترونية امتلاكها عوامل جذب وإبهار متعددة عن الصحافة الورقية، فهي تتيح للمتصفح استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت، إذ بإمكانه عبر ضغطه زر واحد القراءة والمشاهدة والاستماع في نفس الوقت، عكس الصحف الورقية التي يكتفي فيها بالقراءة فقط، كذلك السرعة في تلقي الخبر العاجل إضافة إلى الصور المصاحبة له وفيديو الفيديو الذي يعزز في كثير من الأحيان الخبر، وإمكانية حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب وهي أهم ميزة تفتقدها الصحف الورقية، وذلك من خلال التعليقات التي يتلقاها الكاتب والصحفي على ما يطرحه من مواد (مقالات-تحقيقات-وقضايا)، حيث نجد التكلفة الضخمة لإصدار صحيفة ورقية بدءاً من الحصول على ترخيص مروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية، بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية مختلف تماماً، حيث لا يستلزم المرور بكل هذه الخطوات، ولكن يبقى الجانب المادي هو الأهم، أي من يود الإقدام على

إنشاء صحيفة إلكترونية يجب أن يتأكد من وجود رأس مال لهذا المشروع، كذلك تميز الصحافة الإلكترونية بفرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، يستطيع الزائر أن يطلع على تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع الذي يريد.¹ كلها مميزات وخصائص جعلت من الصحافة الإلكترونية منفردة ومتميزة عن الورقية، وبالتالي تكون أكثر جاذبية للقراء لأن القارئ اليوم يبحث عن كل ما هو جديد تكنولوجي سريع لا يكلف الوقت والجهد والمال.

4- بيانات خاصة بمستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية:

جدول رقم (21): يوضح ما إذا أصبحت الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة الورقية وسبب ذلك

الحالات	ك	%			
نعم	53	82.81	السبب	ك	%
			حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية أكثر من الورقية	15	28.30
			التفاعلية المتاحة واسعة لا مثيل لها في الصحف الورقية	28	52.83
			أجد أشخاصا يشاركون بنفس أفكارى	03	05.66
			الصحافة الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة	07	13.20
			أخرى تذكر	00	00.00
المجموع	53	100			
لا	11	17.18			
المجموع	64	100			

تشير المعطيات الواردة في الجدول رقم(21) أن أغلب المبحوثين وبنسبة 82.81% في مجموعهم، يرون أن الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة الورقية، وذلك راجع إلى التفاعلية المتاحة واسعة لا مثيل لها في الصحف الورقية بنسبة 52.85%، تليها حرية التعبير المتاحة في الصحف الإلكترونية أكثر من الورقية بنسبة 28.30%، ثم الصحافة الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة بنسبة 13.20%، وأخيراً أجد أشخاصا يشاركون بنفس أفكارى بنسبة 05.66%، أما عن المبحوثين الذين يرون بأن الصحافة الإلكترونية ليست بديلاً عن الورقية فقد بلغت نسبتهم 17.18%.

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 8.

في السابق كان ينظر إلى الصحف الإلكترونية، كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة الورقية، ثم أثير النقاش حول فكرة مفادها أن الصحيفة الإلكترونية يمكن أن تكون بديلا عن الصحيفة الورقية، وهذا يرجع لعدة أسباب هامة منها: التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة C.N.N وقناة الجزيرة القطرية وكذلك جذب الصحف الإلكترونية للقراء وتخطيها لمعوقات الورق وارتفاع أسعاره.

في هذا السياق، خلص أحد الباحثين المهتمين بدور الصحافة الإلكترونية، إلى أن مجمل السمات والخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية تقلص في إقبال القارئ على الصحافة الورقية والذي سجل بداية موت الصحافة الورقية في ظل التراجع الذي شهدته كبريات الجرائد الأمريكية، فعلى سبيل المثال: استغنت "نيويورك تايمز" عن 60% من محرريها، حيث نجد في دراسة بأمریکا بعنوان "وسائل الإعلام الإخبارية" لسنة 2004، حيث وصلت إلى أن الصحافة الورقية في الـ يوم أمتجه نحو الانحدار في الوقت الذي انتشرت فيه الصحافة الإلكترونية، والعكس مع الدول العربية التي لازالت المنافسة الورقية قائمة وبداية واضحة للصحافة الإلكترونية، حيث ارجع المبحوثين السبب الرئيسي وراء جعل الصحافة الإلكترونية بديلا عن الورقية هي خاصية التفاعلية المتاحة التي تفنقدها الصحف الورقية التي يكون القارئ أكثر تفاعلا مع ما ينشر أو يبيث، وذلك من خلال إبداء الرأي والتعقيب مباشرة مما يمكن الصحيفة من معرفة اتجاهات الرأي العام.¹

هذا ما يتوافق مع الاتجاه القائل أن الصحف الإلكترونية تمثل بديلا عن الصحف الورقية وسوف تحل محلها، وتقوم مبررات هذا الاتجاه على فرضيات منها: أن الصحافة الإلكترونية تشهد ميلاد مواقع كثيرة تواكبها زيادة في عدد زوارها وتستفيد من الأزمات التي تمر بها الصحافة الورقية ومن بينها الرقابة عليها ومنع المواد الصحفية من النشر، كذلك الصحف الإلكترونية تتمكن من تقديم نطاق واسع من الخدمات التي لا تستطيع الصحف المطبوعة أن تقدمها، إضافة إلى تميز الصحف الإلكترونية بنقلها للصورة والنص معا لتوصيل رسالة متعددة الأشكال، كما تحتفظ بالزائر أكبر قدر ممكن²، حيث يرى أصحاب الصحافة الإلكترونية أن العالم سيشهد آخر صحيفة ورقية في عام 2018، فصحف الانترنت يمكن أن تحمل العديد من الأخبار التي كان يتم استبعادها عن الصحف الورقية بسبب نقص المساحة، حيث توفر الانترنت

¹- علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص ص 55، 54.

²- ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003، ص 280.

إمكانات لتوسيع الصحيفة لتحمل الكثير من المضمون، كما يرون أن الصحافة الورقية صحافة الأميين الإلكترونية، وأن السمات الأساسية للصحف الإلكترونية تفوق السمات الأساسية للصحف الورقية.

لكن هناك في المقابل، من يرى من المبحوثين أن الصحافة الإلكترونية ليست بديلا عن الصحافة الورقية، وأن المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية مرفوضة، وهذا من منطلق مفاده أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور بشكل ألي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية، في هذا يرى "درويش اللبان"، 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 وقراءتها أما الإلكترونية فقد يصعب الوصول إليها وقد تكون عرضة للأخطاء الإلكترونية زد على ذلك التحميل البطيء للموضوعات،¹ وبالتالي لا يمكن أن تكون بديلا عن الصحافة الورقية، وهذا ما يدعوه أنصار الصحافة التقليدية، والذي يقول بأن ما يظهر على الانترنت هو ليس بصحافة ولا يمت لها بصلة لجملة من الأسباب منها، أن العاملين في الصحافة الإلكترونية ليس لديهم الخبرة والتدريب الكافي، وأن نوع المحتوى الخبري محتوى غير احترافي وغير محرر وتشمله الكثير من جوانب القصور والخلل، وكمثال على ذلك: مؤسسة (prize pulitzer) الأمريكية ما زالت ترفض أن تنظر في الأعمال التي تقدمها الصحافة الإلكترونية ولا ترشحها للحصول على الجائزة المرموقة في مجال الصحافة، كذلك عدم المصداقية وهذا ناجم عن غياب التدقيق وتحري المصادر الموثوقة، بالإضافة إلى أن سرعة النشر تفرضها خصائص الانترنت تدفع بالصحف الإلكترونية إلى السبق الزمني على حساب التدقيق، وهذا ما جعل البعض يطلق عليها صحافة الإشاعات،² ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه إذا كانت صحافة الانترنت قد أضافت الكثير لحقل النشر عموما، إلا أنها لا تزال مجرد أداة مساعدة للصحافة المطبوعة في سبيل توسيع دائرة قرائها على المستوى الدولي وتطوير الأداء الصحفي وغيرها من الخدمات المتعددة التي تقدمها الانترنت للصحف الورقية، وأنه لمن المستبعد أن تنقرض لصحافة الورقية أو تتراجع مكانتها أمام الصحف الإلكترونية، ويعود ذلك للمميزات التي تتميز بها الصحف الورقية عن الإلكترونية، وأوضح مؤتمر عالمي عام 2001، أن سرعة مواد الصحيفة على الانترنت يؤدي إلى تزايد الأخطاء الموجودة في

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 56.

² - جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية "المعايير الفنية والمهنية"، أبحاث المؤتمر الدولي، (الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد)، جامعة البحرين، 2009، ص 394.

الصحف الإلكترونية والمواقع الخبرية¹، ولهذا يمكن القول من خلال هذا المنظور، أن الصحافة الإلكترونية لن تكون بديلا لوسيلة أخرى، وإنما ستكون مجرد وسيلة جديدة تضاف إلى وسائل الإعلام الأخرى المعروفة، فلقد ظهرت نفس التنبؤات بالنسبة للصحافة حينما ظهرت الإذاعة في مطلع القرن الماضي، وتكررت هذه التنبؤات حينما ظهر التلفزيون في أربعينات القرن ذاته، لكن الصحافة بقيت وان كانت المنافسة مع الوسائل الجديدة قد حفزتها على التطور في الشكل والمضمون، وهذا الحال سيتكرر مع الصحافة الإلكترونية التي سيكون لها جمهورها والتي ستعمل هي أيضا على تحفيز الوسائل الأخرى ومنها الصحافة الورقية لتطوير إمكاناتها، وبناء علاقات جديدة مع جمهورها.²

جدول رقم (22): يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية

من وجهة نظر المبحوثين

الحالات	ك	%
نعم	57	89.06
لا	07	10.93
المجموع	64	100

يوضح الجدول رقم (22) أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية وذلك بنسبة 89.06%، بينما يرى 10.93 % من المبحوثين أن الصحافة الإلكترونية لا تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية.

ومن نستنتج، أن الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على الورقية في المستقبل لأنها تمثل تحديا للصحف الورقية، فالإعلام الإلكتروني أصبح في الواقع منافسا قويا وشرسا جدا بالنسبة للصحافة الورقية، ويمكن القول، أن الصحافة الورقية أصبحت متجهة للانقراض، إذا لم تتجه هذه الصحيفة إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بتطور وواقعية، فلم يعد الجيل الجديد يتعامل مع الصحافة الورقية ولذلك عليها أن تتجه إلى العالم الجديد عبر تحديث المحتوى واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، حيث نجد الكثير من الصحف العالمية أغلقت ومنها من خفض أعداد موظفيه وتوجه نحو الصحافي الشامل، فالصحافة الورقية مهددة أمام الإعلام الإلكتروني، إذا لم تتمكن من مواكبة هذا التطور عبر إنشاء المواقع

¹ - عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص 142.

² - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 34.

وتطوير البث والمحتوى ومتابعة الخبر في نفس اللحظة، فيمكن أن تتلفظ الصحافة الورقية أنفاسها الأخيرة في المستقبل.

كذلك أصبحت هذه المواقع الإلكترونية متنفساً للكثير من الكتاب الذين لا يستطيعون الكتابة في الصحف الورقية، لذلك فإن هذه الصحافة قادرة على احتواء هؤلاء الكتاب، ويكون بإمكانه الكتابة باسم آخر حتى يفلت من الرقابة، لكن الصحافة الورقية محكومة بقيود متنوعة عكس الإلكترونية المتحررة من هذه القيود،¹ وبالتالي هنا سوف تؤثر على الصحافة الورقية بالسلب مع مرور الوقت.

جدول رقم (23): يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية مكملة للصحافة الورقية من وجهة نظر

المبحوثين

الحالات	ك	%
نعم	46	71.87
لا	18	28.12
المجموع	64	100

نلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (23) أن المبحوثين أكدوا على أن الصحافة الإلكترونية مكملة للورقية بنسبة 71.87%، بينما باقى المبحوثين أكدوا عكس ذلك بنسبة 28.12%.

من خلال عرضنا لهذه النتائج، نلاحظ أن المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية مكملة للورقية أي ليس هناك صراع بينهما وهذا يدل، على أنه لا توجد وسيلة إعلامية قضت على وسيلة سابقة لها، وإنما تتعايشان في ظل الخصوصية لكل واحدة، فلقد تعودت الأجيال منذ مدة طويلة على قراءة الصحف المطبوعة وهذا يجعل من الصعب التخلي عن هذه العادة على الأقل على المدى المنظور، فالانترنت لا تستطيع أن تقضي على الصحافة الورقية بل ستفيدها من خلال ما تقدمه من معلومات وخدمات تساهم في تطوير أدائها وتسهيل عمل طاقمها، فكل وسيلة تكمل الأخرى.

وهناك اتجاه يرى أن الصحافة الورقية تسير مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة من شبكة الانترنت، أي أن الصحافة الإلكترونية ما هي إلا دعامة إلكترونية، تعتمد عليها الصحافة الورقية لتنمية عملية توزيعها من خلال النشر الإلكتروني ربما للوقت والجهد والوصول للقارئ أينما كان، ويضيف هؤلاء أن الصحافة الإلكترونية تعتبر بمثابة فرصة كبيرة

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 248.

للصحافة الورقية حتى تحقق شعبية أكبر بالوصول إلى أكبر جمهور ممكن في أقصر مدة وفي كل مكان¹، بينما نجد 28.12% من المبحوثين الذين يرون أن الصحافة الإلكترونية ليست مكتملة للورقية، بل هي مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور بشكل آلي فقط. ومنه نستنتج، أن أغلبية المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية مكتملة للصحافة الورقية، وأن الصحافة الورقية ستستفيد من خلال ما تقدمه من معلومات وخدمات تساهم في تطوير أدائها وتسهيل عمل طاقمها، فكل وسيلة مكتملة للأخرى.

جدول رقم (24): يوضح الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الإعلام الرقمي

الجديد

الصعوبات	ك	%
زوال الصحيفة الورقية	20	31.25
عزوف القراء عن اقتنائها ومطالعتها	30	49.18
صعوبة التوزيع والتخزين	14	21.87
المجموع	64	100

يبدو لنا من خلال الجدول رقم (24) اتجاهات المبحوثين حول الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الإعلام الرقمي الجديد، حيث يرى 49.18% عزوف القراء عن اقتنائها ومطالعتها، ونسبة نسبة 31.25% يرون زوال الصحيفة الورقية، وأخيرا صعوبة التوزيع والتخزين بنسبة 21.87%. إن ظهور شبكة الانترنت للوجود مع فرضها لتقنياتها ومميزاتها التي دخلت فيها جميع الميادين وأزاحت بها كافة الحدود في ظل العولمة، شكل تحديا كبيرا أمام الصحافة الورقية التي وجدت نفسها خارجة عن نطاق هذا التطور وهي بذلك قد أضحت في زمن كان.

حيث ظهرت مؤشرات كثيرة تقول بتنامي الصحافة الإلكترونية بشكل كبير، مقابل تراجع الصحافة الورقية في العالم، وذكر مركز "بيو الأمريكي للدراسات" أن انخفاض توزيع الصحف اليومية في أمريكا بلغ 2.5% سنويا و3.3% في الصحف الأسبوعية مقابل ازدهار المواقع الإلكترونية للصحف بنسبة 1%، ويرى البعض أن الإعلام الجديد بأدواته ومواقعه قد أصبح يمثل تهديدا واضحا للإعلام التقليدي، الذي ظل متواجدا بقوة داخل المشهد الإعلامي العربي لعقود كثيرة، وأثر كثيرا على المواطن العربي بل

¹ - يمينة بلعاليا، مرجع سابق، ص 93.

