جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الأعلام والاتصال

الإعلام الالكتروني وتأثيره على الصحافة الورقية

دراسة مسحية استطلاعية لعينة من صحفيي الجرائد الجزائرية

من 20 فيفري إلى 30ماي

مذكرة لنيل شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال

تخصص "سمعي بصري "

إعداد الطالبة:

– مر يم تومي

إشراف الأستاذ :

– رابح بلقا سمي

الموسم الجامعي:2016/2015.

كلمة شكر

قال الله تعالى:

"وإذ تأذّن ربّكم لئن شكرتم لأزيدنّكم ولئن كفرتم إنّ عذابي لشديد".

(الآية:07 من سورة إبراهيم)

وأول الشكر لله ذي المكرمات " آلا أكون عبدا شكورا "

فكل الشكر لك يا رب على التوفيق والسداد.

أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدني في إتمام هذا العمل

وأخص بالذكر الأستاذ المشرف

"**رابح بلقاسمي**"

الذي كان لي الأب قبل الأستاذ .

ولا أنسى بالذكر الأخ والصديق **وليد بنونة** الذي قدم لي كل الدعم .

الإهداء

إلى من أعطياني وحرما نفسيهما إلى من كانا رمزا للحنان و العطاء .

إلى من تعبا وسهرا من أجلي.

"أمي الحبيبة " حفظها الله و أطال في عمرها .

" أبي العزيز " رعاه الله وحفظه من كل شر .

إلى من جمعني بهم سقف واحد وشد بهم الله أزري وجعلهم السند المعين لي شقيقاي

"حسين و نبيل"

إلى من تشاركنني حلو الحياة ومرها، إلى أزواجهن و صغارهن

إلى من وجدت فيهما نعم الأخان **"وليد و إبراهيم"**

إلى كل من جمعني بهم القدر وربطتني بهم مودة الصداقة ، إلى كل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي ،إلى من حمله قلبي ولم تحمله ورقتي وإليك أنت يا من تقرأ مذكرتي .

"مريم".

خطة الدراسة

خطة البحث

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة.

1-الإشكالية.

2-تساؤلات الدراسة.

3-أهمية الدراسة.

4-أهداف الدراسة.

5-أسباب اختيار الموضوع.

6-الدراسات السابقة.

7-منهج الدراسة.

1.7-مجتمع البحث.

2.7-عينة الدراسة.

3.7-أدوات الدراسة.

8-مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

الإطار النظري

1.الفصل الأول: الصحافة المكتوبة و الإعلام الالكتروني

المبحث الأول : نشأة و تطور الصحافة المكتوبة

1. نشأة الصحافة في العالم
2. نشأة الصحافة في العالم العربي
3. نشأة الصحافة في العالم العربي

4. نشأة الصحافة الجزائرية وتطورها

المبحث الثاني : ماهية الإعلام الالكتروني

تعريف الإعلام الالكتروني

نشأة الإعلام الالكتروني

أشكال الإعلام الالكتروني

مميزات الاعلام الالكتروني

2.الفصل الثاني : الإعلام الالكتروني وأوجه التأثير على الصحافة الورقية

المبحث الأول : الإعلام الالكتروني وتأثيره على الصحف الورقية

المبحث الأول : الإعلام الالكتروني شكلا ومضمونا

أولا : تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية

ثانيا : تأثير الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية

المبحث الثاني : النص الفائق والتفاعلية ودورهما في انتشار الإعلام الالكتروني

أولا : النص الفائق "Hyper Texte"

ثانيا : التفاعلية "Interactivity"

الجانب التطبيقي.

1.تحليل بيانات الدراسة حسب السمات الشخصية

2.تحليل بيانات الدراسة حسب متغيرات الدراسة

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الجداول

ملخص الدراسة

الفهرس

مقدمـــة

مقدمة :

إن أبرز ما تم اكتشافه في الميدان الخاص بالاختراعات المتعلقة بتوفير المعلومات والدعامات والحوامل والقنوات المُوفرة للمعلومة شبكة الانترنت التّي فرضت وجودها بقوّة في نهاية التسعينات كوسيلة مكملة ومهددة في نفس الوقت لباقي وسائل الإعلام الأخرى، ما جعل التساؤلات والفرضيات تُطرح بقوة حول قيمة هذه الوسيلة في مجال الإعلام ودورها في تداول المعلومات والأخبار بسرعة وكذلك في احتوائها لوسائل الإعلام الأخرى و الانعكاسات الناجمة عن هذا الاحتواء .

و وفرت الانترنت نوعية جديدة من الإعلام فرض نفسه بقوة أيضا في الساحة الإعلامية كظاهرة إعلامية جديدة تتطلب دراسات في مجالات عدة متعلقة أساسا بالإعلام ومدى تأثيره على وسائل الإعلام التقليدية من ناحية المتابعة والتواجد كأداة أو وسيلة إعلامية أساسية في الحقل الإعلامي ما اضطّر الكثير من الباحثين في مجال الإعلام إلى تناوله كموضوع أساسي يتطلب الدراسة والتشريح في تأثيره على وسائل الإعلام الأخرى وهو الأمر الذي أصبح حديث الساعة في الملتقيات والندوات والدراسات الأكاديمية وغيرها .

وفي هذه الدراسة تناولنا جانبا من العلاقة بين الإعلام الإلكتروني كظاهرة فرضت وجودها والصحافة المكتوبة التّي تملك رصيدا تاريخيا وتأثير اً كبيراً في مجال وسائل الإعلام ، حيث درسنا كل جوانب التأثير التّي نتجت عن ظهور الإعلام الإلكتروني في الحقل الإعلامي على الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية لها رصيدها وتواجدها وجمهورها وتاريخها ضمن وسائل الإعلام التقليدية .

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة:

ساعدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة من تسريع وتيرة التطور الإعلامي ، وذلك لما إتاحته شبكة الانترنت كوسيلة اتصال تفاعلية ، سهلت على الأفراد الوصول إلى المعلومات وإرسالها ونشرها على نطاق واسع، ما أدى إلى ظهور نوع إعلامي جديد يعرف ب "الإعلام الالكتروني " تزامن مع انتشار واستغلال هذه التقنيات الحديثة، بحيث تحول المتلقي العادي إلى صانع ومحرك للخبر في نفس الوقت ، واستطاع بذلك التأثير في الوسيلة الإعلامية والتأثر بها ليصبح بذلك المرسل هو المتلقي والعكس .

و في وقت قصير أصبح للإعلام الالكتروني أهمية بالغة في حياة الأفراد في مختلف المجلات بحيث أصبح بمقدورهم تلقي ونقل المعلومة والصورة والحدث فور حدوثه ،وبذلك ساهم هذا الإعلام الجديد في وضع معايير جديدة لممارسة مهنة الصحافة ،وبهذا اكتسب الإعلام الالكتروني أهمية بالغة بحيث تضاعفت أعداد مستخدميه منذ ظهوره أوائل التسعينيات من القرن الماضي ، فأصبحت غالبية المؤسسات الصحفية تمتلك مواقع الكترونية لمطبوعاتها الورقية التي أصبحت اليوم تواجه تهديدا حقيقيا في ظل التطور السريع في مجال التكنولوجيا والاتصال ، والذي أدى بدوره إلى رواج الإعلام الالكتروني الذي أسس لنفسه واقعا جديدا أكثر اتساعا من الصحافة الورقية ، بحيث ظهرت جرائد ومجلات الكترونية رقمية ذات محتوى أكثر جرأة وغير خاضع للرقابة وبذلك فرض الإعلام الالكتروني نمطا مهنيا جديدا يسمح لمستخدميه بالتغلب على دورهم التقليدي كمتلقين ليصبحوا مشاركين ونشطين في جمع ونشر الأخبار والأحداث ، أين أصبحوا في تفاعل دائم مع النصوص الإعلامية وحتى الوسيلة الحاملة لهذا النص الذي خرج من شكله التقليدي .

فالإعلام الالكتروني لا يعد فقط تطويرا لوسائل الإعلام التقليدية وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها

وانطلاقا من هذا نطرح التساؤل الآتي :

- كيف اثر الإعلام الالكتروني على الصحافة المكتوبة ؟

2.تساؤلات الدراسة :

وانطلقت في هذه الدراسة من التساؤلات الفرعية التالية

- هل كان تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة المكتوبة مرتبط بالجانب الشكلي ؟
- ماذا أضاف الإعلام الالكتروني لمضمون الصحف الورقية ؟
- هل للوسائط المتعددة و النص الفائق والتفاعلية دور في الانحياز لمتابعة الإعلام الالكتروني؟

3.أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في كونها من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة أخر تقنيات الإعلام والاتصال والتحول الجذري إلى مثل هذه التكنولوجيات الجديدة ،وعلى وجه الخصوص الإعلام الالكتروني وما أحدثه من تأثير على وسائل الإعلام التقليدية خصوصا الصحف الورقية .

4.أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة الورقية في ظل التطورات السريعة التي يشهدها هذا المجال ، وعن أبراز ما أتاحه الإعلام الالكتروني على مضمون وشكل الصحف الورقية وكذا تسليط الضوء على أهم الآليات التي ساعدت الإعلام الالكتروني على كسب جماهير كبيرة جدا في زمن قصير .

5.أسباب اختيار الموضوع :

1.5.الأسباب الموضوعية :

1 - قلة الدراسات العلمية التي تتناول موضوع الإعلام الالكتروني وتأثيره على الصحافة الورقية .

2 - حداثة الموضوع بحيث يعتبر من البحوث العلمية الجديدة التي تعنى بدراسة أخر تقنيات الإعلام ومدى انتشاره .

3 - إثراء المكتبة بالبحوث التي تتناول الظواهر الجديدة في علوم الإعلام والاتصال .

2.5.الأسباب الذاتية :

1- الاهتمام الشخصي بمثل هذه الظواهر ومحاولة تحليلها ومعرفة أسباب انتشارها الواسع في وقت جد قصير.

6.الدراسات السابقة :

1.6.دراسة يمينة بلعاليا:

تحت عنوان "الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل "[1]

تمحورت إشكالية الدراسة حول واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، وكيفية تطويرها نظرا لما تقدمه من مساحة للحرية، ومدى تأثر الصحافة المكتوبة بها وعليها؟

في هذا المقام، اختارت الباحثة الانطلاق من تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

-هل الصحافة الالكترونية في الجزائر حتمية فرضها الغزو التكنولوجي بسبب التطورات التكنولوجية الحديثة أم صيرورة طبيعية، وامتداد لتطور عالم الصحافة المكتوبة؟

[1]. يمينة بلعاليا ،**الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**،(مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الإعلام والاتصال)،جامعة الجزائر، 2006.

- إلى أي مدى استطاعت الصحافة الالكترونية أن تلغي مشاكل:الرقابة، النشر،التوزيع، التي تعاني منها الصحافة المكتوبة في الجزائر؟

-ما هي طبيعة العلاقة بين الصحافة المكتوبة والصحافة الالكترونية في الجزائر علاقة صراع، تكامل، أم إلغاء؟

-كيف نقيم التجربة الجزائرية في مجال الصحافة الإلكترونية؟

-هل توفر الجزائر على المستوى الرسمي كل الظروف والشروط لتهيئة الجزائر نحو الانسجام مع مختلف التطورات التكنولوجية في قطاع الاتصالات...حتى نلجأ إلى مجتمع المعلومات بصورة واضحة؟

وتهدف هذه الدراسة للكشف عن واقع الصحافة الالكترونية في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى، والبحث عن مسببات وجودها وسبل تطويرها مستقبلا، وإمكانية توفر هامش من الحرية في هذا النوع من الصحافة.

وبهذا استعانت الباحثة بمنهج دراسة الحالة أين سلطت الضوء على نموذجين لتطور الصحافة الالكترونية بالجزائر – تجربة جريدة الوطن، وجريدة الخبر-.

قسمت الباحثة الاستنتاجات التي وصلت إليها إلى قسمين: الأول خاص بالصحافة الالكترونية عامة نذكر أهمها: (أنظر ص 173)

الصحافة الالكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الالكتروني الذي بدوره يتجسد من خلال الانترنت، كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة أسهمت الظروف السياسية التي تضغط على حرية التعبير والرأي من خلال استغلال السلطة في تمركز وسائل الإعلام في يد أصحاب المال ما أدى إلى احتكار المعلومة، حتى وإن تعددت مصادرها شكلا، كما أن التطور التكنولوجي

خاصة في عالم الاتصالات والتقنية الحديثة لعب دورا هاما في كسر الحواجز والحدود أمام سلطة الإعلام في وجه منع حرية التعبير.

تسبب ظهور الصحافة الالكترونية عبر العالم في خلق رهان كبير بينها وبين الصحافة المكتوبة من حيث طبيعة العلاقة بينهما، والتي تتأرجح بين من يلغي الصحافة المكتوبة ويعتبر الالكترونية بديلا لها، وبين من يجعلها علاقة تكاملية، وآخرون لم يتبنوا موقفا بعد اتجاهها.

القسم الثاني: استنتاجات خاصة بتجربة الصحافة الالكترونية في الجزائر، أهمها:(أنظر ص 177)

دخول الصحافة الالكترونية إلى الجزائر كان عبارة عن حتمية فرضها الغزو التكنولوجي لوسائل الاتصال في العالم، فتجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر متزامنة بشكل جد قريب مع تجربة الصحافة المكتوبة الوطنية التي مازالت تعد بالكثير. أكبر إشكال يطرح على مستوى القارئ الجزائري الذي لا يزال بعيدا كل البعد عن التعامل مع الانترنت، فبالرغم من بساطتها إلا أنها مازالت تشكل مصدر نفور من قبل الكثيرين، ومن يتعاملون بصفة يومية مع الانترنت هم من الذين يطلعون على البريد الالكتروني أو لغرض اللقاءات، مع اختلاف الميول، ولنا أن نتصور انعكاس هذه الظاهرة على رغبة أصحاب المال في تمويل مشاريع لا تأتي بعائد مالي سوى بيع المعلومة إلكترونيا، وهذا غير مقبول في وقت تقدم فيه بطريقة شبه مجانية، أو أمام مبلغ رمزي تباع به الطبعة الورقية.