وملكه في كثير من الأحيان، إلا أنه الآن لم تعد تلك القوة الإعلامية قادرة على الصمود أو اجتياح المواقع الإعلامية المختلفة التي تنتشر عبر الانترنت وتدعمها مواقع الجيل الثاني من الانترنت مثل: تويتر، فيسبوك، اليوتيوب، وكذلك المدونات.¹

أكد في ظل انتشار الإعلام الرقمي الجديد، سوف تواجه الصحف الورقية صعوبات كثيرة أمام نظيرتها الإلكترونية، مما يؤدي إلى عزوف القراء عن اقتناءها ومطالعتها أي تدني مستوى المقروئية، فلقد أشار الاتحاد لتراجع نسب المقروئية في عدد من الدول، ويرجع البعض الأمر لعزوف وتخلي القراء عنها بالنظر لتزايد أهمية الانترنت وتفضيل الكل استخدامها، فالقارئ بات يفضل استخدام الانترنت في بيته أو عمله، وعن طريق الانترنت يمكن أن يطلع على أكبر عدد من الصحف بثمن قليل أقل بكثير حين يقتنيها مجتمعة في السوق، لأن كل المعلومات متوفرة ومتجددة على الانترنت.

لحفاظ الصحافة الورقية على مكانتها، لا بد وأن تتجه إلى التعامل مع التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة بتطور وواقعية، فلم يعد الجيل الجديد يتعامل مع الصحافة الورقية، ولذلك عليها أن تتجه إلى العالم الجديد عبر تحديث المحتوى واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، فنجد بعض الصحف الورقية خبرية حصرية عليها، تطبع نسختها، ويتم نشر المحتوى في موقعها الإلكتروني، وهذا لا يقدم جديد حينما ننقل الجريدة من ورقية إلى الكترونية، ولكن لا بد من تحديث وتطوير الأخبار على مواقع الصحف الورقية، والبعد عن عملية النقل النصي من الصحف الإلكترونية، كذلك إتاحة مساحة كبيرة للكتاب والآراء المختلفة، والالتزام بالحيادية قدر الإمكان، والابتعاد عن التوجه والتحيز لملاكها. حتى تستطيع أن تتميز عن نظيرتها الإلكترونية²، كلها حلول لا بد من الصحافة الورقية أن تقتدي بها، حتى تحافظ على مكانتها في مواجهة الصحافة الإلكترونية وتستطيع تخطي كل الصعوبات التي تعاني منها.

ثالثاً - النتائج العامة للدراسة

بعد القيام بعملية تحليل وتفسير البيانات الميدانية بالاعتماد على المزوجة بين النظري والتطبيقي، واستناداً إلى المعالجة الإحصائية يمكن أن نعرض خلاصة ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج على النحو الآتي:

¹ - علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص ص 131، 132.

² - المرجع نفسه، ص ص 249-250.

1- نتائج خاصة بعادات وأنماط استخدام الجمهور للصحف:

أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين يعتبرون الصحافة الإلكترونية هي المصدر الأساسي في حصولهم على المعلومات، وهذا راجع إلى سهولة تصفحها ومساحة الحرية الموجودة في هذا النوع من الصحف التي تفتقدها الصحافة الورقية، حيث نجد أن المبحوثين نادرا ما يقرءون هذه الصحف بطبيعة الحال فهناك ضروريات أولى من استخدامهم للصحف وبالتالي يطالعونها وقت الفراغ فقط، أما عن مدة استخدام المبحوثين لهذه الصحيفة فهو أكثر من 03 سنوات وبالتالي هذا يدل على الاستخدام الجيد والقوي للصحافة الإلكترونية، وبالنسبة لوقت مطالعة المبحوثين للصحف هو في الفترة المسائية أي وقت الفراغ والراحة بالنسبة لهم.

كما بينت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية هي التي منحنتها التميز عن الصحافة الورقية ، وهذا راجع للخدمات التي تتميز بها هذه الصحيفة عن الصحيفة الورقية، ويرجع المبحوثين أهم خدمة في قدرتهم على قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية على موقع الصحافة الإلكترونية، وهذا راجع تمتعها بالقدرة على الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية، ومن جهة أخرى نجد أن السبب الرئيس لتصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية أنها تعطي للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل، وبالتالي يكون هناك اتصال وثيق بين القارئ والكاتب أو الصحفي، أما سبب عزوفهم عن الصحافة الورقية وهو يمثل محور الدراسة يعود لتفضيلهم مطالعتها في شكلها الإلكترونية وهذا راجع لتعامل هذه الوسيلة مع التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الجيل الجديد مع الصحافة الإلكترونية.

2- بيانات خاصة بتأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحافة الورقية:

كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية تحررت من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية وذلك من خلال درجة الحرية التي منحنتها الصحافة الإلكترونية لقارئها من نشر وتعليق دون رقابة، في حين يرون المبحوثين أن الصحافة الإلكترونية مواكبتهما للأحداث الجارية هي التي منحنتها التميز عن الصحافة الورقية، كما أنه هناك اتفاق حول منافسة الصحافة الإلكترونية من ناحية استقطاب الجماهير للصحافة الورقية، وهذا راجع للتطورات التكنولوجية التي أدت لزيادة عدد المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحافة الإلكترونية، ومن جهة أخرى فإن أغلبية المبحوثين يقرون أن مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية، وهذا يدل على أهمية الصحافة الورقية، وإن الصحافة الإلكترونية هي محاكاة للصحافة الورقية.