تجدر الإشارة إلى أن الباحثة لم تشر إلى نوعية المنهج المستخدم في الدراسة حتى يتسنى لمن يطّلع عليها معرفة المنهج المتبع وخطواته.

2.6.دراسة محمد ماليك :

وجاءت تحت عنوان" النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة–دراسة نظرية وصفية"[1]

وتهدف الدراسة إلى استشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في ظل التغيرات التكنولوجية الحديثة وهي تقنية النشر الإلكتروني، وتوجه جل العناوين المطبوعة إلى إنشاء نسخ إلكترونية لها وتبيان الأسباب التي دعت هذه الصحف إلى إطلاق نسخ إلكترونية لعناوينها المطبوعة وذلك من خلال آراء ودراسات الباحثين والمهتمين بمستقبل الصحافة المطبوعة ليقوم بتحليلها وتفسيرها.

كما تهدف إلى إبراز أهم التحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة في ظل هذه التطورات من خلال عدة جوانب، من بينها حرية التعبير التي تعتبر عنصرا ذا أهمية كبيرة بالنسبة لرواج الصحيفة وما أثره النشر الإلكتروني عليها وكذا تأثيرات استهلاك الورق على الصحافة المطبوعة في ظل ظهور وسيط إعلامي جديد لا يعتمد على الورق، ليصل إلى معرفة مميزات النشر الإلكتروني وتأثيره على توزيع الصحف المطبوعة ومدى إقبال المعلنين عليها.

–وقد حاول الباحث من خلال دراسته أن يجيب على الأسئلة الآتية:

–ما هي شبكة الإنترنت وما هي وظائفها؟

–ما هو النشر الإلكتروني؟

–ما هي خصائص النشر الإلكتروني؟

–ما هي الصحافة الإلكترونية وفيما تتمثل خصائصها؟

–فيما يتمثل الفرق بين الصحيفة الإلكترونية والمطبوعة؟

–ما هي التحديات الصحافة المطبوعة من حيث:

–تأثير النشر الإلكتروني على معدلات استهلاك الورق.

–من ناحية حرية التعبير.

–من ناحية الإعلان.

–وخلص الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

---

[1]. محمد ماليك ، **النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة–دراسة نظرية وصفية**،(رسالة لنيل الماجستير في علوم الإعلام والاتصال), جامعة الجزائر, 2006.

1-هناك خلط لدى الأكاديميين والباحثين في تحديد مفهوم النشر الإلكتروني

2-النشر الإلكتروني هو إنتاج المعلومات والمواد الصحفية ونشرها وإيصالها إلى الجمهور من خلال الأوعية الإلكترونية المتمثلة في الشبكة العنكبوتية العالمية.

3-الصحافة الإلكترونية هي تلك التي تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة في منشور إلكتروني دوري أو غير دوري.

4-بعض الناشرين في أمريكا والغرب وعددهم في ازدياد مطرد قد تركوا -بالفعل-التعامل مع الورق كوسيط لنقل المعلومات والأفكار واستخدموا بدلا من ذلك النشر الإلكتروني لتوفير أموال طائلة كانت تصرف في شراء الورق.

5-أتاح النشر الإلكتروني في الميدان الإعلامي إبراز التعددية الحقيقية في الرأي وفي التعبير عن الرأي دون قيود أو عراقيل عكس الصحافة المطبوعة.

6-أخذ الإعلان على شبكة الانترنت ينمو بشكل سريع على هذه الوسيلة نظرا للمزايا الفائقة التي توفرها للمعلنين، هذا ما ينذر بخطر كبير على الصحافة المطبوعة-ويتم الاعتماد على هذه الدراسة من خلال تأسيسها نظريا لدراستنا، بالرغم من النقائص التي تتخللها، باعتبارها دراسة تقتصر على الجانب النظري فقط مما يفقدها المصداقية التي تكتسبها أي دراسة من خلال إجراء فحص ميداني يخلص إلى نتائج واقعية تنطلق من خلالها دراسات أخرى وبالتالي ستكون استفادتنا جزئية فقط[1].

7.منهج الدراسة :

اعتمدنا على منهج المسح في دراستنا ،لأنه أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ،ولأن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها ،من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ، ومصدرها وظروف الحصول عليها.

[1]. محمد ماليك ،**النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة-دراسة نظرية وصفية** ' المرجع سابق الذكر .

يعرف المنهج المسحي بأنه : المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب ضعفها وقوتها[1].

يقسم المسح من ناحية مجتمع البحث إلى نوعين :المسح الشامل والمسح بالعينة فالنوع الأول يستخدم لبحث المجتمعات الصغيرة المتكونة من عدد محدود من المفردات، التي باستطاعة الباحث حصر حجمها الكلي وإخضاعها كلها للملاحظة العلمية وفق أهداف البحث المسطرة، وهذه الطريقة لا يمكن تطبيقها عمليا في البحوث الأكاديمية[2].

على هذا الأساس فدراستنا هي عبارة عن مسح بالعينة حيث سنحاول دراسة تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة الورقية باستخدام المنهج المسحي.

1.7.مجتمع البحث:

لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لابد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه ، وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع.

يعرف الباحثون مجتمع البحث على أنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي نركز عليها الملاحظات[3].

كما يعرفه باحثون آخرون بأنه ":جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث "،إذن فمجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو مجموع ة من صحفيي الجرائد الوطنية العمومية والخاصة ونظرا لصعوبة الوصول إلى المجتمع الأصلي وحصره فقد لجأنا إلى طريقة المسح بالعينة، حيث تعرف

---

[1].أحمد بن مرسلي،**مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2 ،(الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2005)،ص286.

[2]. عبد الله معتز سيد، خليفة عبد اللطيف محمد،**علم النفس الاجتماعي** ، بدون ط ، (القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر، بدون تاريخ)ص 74،75.

[3]. موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشريف، سعيد سبعون, ط 2،(الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006)،ص299.

العينة على أنها :هي ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات، أو مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين[1].

2.7.عينة الدراسة:

من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بدراسته ليطبق أدوات جمع البيانات والمعلومات التي تخص دراسته، لذلك فهو ملزم باللجوء إلى أسلوب انتقاء عينات تمثل جزء من وحدات المجتمع الأصلي، بطريقة منتظمة أو عشوائية ، حيث يجد أن العينة تعكس وتعبر عن واقع المجتمع الأصلي.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية لكبر حجم المجتمع الأصلي، وتعرف العينة العشوائية على أنها: "الاختيار على أساس إعطاء فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي"[2].

وتعرف كذلك على أنها : "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة، وتصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة وتصنيفها، وتحليلها وإخضاعها للدراسة التقنية"[3] .

وتمثل مجتمع البحث الخاص بدراستنا في صحفيين يعملون في الصحافة المكتوبة ،وقد قمنا باختيار 60 صحفي عشوائيا لنطبق عيهم دراستنا .

3.7.أدوات الدراسة

يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن تساؤلاتها[4].