كما دلت نتائج الدراسة على أن مصادر الصحف الورقية أكثر مصداقية من الصحف الإلكترونية، ولهذا يدل على أن الصحافة الإلكترونية لم تصل بعد إلى مرحلة ثقة المبحوثين في مصداقيتها نظرا لعدم التدقيق والتحري عن مصادرها الغير موثوقة، وبالتالي فان من وجهة نظر المبحوثين الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحافة الإلكترونية هي التي تساهم في تعزيز مصداقيتها وذلك لما تحمله من موثوقية وتأكيد لصحة الخبر، ومن جهة أخرى فان أغلبية المبحوثين يرون أن استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء سوف يؤثر على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية وهذا راجع إلى وجود مصطلحات جديدة على الإعلام مما سيؤثر سلبا على اللغة الإعلامية الراقية التي تميزت بها الصحافة الورقية منذ عقود، فالمبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية أكثر جذبا للقراء من الصحافة الورقية.

3- بيانات خاصة بمستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية:

كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن الصحافة الإلكترونية بديلا عن الصحافة الورقية نظرا للتفاعلية المتاحة الواسعة التي لا مثيل لها في الصحافة الورقية، وبالتالي المبحوثين يرون أنها سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية لأنها تمثل تحديا للصحف الورقية، فالإعلام الإلكتروني أصبح منافسا قويا وشرسا جدا بالنسبة للصحافة الورقية.

كما بينت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية مكمل للصحافة الورقية وليس هناك صراع بينهما، لأنه لا توجد وسيلة إعلامية قضت على سابقة لها وإنما تتعايشان في ظل الخصوصية لكل واحدة. وأخيرا، فيما يخص الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الإعلام الرقمي الجديد، نجد زوال الصحيفة الورقية، وصعوبة التخزين والتوزيع، واتفق المبحوثين على عزوف القراء عن اقتنائها ومطالعتها، أي تدني مستوى مقروئيتها، وهذا راجع لتزايد أهمية الانترنت وتفضيل الكل استخدامها، ولذلك لا بد أن تنتج إلى التعامل مع التكنولوجيا وتحديث محتوى واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة إضافة إلى تحديث وتطوير الأخبار على مواقع الصحف الورقية والبعد عن عملية النقل النصي منها إلى الصحف الإلكترونية.

خاتمة

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 الجماهير نحو الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوفهم عن الصحافة الورقية، وذلك من خلال معرفة الأسباب التي أدت لعزوفهم عن الصحافة الورقية وتفضيلهم للصحافة الإلكترونية، فخلصت الدراسة إلى أن السبب الرئيس هو تفضيلهم لمطالعتها في شكلها الإلكتروني، لأن في الوقت الحالي أصبحت التكنولوجيا مسيطرة على كل المجالات، حتى على نوعية قراءة الصحف.

يعتبر موضوع الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، موضوعاً أثار الكثير من الجدل في الأوساط الأكاديمية، فقد خصص له الكثير من الباحثين عدة دراسات تناولت العلاقة بين هاذين النوعين من الإعلام، من زوايا مختلفة كانت جميعها تصب في محاولة لإثراء البحث العلمي، حول العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، ومحاولة استشراف مستقبل الصحافة الورقية أمام تحدي المنافسة القوية للصحافة الإلكترونية، وبناءً إلى ما توصلت إليه الباحثة من خلال نتائج الدراسة فلا بد أن تستعد الصحافة الورقية نحو التحول الرقمي من خلال الاهتمام بمواقعها الإلكترونية وتطويرها وخلق نوع من التفاعل الجماهيري والأخذ بعين الاعتبار متطلبات الجيل الجديد من الصحافة الإلكترونية، وكذلك العمل على نقل أخبار الصحيفة عبر الوسائط الإعلامية الحديثة.

الصحافة الإلكترونية التي تعددت أشكالها وقوالبها ومضامينها وأهدافها أيضاً ظهرت معها العديد من التحديات أمام الصحف الورقية، حيث ساعدت حرية الانترنت إلى نشوء صحافة حديثة مثل تحليل مواد الإخبارية صحافية، فأصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكاً للجميع وأكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى عدد ممكن من القراء وبأقل التكاليف، وبذلك تكون الصحف الإلكترونية قد فتحت أفاقاً جديدة ما جعلها مميزة عن الصحف الورقية حسب الدراسة.

فالصحافة الإلكترونية لها تأثير مباشر أكثر فعالية من الصحافة الورقية، لأن معظم من يقرأها حسب نتائج الدراسة هم طلاب جامعيين أما الصحف الورقية فيقرأها عامة الناس.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- قائمة المصادر:

1- القرآن الكريم:

ثانياً- قائمة المراجع:

1- الكتب:

1. إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2001.
2. إبراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2005.
3. إبراهيم فؤاد خصالوة، الصحافة المتخصصة، دار المسيرة، عمان الأردن، 2012.
4. أبو القاسم محمد أحمد، التسويق عبر الانترنت، دار الأمين، مصر، 2000.
5. أحمد ريان، خدمات الانترنت، المرجع الثقافي، أبوظبي، الإمارات، 2001.
6. أديب مروى، الصحافة العربية "نشأتها وتطورها"، دار الحياة، بيروت، لبنان، 1961.
7. أشرف صالح، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة، مصر، 2001.
8. أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام والموجة الرقمية الثانية، ايتراك للنشر، القاهرة، مصر، 2008.
9. بدوي عبد الرحمان، البحث العلمي "مناهجه وتقنياته"، دار الشروق للنشر، بيروت، لبنان، 1981.
10. بهاء شاهين، الانترنت والعولمة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1999.
11. بوفلاحة كريمة، الصحافة الإلكترونية "دراسة في تفاعل قراء الصحف الإلكترونية"، كرسنال للنشر، الجزائر، 2010.
12. تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 2000.
13. تيسير أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، دار جريب للنشر، عمان، الأردن، 2006.
14. جمال أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2015.

15. جون هاتلنج، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 1993.
16. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، دون دار نشر، بيروت، لبنان، 1984.
17. الحسن إحسان محمد، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، ط2، بيروت، لبنان، 1996.
18. حسن عماد مكايي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2006.
19. حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام "الصحافة الإلكترونية"، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 2003.
20. حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، رحمة برس للطباعة والنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2002.
21. حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2007.
22. خالد حمدي، منهجية البحث العلمي، دار الريحان للنشر، الجزائر، 2003.
23. خالد مصطفى فهمي، المسؤولية المدنية للصحفي عن أعماله الصحفية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
24. خليل صابات، وسائل الاتصال "نشأتها وتطورها"، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2001.
25. الدسوقي عبده إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية "تحليل نظري"، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، مصر، 2004.
26. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي "مفهومه، أدواته، أساليبه"، دار الفكر للطباعة والنشر، ط6، عمان، الأردن، 2001.
27. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2007.
28. زهير احدادن، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.
29. زهير احدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1993.

30. زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009.
31. سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2009.
32. السرياقوسي علي عبد المعطي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح للنشر، الكويت، 1988.
33. سعادت جودت أحمد، عادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن، 2007.
34. سعيد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية "دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، مصر، 2011.
35. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية "دراسات في التفاعلية وتصميم الموقع"، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
36. صالح أبو أصبح، تحديات الإعلام العربي، "دراسة الإعلام المصداقية، الحرية، التنمية، الهيئة الثقافية"، دار الشروق، عمان، الأردن، 1999.
37. صالح بلعيد، اللغة العربية "آلياتها الأساسية وقضاياها الراهنة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
38. صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، ط5، الجزائر، 2009.
39. صالح فيلال، الأزمة الجزائرية الإيديولوجية "الحركة الوطنية"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 1996.
40. صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، مطبعة ومكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002.
41. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، مصر، 2011.
42. عامر إبراهيم قندلجي، شبكة المعلومات والاتصالات، دار المسيرة للنشر، عمان، الأردن، 2009.
43. عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر، عمان، الأردن، 2012.
44. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن، 2006.

45. عبد الرحمان عزي وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1991.
46. عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع "رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية"، دار الورسم للطباعة والنشر، 2010.
47. عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية الرقمية، دار الثقافة للنشر، لبنان، 2005.
48. عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2011.
49. عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2000.
50. عبد الفتاح التميمي، الشبكات المحلية والانترنت، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، مصر، 2008.
51. عبد الفتاح بيومي حجازي، الأحداث والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
52. عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار الراتب الجامعي، بيروت، لبنان، 2000.
53. عدنان أبو فخر، الصحافة السورية بين النظرية والتطبيق، دار الكتاب العربي، دمشق، سوريا، 1985.
54. عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2004.
55. علي خليل شنقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2013.
56. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن، 2014.
57. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2014.
58. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، 2014.

59. عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية الجزائرية " دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1954-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
60. غازي فيصل، التنمية السياسية في بلدان العالم الثالث، دار الحكمة، بغداد، دمشق، 1993.
61. غالب عوض التوايسة، الانترنت والنشر الإلكتروني، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010.
62. فارس حسن خطاب، فضائيات العالم الرقمية العربية "تت نموذجا"، دار آيلة للنشر، عمان، الأردن، 2010.
63. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1984.
64. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، مصر، 1998.
65. فتحي حسين أحمد عامر، أخلاقيات الصحافة في جرائم النشر "دراسة تحليلية مقارنة"، إيتراك للنشر، مصر، 2006.
66. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2001.
67. فضيل دليو، تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة، دار هومة للنشر، الجزائر، 2014.
68. فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
69. الفوزي محمد علي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2007.
70. ماجد سالم تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003.
71. محمد الخطاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2003.
72. محمد الصرفي، الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 2009.
73. محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2001.
74. محمد صلاح سالم، العصر الرقمي وثورة المعلومات "دراسات في نظم المعلومات وتحديث المجتمع"، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة، مصر، 2002.

75. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر، ط2، القاهرة، مصر، 2004.
76. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1992.
77. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993.
78. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، مصر، 2004.
79. محمد عبد الرحمان الحضيف، "كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظرية والأساليب"، مكتبة العبيكان، ط2، السعودية، 1998.
80. محمد علي شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مكتبة الشعاع، الإسكندرية، مصر، 2002.
81. محمد فريد، محمود عزت، مدخل إلى الصحافة، دون دار نشر، القاهرة، مصر، 1993.
82. محمد فليحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر، عمان، الأردن، 2002.
83. محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والطباعة، الأردن، 2004.
84. محمد مزيان، القيم والاتجاهات في علم الإعلام والاتصال، دون دار نشر، الجزائر، 2005.
85. محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات "الأساسيات والمستجدات"، العربي للنشر، القاهرة، مصر، 2000.
86. محمود علم الدين، مقدمة في الصحافة الإلكترونية، الحرية للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2008.
87. محمود منصور هبة، قراءات مختارة في علم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004.
88. مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية "دراسة في الاستخدامات والإشباعات"، دار الفجر للنشر، القاهرة، مصر، 2004.
89. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني "الأسس وأفاق المستقبل"، دار الإعصار للنشر، عمان، الأردن، 2015.

90. منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، مصر، 2011.