كما تتحدد أدوات البحث حسب نوع المنهج المتبع، ولأننا اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح فمن أهم الأدوات المناسبة لتجميع البيانات نجد الملاحظة والوثائق والاستبيان .

وعلى هذا الأساس اعتمدنا على أداة الاستبيان في دراستنا:

---

[1]. موريس أنجرس، نفس المرجع ، ص 301.

[2]. عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ،ط2 ،(ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر ، 1999) ، ص 64.

[3].المرجع نفسه ، ص 64.

[4].ربحي مصطفى عليان،عثمان محمد غنيم،**مناهج وأساليب البحث العلمي،النظرية والتطبيق**،ط1،(عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع،2000) ص81.

-**استمارة الاستبيان:** تعتبر استمارة الاستبيان من أنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الحصول على قدر هائل من المعلومات حول مجتمع البحث أو عينة الدراسة و تعرف لاستبانه بأنها":وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بملأ الاستمارة بالمستجيب[1].

كما تعرف بأنها: أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها[2].

8.تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة.

1.8.مفهوم الصحافة الالكترونية.

لقد اهتم الباحثون بتعريف الصحافة الالكترونية منذ نشأتها وظهورها في بداية التسعينات وإلى يومنا هذا، كما تعددت التسميات لهذا النوع من الصحافة،فمنهم من يسميها :الإعلام الالكتروني، وآخرون يطلقون عليها اسم صحافة الانترنيت ، وصحافة على الخط، والصحافة الالكترونية.

في هذا السياق ، سنحاول أن نرصد أهم التعريفات التي تحدد مفهوم هذا النوع من الصحافة. يعرفها شريف درويش اللبان بأنها ":الصحافة كما يتم ممارستها على الخط المباشر[3]، أي أن الصحيفة الالكترونية لها نفس مميزات الصحافة لكنها تختلف عنها بكونها أنية واستفادت من خدمات النشر الالكتروني.

فيما يفضل باحثون آخرون تعريفا للصحافة الالكترونية انطلاقا من ربطها بشبكة الانترنيت معتبرين كل الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على الانترنيت مثل بعضها البعض ،سواء تلك المتعلقة بنشر نسخة الكترونية لصحف مطبوعة أو نشر موجز لأهم محتويات الطبعة الورقية ،أو تلك الجرائد والمجلات المستقلة التي لا تملك طبعات ورقية وتصدر على شبكة الانترنيت.

---

[1].ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، **مناهج و أساليب البحث العلمي ،النظرية والتطبيق**، المرجع سابق الذكر، ص82.

[2].المرجع نفسه ، ص82.

[3]. عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط 1،(عمان، دار الشروق ،2005)،ص78.

على هذا الأساس عرفها عبد الأمير فيصل بالقول":مفهوم الصحافة الالكترونية ينطبق على كل أنواع الصحف الالكترونية العامة والمتخصصة التي تنشر عبر شبكة الانترنيت ،طالما أنها تبث على الشبكة بشكل دوري، أويتم تحديث مضمونها من يوم لأخر ومن ساعة لأخرى وهذا حسب إمكانات المؤسسة التي تتولى نشر الصحيفة عبر الشبكة.

فيما وضع فايز عبد الله الشهري تعريفا للصحافة الالكترونية في رسالة دكتوراه حول تجربة الصحافة الالكترونية العربية على شبكة الانترنت يفيد فيه ":هي عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الالكترونية وما تملكه من إمكانات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودات، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية إلكترونية صغيرة[1].

كما يعرفها محمد منير حجاب على أنها ":منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أ و بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنيت، لذا فإن هذا المفهوم يدخل في إطاره مفهوم استمرار الجريدة على الخط[2].

ومما سبق يمكن تعريف الصحافة الالكترونية على أنها":نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني – الانترنيت وشبكات المعلومات و الاتصالات الأخرى –تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي ،لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة.

2.8.مفهوم الإعلام الالكتروني:

يرى زيد منير سليمان في تعريفه للإعلام الالكتروني بأنه عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه

[1]. محمد منير حجاب،**وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها**، ط 1، (مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008)، ص133 .

[2]. زيد منير سليمان، **الصحافة الالكترونية**، ط 1،(عمان، دار أسامة للنشر، 2009)، ص11.

يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الانترنيت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة[1].

وإذا كان التعريف الكلاسيكي للإعلام الالكتروني هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم [2] ، فان أي مفهوم للأعلام لابد أن يرتبط بالمجتمع بكل مقوماته السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية ويأتي الإعلام الالكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار و المعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه طبقا لما حدده الألماني (اتوجرت) لمفهوم الإعلام الالكتروني بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت [3] ، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة بيد انه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة.

ولا يعني الإعلام الالكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة مثلا) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسالة تتجاوز ذلك بكثير حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الرسالة والوسيلة والمرسل و المستقبل و التغذية المرتدة بل ونمط التسويق أيضا .

إن التصور الأكثر موضوعية للإعلام الالكتروني لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية ,لأنه من المفترض أن التغيرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة Médium is the message، بل أن هذه التغيرات من المؤكد إنها تصيب كافة أطراف العملية الاتصالية وتخلق مناخا إتصاليا يختلف في جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذي خلقته ثقافة الإعلام التقليدي.

---

[1]. محمد عثمان العربي ،الانترنت،**الاستخدام والانتشار في السعودية** ،(بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال و المجتمع الخليجي ،الواقع والطموح ، مسقط ,جامعة السلطان قابوس ،2002).

[2].د. مها محمد كامل الطربيشي ، **الصحافة الالكترونية الدينية على الانترنت** ،(دراسة تحليلية وصفية لموقع عقيدتي ،بحث منشور لمجلة كلية الآداب،جامعة حلوان ، كلية الآداب،العدد السابع ، يناير 2000).

[3]. د.مها محمد كامل الطربيشي،**انعكاسات التعرض للصحف الالكترونية والورقية على الثقافة للشباب الجامعي** ، (دراسة تجريبية ,بحث مقدم الى المؤتمر العلمي السنوي السابع ،جامعة القاهرة ,كلية الإعلام ، مايو 2001).

ويمكن القول إن الإعلام الالكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية ، حيث أتاحت شبكة الانترنت إنشاء صحف متعددة الإبعاد ، ذات حجم غير محدد نظريا يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام ,كما يتسم الإعلام الالكتروني بالمرونة في الاستعراض والانتقاء والوصول الآلي وتحليل البيانات و المعلومات الموجودة على شبكة الانترنت[1].

3.8.الإعلام الجديد :

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة (high-tech dictionary) الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة"[2].

وبحسب ليستر lester:"الإعلام الالكتروني باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية ،الإعلام ،الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"1[3].

ويعرفه قاموس الكومبيوتر copnting dictionaryعبر مدخلين هما :

1_إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الالكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت ، وهو يدل كذلك على استخدم الكومبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق ويخدم أي نوع من أنواع الكومبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي digital convergence ، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة ومن أي وكمبيوتر.

---

[1]. د. رضا عبد الواجد امين ،**الصحافة الالكترونية**، ط1،(القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،2007)، ص 92.