91. نصيرة عقبي، جمهور التلفزيون ونظرية الاستعمالات والإشباع، دار البلدية للنشر، عمان، الأردن، 2015.

92. نوار بشير جديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، دار الإعصار العلمي للنشر، عمان، الأردن، 2014.

2- المعاجم والقواميس:

93. أحمد بن محمد علي الفيومي، معجم المصباح المنير في عرب الشرح الكبير، المكتبة العلمية، دون سنة.

94. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، عالم الكتب، بيروت، لبنان، 2008.

95. طارق سيد أحمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.

96. طلحت همام، موسوعة الإعلام والصحافة، دار الفرقان للنشر، ط2، الأردن، عمان، 1988.

97. عدنان أبو مصلح، مصطلحات علم الاجتماع، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2015.

98. كرم سلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1989.

99. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزبادي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، مصر، 2008.

100. المجلس الدولي للغة الفرنسية، قاموس الصحافة والإعلام، ترجمة: مصطفى حسين وآخرون، دار لبنان، لبنان، 1991.

101. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، المطبعة الأميرية، القاهرة، مصر، 1326.

102. معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، مطابع دار المعارف، ط2، ج1، مصر، 1982.

103. المنجد الأبجدي، معاجم دار المشرق، ط5، لبنان، 1966.

3- الرسائل الجامعية:

104. أمين ناصر محمود عطا الله، اتجاهات طلبة كليات الإعلام في غزة نحو متابعة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، أطروحة بكالوريوس (منشورة)، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة فلسطين، غزة، 2016.
105. البار طيب، المعالجة الاعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2009.
106. ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة "دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر"، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004.
107. ريم فتيحة قدوري، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية "دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الجزائرية نموذجا"، رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة منوبة، تونس، 2010.
108. صفوان عاصم حسيني، الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، أطروحة دكتوراه (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.
109. علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات المتلقي "دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر"، أطروحة دكتوراه (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.
110. فرحات مهدي، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر "جريدة الشروق اليومي نموذجا"، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة وهران، الجزائر، 2010.
111. قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2010.
112. مرازقة اسماعيل، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1999.
113. منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007.

114. نزهة حنون، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007.
115. نوارة فار، تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية، رسالة ماستر (منشورة)، جامعة أم بواقي، الجزائر، 2016.
116. الهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء "دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين"، أطروحة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010.
117. ياسين ليونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008.
118. يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر "بين التحدي والواقع والتطلع نحو المستقبل"، رسالة ماجستير (منشورة)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

4- المجالات العلمية:

119. سلمى حميدان، بدر الدين حميدان، تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية، مجلة علمية محكمة تصدر عن المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ع 05، 2018.
120. محمود عبد الرحمان، الصحافة الزراعية والتعاونية في مصر "الواقع والمستقبل"، مركز عمر لطفي للتدريب التعاوني الزراعي، سلسلة التثقيف التعاوني، مصر، ع 11، 1990.
121. سعيد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية "دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، مصر، 2011.
122. عماد بشير، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، مجلة العربي، الكويت، ع 55، 2004.
123. فتيحة أوهابية، الصحافة المكتوبة في الجزائر قراءة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، ع 16، 2014.
124. مجاني باديس، الصورة واستخداماتها في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، باتنة، الجزائر، ع 05، 2017.

125. أحمد الدراجي، التنظيم القانوني للصحافة في البلدان العربية، المجلة العربية لحقوق الإنسان، ع 04، 1997.

126. منير مرسي محمد، البحث الوصفي، مجلة التربية، اللجنة القطرية للتربية والثقافة والعلوم، ع 78، 1986.

127. سليمان صالح، مستقبل الصحف المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، مصر، ع 13، 2001.

128. عبد الملك الدناني، مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، ع 32.

5- المؤتمرات:

129. جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية "دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية"، المؤتمر الدولي "الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد"، جامعة البحرين، 2009.

6- المواقع الإلكترونية:

- لمزيد من التفاصيل حول ولاية قالمة يمكن الاطلاع على الموقع التالي <http://ar.wikiprdia.org>، كما يمكن الاطلاع على موقع مديرية السياحة لولاية قالمة <http://www.dt-guelma.dz>.

- باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، سياقات النشأة وتحديات التطور، بيان اليوم يوم 2020/02/14 على الساعة 17:00.

- الصحف الورقية أكثر مصداقية، 2020/08/14 على الساعة 15:48 www.okaz.com.sa

- عمر داوودي، الرقابة الاعلامية في العالم العربي، 2020/08/17 على الساعة 17:45 <http://a3wadqash.com>.

7- المراجع الأجنبية:

1. jacquesson Alain ,l'information des bibliothèqu-historique, stratégies perspectives-cercle de la librairie,paris,1995, p 232.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
111	توزيع المبحوثين حسب الجنس	01
112	توزيع المبحوثين حسب السن	02
113	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	03
114	توزيع المبحوثين حسب المهنة	04
115	توزيع المبحوثين حسب الحالة المدنية	05
115	الصحيفة التي يعتبرها المبحوثين المصدر الأساسي في حصولهم على المعلومات	06
117	درجة قراءة المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً	07
117	مدة استخدام المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً	08
118	أوقات مطالعة المبحوثين للصحيفة الأكثر استخداماً	09
119	موقف المبحوثين من الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية والتي منحها التميز عن الصحافة الورقية	10
120	أسباب تصفح المبحوثين للصحافة الإلكترونية	11
122	أسباب عزوف المبحوثين عن الصحافة الورقية	12
123	يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية متحررة من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية	13
124	ما يميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية من وجهة نظر المبحوثين	14
126	يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية منافساً للصحافة الورقية من ناحية استقطاب الجماهير	15
127	يوضح ما إذا كانت مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية	16
128	يوضح ما إذا كانت مصادر الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف الورقية	17
129	يوضح ما إذا كانت الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحف الإلكترونية تساهم في تعزيز مصداقيتها	18
130	تأثير استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء على جودة اللغة الإعلامية في الصحافة الورقية	19