[2].**definition for new media** ,high-tech dictionary http://www.coputruser.com/resources/ dictionary.htmlaccessed:oct,2006.

[3] . dr.paul martin lester,**california,state university** http://www.commfaculty,fullertion,udi/lester/curriculu/newmedia,html>accessed:july,2006.

2-يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس إمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع[1].

ويعرفه جونز[2]:الذي يقر أولا بعدم وجود إجابة واقعية وقاطعة للسؤال ما هو الإعلام الجديد ؟ ويبني إجابته على إن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء "الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف إشكال من أنواع الاتصال الالكتروني أصبح ممكنا باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو-إلى حد ما-وغيرها من الوسائل الساكنة static و يتميز الإعلام الجديد بخاصية الحوار بين الطرفين ، صاحب الرسالة ومستقبلها ومع ذلك فان الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت ،لان القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه[3].

[1] . definition : new media ,computing dictionary<http://www. Computing- dictionary,thefree dictionary.com/new-media>accessed:sep,2006.

[2]. البروفيسور ستيف جونز:هو رئيس قسم الاتصال بجامعة ايلنوي في شيكاغو univ of llinors-chicago ومؤلف موسوعة الإعلام الجديد the encyclopedia of nm (مختصر)ورئيس تحرير جمعية الإعلام الجديد (new media&societ).

[3] . steve jones ,encyclopedia of new media :an essential reference to communication and technology ,sage publications ,2002.

الإطار النظري

الفصل الأول

الصحافة المكتوبة و الإعلام الإلكتروني

تمهيد:

ويرى بعض المؤرخين في مجال الإعلام أن نشأة الإعلام في تعريفه العام كانت في القرن السابع عشر ، بميلاد الصحف الأولى مثل تلك الصحف التي أصدرت سنة 1631 ، وكانت تحتوي عدة صفحات توزع بانتظام [1]، وقد كان لاكتشاف الطباعة وتطور وسائل النقل والمواصلات دفعا جديدا لظهور الصحافة المكتوبة بنماذجها الحديثة، حيث ظهرت الصحف الدورية لتتحول فيما بعد إلى صحف أسبوعية ابتداء من القرن السابع عشر للميلاد، وكان إلى جانب ظهور الطباعة وتطور وسائل النقل عوامل أخرى ساعدت على تطور وسائل الإعلام، وانتشارها ، ويمكن أن نورد منها:

النهضة الأوروبية، الاكتشافات الجغرافية، تطور الخدمة البنكية والمصرفية والتجارية بين أوروبا والخارج...الخ .

ولكن ما يهمنا في هذا المقام هو التعرف على الصحافة كأهم وسيلة اتصال جماهيري، وأهم جهاز إعلامي استطاع أن يفرض نفسه، لأنه تمكن وعبر مختلف المراحل من تكليف شكله ومضمونه مع إمكانيات القارئ، قدراته الفكرية والثقافية، ومختلف متطلباته الإعلامية و هذا ما نتناوله في الورقة التالية.

المبحث الأول: نشأة و تطور الصحافة المكتوبة

1. نشأة الصحافة في العالم:

يرجع المؤرخون تاريخ صدور الصحف إلى عصور قديمة جدا لكنهم يختلفون فينا يخص أول ظهور للصحافة في العالم ، اختلافهم هذا يقودنا إلى استنتاج ثلاث تيارات رئيسية ، كل تيار له مرجعيته الخاصة، وحججه المبررة للتأريخ المتفق عليه ، ويرى أصحاب التيار الأول من مؤرخين ، باحثين ودارسين في مجال الإعلام أن الصحف ظهرت أول مرة في مصر، في شكل نقش الحج ، بينما يرجع الباحثون الذين يصنفون ضمن التيار الثاني أول قدماء الجريدة إلى الصين، وهو المكان الذي عرف فيه لأول مرة الورق في عصر المسيحية ، في حين ينسب أصحاب التيار الثالث إلى العرب ظهور أول الصحف في العالم حيث يعتبرون بأن المعلقات التي كانت تعلق في الجاهلية على ستائر الكعبة هي الأم الحقيقية للصحف المنشورة.

[1]. فضاء الإعلام ، **سلسلة الدراسات الإعلامية**، إعداد مجموعة من الأساتذة تحت إشراف الدكتور عزي عبد الرحمن، ديوان المطبوعات الجامعية ، ص197 .

يرى التيار الأول أن المصريين القدماء هم أول من عرف الصحافة و أصدر الصحف...حيث أن أقدم صحيفة عسكرية نقشت على الحجر من وجهين وأشرف على تحريرها بحذق و مهارة شخص كان يدعى" بتاح" ، وجرى توزيعها شهريا على قادة الجيش، وطليعة الحكام وبلغ مجموع نسخها حوالي المائة، وحليت هاماتها بصورة الفرعون الأكبر"مينا "ومن حوله لفيف من الأسرى قطعت رؤوسهم و وضعت بين أقدامهم، واشتملت موادها على أنباء المعارك و القادة وأعمال الجنود، ولم ينسوا أن يبرزوا فيها لونا من ألوان التعبير الرمزي الذي تنتهجه اليوم صحافة القرن العشرين بأن رسموا ثورا ينطح قلعة تعبيرا عن انتصار الملك على أعدائه[1].

ويؤكد المؤرخون في الإعلام بأن أول قدماء للجريدة هم من دون شك ولدوا قي الصين، وهو المكان الذي عرف فيه لأول مرة الورق في عصر المسيحية، وهو أيضا موطن أول إيداع مطبعي (وهنا إشارة إلى فكرة تابلير)، حيث كانت النصوص تنشر على الخشب، إضافة إلى أولى الدوريات الرسمية للجهاز الملكي التي تطورت في عهد طانق 6180-907 [2].

بينما يرى أصحاب التيار الثالث أن ظهور الصحف لأول مرة كان بعالمنا العربي، فقد كانت هناك المعلقات التي كانت تعلق على أستار الكعبة في الجاهلية و تعرف بالمعلقات السبع، وهي لسبعة من شعراء الجاهلية و أعظمهم أمراء .

ويمكن اعتبار المعلقات من أقدم صور الصحيفة في العالم العربي زمن الجاهلية، وهي صحائف معلقة تنقل فكرة من شاعر من قبيلة معينة سائرا لقبائل فالمعلقات تمثل أنضج صور الشعر الجاهلي شكلا و مضمونا...إنها تحمل طبيعة نقل الأفكار كأوضح ما تكون .

ولقد عرفت المعلقات في أنحاء عديدة من العالم لكنها لم تكن قصائد شعر، بل كانت عبارة عن نشرات تحمل أخبارا مثل معلقات يوليوس قيصر، فقد كان يصدر نشرة يومية ويعلقها في الأماكن العامة ليعلم الناس أخبار الدولة، وكانت هناك العديد من صور المعلقات في عصرنا الحاضر، وهي نفس إعلانات الصحف التي يطلب فيها القبض على مذنب هرب من العدالة، عن طفل مفقود، عن شخص

---

[1]. خاصة في عصر المعلومات، حيث باتت وتيرة النمو الاقتصادي سريعة، و باتت معها الحاجة إلى وسائل أخرى قادرة على جمع المعلومات و تخزينها ونقلها و استخدامها أمرا لا يمكن الاستغناء عنه، و ترتب على ذلك تحول جزء كبير من الاستثمارات إلى قطاع صناعة وسائل الإعلام لتلبية حاجات القطاعات الاقتصادية الأخرى من أجهزة إلكترونية و حاسبات آلية و شاشات تلفزيونية ...صناعة وسائل الإعلام هو القطاع الذي استحوذ على اهتمام العديد من كبار المستثمرين نذكر منهم رئيس الحكومة الإيطالي برلسكوني Berlusconi .

[2]. عبد المجيد شكري،**الاتصال الجماهيري-الواقع....المستقبل**، بدون ط،(العربي للنشر و التوزيع،بدون تاريخ)، ص97.

متوفي ، أو بيع بالمزاد العلني، بل نحن نرى ذلك في المدارس والمعاهد أو الجامعات ودور الحكومة والأندية الرياضية والاجتماعية، ويدخل في ذلك ما يصدره المعارضون و الثوار من منشورات تحريضية تضم أخبارا و تدعو إلى فعل، بل صحف الحائط أيضا التي من أشهرها اليوم صحف الحائط في بكين العاصمة الصينية، إذ كان ذلك يتخذ شكل ورقة ، وهو الاسم الإنجليزي للصحيفة" NEWS "، أما اسمها وهي تحمل الأخبار فهو" News Paper "[1].

علما أن المعلقات تحولت فيما بعد إلى صحف متداولة، حيث وجدت الأوراق الخبرية المنسوخة في إنجلترا في القرن الثالث عشر، وكذا في كل من ألمانيا وايطاليا وهولندا.

هكذا كان المناخ الجديد الذي ساد غرب أوروبا وشمالها عندما أصاب المدن والموانئ بها الكثير من الرخاء، نتيجة الاستكشافات الجغرافية و عبور الأطلنطي إلى الأمريكيتين، وظهور الطبقة البرجوازية، وهم سكان المدن أو الطبقة الوسطى من أصحاب المصالح التجارية والصناعية، وتبع ذلك حدوث الانشقاق البروتستانتي والإصلاح الديني و في ظل هذه البيئة الجديدة كان لابد أن تظهر المطبعة مثل ما ظهرت الأوراق الخبرية ثم الصحف ، وقد أتاحت المطبعة طباعة الإنجيل حيث كان أول ما طبع "غوتنبرغ " مخترع المطبعة و بذلك بدأ يشيع الكتاب المقدس بين الناس في أوروبا بعد أن كان وقفا على الخاصة والكهنة، ثم انتشار الأوراق الخبرية بمعنى ورقة خبرية.

و قد أخذت الصحف تتكاثر لتغطي حاجة المجتمعات الحديثة حتى وصل عددها في نهاية القرن السابع عشر ميلادي إلى 140 صحيفة ثم تضاعف العدد بعد ذلك مرات ومرات، ثم ظهرت الصحف الحديثة التي حمل بعضها اسم ورقة و بعضها الآخر اسم الأخبار مع الحرص في الكثير منها على أن يكون الاسم معبرا عن الخبر والآنية:

News of the world,news week, daily news,the time, the morning journal, the morning helardthe ,morning post,the daily news ,daily, mirror mail chronical[2].

---

[1]. رولان كايلور، ترجمة مرشلي محمد، **الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية**، (الجزائر ،ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون1984)، ص 29 .

[2]. عبد المجيد شكري ، **الاتصال الجماهيري–الواقع....المستقبل**،المرجع سابق الذكر، ص98،99.

هذه التحولات صبغت المجتمعات الحديثة في أوروبا الغربية و أمريكا، إذ أن تطور الصحافة وتسييسها أدى إلى ميلاد رأي عام حقيقي و تأسيس الدولة، الشمالية، علما أن ثورات القرن الثامن عشر ساهمت في تطوير الإعلام، ولقد غير عصر الأنوار رأي المواطن في الإعلام، و كذلك اهتمامه بالمشاكل العمومية .

حيث يرتبط ميلاد الصحف العملاقة الذي تطلب حقبة قصيرة لهذا التطور الهائل منذ ذلك التاريخ بالصناعة ، وأصبحت القوانين الاقتصادية تتحكم فيها.

كما تقبلت الصحافة العقيدة الليبيرالية كمبدأ المنافسة ، وأصبح الإعلام يمثل سوقا والمنافسة شغلها الشاغل الدائم لكسب أكبر عدد من القراء في مختلف الطبقات ، و كذا لتوسيع شبكة المصادر.

وفي منتصف العشرينات من القرن العشرين، وفي المجتمعات الأكثر تصنيعا، نشأت الإذاعة وفتحت بذلك مجالا جديدا لوسائل الإعلام .سنة 1899 كان ماركوني أول من بدأ البث الهرتيزي بين ضفتي المانش، إن هذا الاكتشاف يضاهي اكتشاف الطباعة بالنسبة للصحافة المكتوبة، بدأت سنة 1919 ، وكان أصحابها فرنسيين ، غير أن تطبيق هذه الفكرة تطلب حقبة من الزمن، وفي سنة 1936 اعتبر الاكتشاف إبداعا اجتماعيا وفي هذا التاريخ بثت ال (ب.بس) أول جريدة متلفزة في العالم ، و كانت سنة 1941 هي بداية بيع أجهزة التلفزيون بالولايات المتحدة الأمريكية أي خمس سنوات بعد البث الأول، غير أن بداية الحرب الكونية عرقلت هذا التطور للجريدة المصورة الذي انطلق بعد نهايتها مباشرة أي من سنة 1945 بمحطة BBC، والعشرية التي جاءت بعدها أي من سنة 1945 إلى 1955 شهدت توسعا في بيع هذه الأجهزة[1].

2. نشأة الصحافة في العالم العربي:

رغم اختلاف آراء المؤرخين حول تحديد البداية الإعلامية في العالم العربي ، فإن هناك إجماعا من جانبهم على أن بداية تعرف العالم العربي على الصحافة كانت من خلال الحملة الفرنسية على مصر سنة 1789 ، حيث أصدرت في العالم نفسه صحيفة كورييه دي ليجيبت **Courrier De L'égypte** و لاديكا اجيبسيا ن **Ladica Egyptienne** وقد صدرتا باللغة الفرنسية ولم يقدر الصدور للصحيفة العربية التي أزمت الفرنسيون إنشاءها آنذاك.

[1]. ، عبد المجيد شكري ، **الاتصال الجماهيري–الواقع....المستقبل**،المرجع سابق الذكر، ص100.

أما بداية الصحافة العربية فهناك روايتان في هذا الصدد، ترى الرواية الأولى أن صفيحة جور نال الخديوي التي صدرت في عام 1827 في مصر تمثل بداية الصحافة الرسمية في العالم العربي، وتختلف الرواية الثانية في تحديد التاريخ و القطر العربي الذي شهد هذه البداية، ويتبنى هذه الرواية بعض المؤرخين العرب و على رأسهم رزوق عيسى رئيس تحرير مجلة المؤرخ العراقي إذ يرون أن البداية الفعلية للصحافة العربية كانت في العراق سنة 1816 ، بصدور صحيفة جورنال العراق التي أنشأها الوالي داود باشا آل كرجي، وكانت تصدر باللغتين العربية والتركية.