131	يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الورقية من وجهة نظر المبحوثين	20
132	يوضح ما إذا أصبحت الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة الورقية وسبب ذلك	21
135	يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية من وجهة نظر المبحوثين	22
136	يوضح ما إذا كانت الصحافة الإلكترونية مكملة للصحافة الورقية من وجهة نظر المبحوثين	23
137	الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الإعلام الرقمي الجديد	24

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة العليم العالى والبحث العلى

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استمارة استبيان حول:



الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الصحافة الإلكترونية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع الاتصال

من إعداد الطالبة:

بلحواس مروة

أخي الكريم، أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...وبعد

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على علاقة الصحافة الإلكترونية بعزوف الجماهير عن الصحافة الورقية، لذا يُرجى منكم الإجابة بصدق وموضوعية على الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة، مع العلم أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

مع شكرنا وتقديرنا على تعاونكم معنا

2020/2019

تحت إشراف الدكتور:

حواوسة جمال

أولاً-بيانات أولية:

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن:.....

3- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

- المهنة:.....

5- الحالة المدنية:

أعزب/ عزباء متزوج (ة) مطلق (ة) أرمل (ة)

ثانياً- بيانات خاصة بعادات وأنماط استخدام الجمهور للصحف:

6- هل تقرأ هذه الصحيفة ؟

دائماً أحياناً نادراً

7- منذ متى وأنت تستخدم هذه الصحيفة ؟

.....

8- ما هي أوقات مطالعتك لها؟

في الصباح في الظهيرة في المساء

9- أي الصحفتين تعتبرها المصدر الأساسي في حصولك على المعلومات؟

الصحيفة الإلكترونية الصحيفة الورقية كلاهما معاً

10- في رأيك، هل الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية هي التي منحها التميز عن الصحافة الورقية؟

نعم لا

◀ في حالة الإجابة بنعم ما هي هذه الخدمات؟

خدمة البحث

قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة الورقية

خدمة البريد الإلكتروني

تقديم الإعلانات للصحيفة الورقية

أخرى تذكر.....

11- ما هي أسباب تصفحك للصحافة الإلكترونية؟

لأنها تُعطي للقارئ فرصة المشاركة والتفاعل

تعد بديلاً عن الصحف الورقية

لا تكلف الكثير من الوقت والجهد والمال

تتطرق لمواضيع لا تستطيع الصحف الورقية التطرق لها

لأنها تصدر قبل الصحف الورقية

السرعة في نشر الأخبار

..... أخرى تذكر

12- ماهي أسباب عزوفك عن الصحافة الورقية؟

لأنها وسيلة إعلامية تقليدية

أفضل مطالعتها في شكلها الإلكتروني

للتعود على الطريقة الحديثة في التصفح

لأنها تكلف الوقت والجهد والمال

..... أخرى تذكر

ثالثاً- بيانات خاصة بتأثير الصحافة الورقية على مقروئية الصحافة الإلكترونية:

13- هل تحررت الصحافة الإلكترونية من الرقابة التي كانت موجودة في الصحافة الورقية؟

لا

نعم

14- حسب رأيك، ما الذي يميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية ؟

مواكبتها للأحداث الجارية

موضوعيتها ومصداقيتها

تغطيتها للأخبار الدولية والعالمية

15- هل أصبحت الصحافة الإلكترونية منافساً للصحافة الورقية من ناحية استقطاب الجماهير؟

نعم لا

16- هل ترى أن مضامين الصحافة الإلكترونية هي امتداد للصحافة الورقية؟

نعم لا

17- هل تعتبر مصادر الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الصحف الورقية؟

نعم لا

18- هل تساهم الصور ومقاطع الفيديو التي تنشرها الصحف الإلكترونية في تعزيز مصداقيتها؟

نعم لا

19- هل استخدام الصحافة الإلكترونية للغة جديدة قريبة من القراء سوف يؤثر على جودة اللغة

الإعلامية في الصحافة الورقية؟

نعم لا

20- حسب رأيك، هل الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الورقية؟

نعم لا

رابعاً- بيانات خاصة بمستقبل الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الإلكترونية:

21- هل أصبحت الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة الورقية؟

نعم لا

◀ في حالة الإجابة بنعم، لماذا؟

لأن حرية التعبير متاحة في الصحف الإلكترونية أكثر من الورقية

لأن التفاعلية المتاحة واسعة لا مثيل لها في الصحف الورقية

لأنني أجد أشخاصاً يشاركون بنفس أفكارني

لأن الصحافة الإلكترونية تعالج مواضيع متنوعة

أخرى تذكر.....

22- هل ترى أن الصحافة الإلكترونية سوف تؤثر على مستقبل الصحافة الورقية؟

نعم لا

23- هل الصحافة الإلكترونية مكملة لأدوار الصحافة الورقية؟

نعم لا

24- حسب رأيك، ما هي الصعوبات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل الإعلام الرقمي الجديد؟

.....
.....
.....

.....
.....