وفي رواية أخرى فإن صحيفة(جورنال العراق)التي أنشأها الوالي داود كانت أسبق من غيرها حيث ظهرت عام 1816 ، و انطلاقا من هذه الفترة بدأت الصحافة العربية في الظهور في مختلف أقطار المنطقة العربية، ففي، سنة 1847 ظهرت صحيفة(المبشر)في الجزائر، ثم(الأنباء)اللبنانية عام 1858، و(الرائد) في تونس عام1860 وطرابلس(الغرب) عام 1864 بليبيا، و(سورية) عام 1865 و(صنعاء)عام 1879 ، و(المغرب) عام 1899 ، و(الحجاز)عام 1908.

ورغم الطابع الرسمي الذي صبغ النشأة الأولى للصحافة العربية، فإن هناك بعض الأقطار العربية كانت البداية الإعلامية فيها بداية موفقة، مثل لبنان حيث ظهرت فيها أقدم صحيفة أهلية هي(حديقة الأخبار) عام 1858 وفي مصر ظهرت صحيفة (وادي النيل) عام 1867 ثم صحيفة (الأهرام) عام 1876 ، و كذلك المغرب التي شهد صدور صحيفة (المغرب الأهلية) على يد بعض اللبنانيين عام1891[1] .

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

أ –ا لصحافة العربية أثناء السيطرة الاستعمارية الأوروبية:

اكتملت الحلقة الاستعمارية حول العالم العربي بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى، وذلك بخضوعه لكل من النفوذ البريطاني والفرنسي، مع استمرار بقاء الاحتلال الإيطالي لليبيا والسيطرة البريطانية على كل من مصر والسودان واستقلال اليمن والدولة الهاشمية في شبه الجزيرة، ومنح الحركة الصهيونية حق إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين.

[1]. فضاء الإعلام سلسلة الدراسات الإعلامية، المرجع سابق الذكر، ص203.202.

ولقد تأثرت حركة إصدار الصحف ونوعية القضايا الاجتماعية والفكرية والسياسية المطروحة بأساليب الصراع بين القوى الوطنية العربية والسلطات الاستعمارية، وبالنمط الاستعماري السائد في كل منطقة من العالم العربي، وقد كان لهذه التغيرات آثارها المباشر على الخريطة الإعلامية في العالم العربي، فنلاحظ أن منطقة المغرب العربي (تونس ، مغرب، الجزائر) قد أفرزت واقعا إعلاميا يمثل خلاصة الصراع السياسي والاجتماعي والديني بين الشعوب العربية هناك، وبين الاستعمار الفرنسي الذي اتسمت أساليبه بالقهر الثقافي والتحدي الديني والقومي لمقومات الشخصية العربية في تلك الدولة[1]، وكخلاصة للقول يمكن استعراض أبرز ما تميزت به الصحافة العربية في مرحلتي الكفاح الغير مسلح و الكفاح المسلح:

- كانت الصحافة العربية في مرحلة الكفاح السياسي صحافة حزبية في مجملها أو كانت تعبر عن الأحزاب الوطنية التي تولت قيادة حركة التحرر الوطني العربي في تلك المرحلة.
- كان يرأس هذه الصحف في الغالب الأمناء العامين للأحزاب الوطنية أو بعض قيادتها البارزة، وكانت تعتمد على ميزانية ثابتة تخصصها قيادة كل حزب للنشاط الدعائي والإعلامي.

طرحت هذه الصحف شعار الاستقلال السياسي (في غالب الأحيان)، وانشغلت معظمها في الصراعات الحزبية، كجزء من اللعبة الليبرالية التي حرصت السلطات الاستعمارية على إلهائها بها لامتصاص طاقاتها في معارك جانبية، وخصوصا في مصر والعراق ونادرا ما كانت تطرح صحف هذه القضايا ذات الطابع الاجتماعي أو الشعبي، إلا في الفترات التي تحتاج فيها إلى الجماهير لمساندتها في مواجهة السلطات الاستعمارية و الحكومات[2].

ب- الصحافة العربية بعد الاستقلال:

اختلفت الصحف الموالية للسلطات الاستعمارية عقب حصول الدول العربية على الاستقلال منذ بداية الخمسينات ، وان 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 أشكالا متنوعة حتى اليوم .

---

[1]. المرجع نفسه، ص49.

[2]. فتيحة اوهابية ، **الصحافة المكتوبة في الجزائر، المرجع سابق الذكر** ،ص252.

وقد تحددت المهام المطروحة على الصحافة العربية بعد الاستقلال في ثلاث قضايا رئيسية :أولها و أكثرها إلحاحا 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 منذ نهاية الخمسينات عدا القضايا القطرية التي طرحت نفسها على صحف كل بلد عربي على حدى، وقد التزمت معظم الصحف العربية بموقف حكوماتها، وهنا برزت مشكلة جديدة لم تكن مطروحة أثناء مرحلة التحرر الوطني، وهي مشكلة الديمقراطية وعلاقة الصحافة بالسلطة الوطنية[1] .

إذ لا شك أن دور ومسؤوليات الصحافة العربية في مرحلة ما بعد الاستقلال ارتبط إلى حد بعيد بطبيعة وأهداف السلطة السياسية في الدول العربية، ولازالت الصحافة المكتوبة إلى يومنا هذا تلعب دورا هام على الساحة السياسية والاجتماعية بمختلف تفاعلاتها، وتعتبر الصحافة المكتوبة في المنطقة العربية وسيلة إعلامية محبذة لدى النخبة.

3. نشأة الصحافة في الجزائر:

عرفت عملية التأريخ للبداية الإعلامية في الجزائر اختلافا ، وتباينا بين أوساط الباحثين و الدارسين إذ تعتبر المعلومات المتضاربة والتواريخ المتغايرة عن الصحافة العربية الجزائرية ، من المتاعب الكبرى التي تواجه الباحثين في مجال الإعلام ،ولا يتفق الباحثون على تواريخ واحدة لأولى الصحف الجزائرية ،ولا يتفقون حتى على أول صحيفة ظهرت بالجزائر ، ولكن المهم هنا هو التنويه بأن تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر تأثر بعامل السيطرة الاستعمارية الفرنسية ،لذا فإننا سنتقيد بهذا العامل عند حديثنا عن نشأة وتطور الصحافة الجزائرية من خلال تقسيم التطور إلى مرحلتين ، مرحلة ما قبل الاستقلال ومرحلة ما بعد الاستقلال.

أ-الصحافة المكتوبة في الجزائر قبل الاستقلال:

إن الصحافة كوسيلة إعلامية عصرية هي اكتشاف غربي ظهرت في أوروبا،ثم انتقلت إلى العالم العربي في بداية القرن التاسع عشر،مع الحملات الفرنسية التي قامت بها فرنسا على مصر أولا ثم الجزائر ثانية .

[1]. المرجع نفسه،ص 253

و يرى بعض الباحثين أن أول جريدة ظهرت في الجزائر هي جريدة ليستافيت دي سيدي فرج "**L'estafette de Sidi Ferrage**"التي أعدت داخل البواخر الاستعمارية التي غزت الجزائر سنة 1830، وبعد ثورة 1871 اشتد القمع والاضطهاد المسلطان على الشعب الجزائري ،حتى أن بعض الفرنسيين الأحرار استاءوا لذلك وحاولوا أن يمدوا يد الإعانة للمسلمين ،ورأوا أنه من الضروري السماح لهم بالكلام حتى يتسنى لهم التعبير عن مطالبهم،وأحسن وسيلة تلك هي الصحافة،وهكذا أسسوا جريدة المنتخب سنة 1882 ولكن جريدة المنتخب لم تعمر طويلا ،ولم تنجح في مهمتها فاختفت تحت ضغط الضجة الفرنسية ،ولكنها استطاعت أن تبلغ رسالة سوف يكون لها شأن بعد ذلك، ومفادها استخداما لكلمة للدفاع عن حقوق الجزائر ،وسرعان ما تغير الوضع وأصبحت الصحافة من وسائل الاتصال الأكثر نفوذا وتبوأت مكانها في المجتمع الجزائري [1].

وقد كانت الصحافة تحتل الدرجة الثالثة في سلم الاهتمامات والتعليم بعد كل من التنظيم السياسي والعسكري ولكن الإعلام بمعناه الاتصال والدعوة كان السلاح الأساسي لنشر الوعي قبل السلاح الحقيقي وأثناء الكفاح المسلح كانت الدعاية جنب الجنب مع المعارك الحربية تسبقه اوتتبعه ا،وهذه الأهمية تجسدت في مرحلتين:

-**قبل الثورة** : كان تجنيد الجماهير يتم أحيانا حول مساندة جريدة وطنية كجريدة الإقدام أو الأمة أو البصائر أو الجزائر الحرة[2].

-**أثناء الثورة** : اهتمت جبهة التحرير الوطني بإصدار الوسائل الإعلامية العصرية: الصحافة ،الراديو ووكالات الأنباء[3].

ولقد كان لنشاط الصحافة الأوروبية أثر في الجزائر ولا شك في توجيه الجزائريين إلى الميدان الصحفي ، إذ كانت تلك الصحف الاستعمارية تتدفق تدفقا عجيبا ،وتنتشر انتشارا واسعا .

إذن فقد لفت أنظار المسلمين الجزائريين ما رأوه من هذه الحركة الواسعة التي غطت القطر كله شرقه وغربه ، وأثار تعجبهم اللهجة الحارة التي تستعملها بعض صحف المعمرين في مخاطبة السلطة الحاكمة أو مدافعة ، فعلمهم ذلك أن يستفيدوا من هذه التجربة ، ودفع بهم إلى استعمال هذه الوسيلة

---

[1].فتيحة أوهابية ، **الصحافة المكتوبة في الجزائر ،المرجع سابق الذكر ، ص 253.**

[2].فتيحة أوهابية،**الصحافة المكتوبة في الجزائر**,المرجع السابق الذكر ، ص 253.

[3].زهير احدادن ،**مدخل لعلوم ا لإعلام و الاتصال**، بدون ط ، (ديوان المطبوعات الجامعية،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991)،ص 91.

الجديدة في المطالبة هم الآخرون بحقوقهم .والواقع لئن كان ذلك بالنسبة للنخبة المثقفة بالفرنسية التي بدأت هذه الحركة الصحفية منذ بداية القرن العشرين ، فإن المثقفين باللغة العربية ما لبثوا هم الآخرون وأن دخلوا هذا لميدان الواسع ، مستفيدين من الصحافة العربية التي كانت تأتيهم من الشرق العربي ومما لاشك فيه أن هذه الصحافة ، ولا سيما المصرية منها قد قدمت نموذجا حيا راحوا ينسجون على منوالها لنماذج الجزائرية .

وتعود صلة الكتاب الجزائريين بالصحف الشرقية إلى بداية القرن العشرين مع صلة رواد الحركة الإصلاحية بالجزائر ،أمثال محمد بن مصطفى بن الخوجة وعبد الحكيم بن سماية وعبد القادر المجاوي بمجلة المنار.

ويبدو أن هذه الصحف والمجلات كانت تصل إلى الجزائر عن طريق تونس حيث كانت المراقبة الفرنسية أخف وطأة ، أو عن طريق المغرب الذي كان لا يزال يتمتع باستقلالها وما بين حقائب الحجاج ولقد عبر أحد الكتاب الفرنسيين عن هذه الطرق السرية بقوله" :لقد كان هنالك مجرى سري ، ولكنه غزير ومتواصل من الصحف والمجلات الشرقية التي أعانت المغاربة في مجهوداتهم الإصلاحية وجعلتهم مرتبطين أبدا بالعالم العربي[1].

ومن ثم كان الصحفيون الجزائريون الرواد يعترفون دائما بفضل الصحافة العربية الشرقية عليهم،سواء فيما أمدتهم به من غذاء فكري ، أو ما أفادتهم به من أخبار الوطن العربي و الإسلامي ، وما طبعت به أساليب من بيان رفيع كما يعتبر المناخ السياسي و الاجتماعي الداخلي والخارجي من أهم العوامل في بعث الصحافة الوطنية ،ذلك أن الأوضاع التي كان يعيشها الوطن العربي والإسلامي قبيل الحرب العالمية الأولى وأثناءها وبعدها فتحت أعين الجزائريين ، وعلمتهم كيف يستفيدون من الصحافة في سبيل المطالبة بالجماهير العريضة[2].

كل هذه العوامل مجتمعة ساعدت ولا شك مساعدة فعالة على نشأة الصحافة العربية في الجزائر ولكنها لم تجد الطريق مبسطة ، ولا المسيرة سهلة ، بل أن جهاد الصحافة الوطنية الجزائرية في هذا المضمار طبع تاريخ حياتهم ، ورسم واقعها بطابع المقاومة المستمرة ، لأنها اصطدمت منذ البداية بعدو

[1].محمد ناصر،**الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939**،(الشركة الوطنية للنشر و الإشهار،الجزائر،1980)،ص5.

[2].المرجع نفسه، ص 6.

استعماري لدود غير أنها استطاعت أن تقاوم في دأب وصبر مما جعل تاريخها حافل بالصراع والمقاومة زاخرا بآيات التصميم والتحدي .

ولعل ما يعين الدارسين الباحثين على فهم تاريخ الصحافة العربية الجزائرية ،ولاسيما الوطنية منها هو التعرف أولا على هذا المناخ الخانق الذي نشأت فيه هذه الصحافة ، وأول ما يلفت النظر لمتتبع تاريخ هذه الصحافة هو هذا الانقطاع المستمر ، إذ أن أغلبها لا تعد أعمارها بالسنوات ولكن بالشهور والأيام على الرغم من أنا لصحافة العربية في الجزائر لم تعرف سوى صحيفة يومية واحدة طوال الفترة الممتدة مابين 1847 و 1939 ، وهي جريدة (النجاح) ، ويعود هذا أساسا إلى أن الصحافة العربية في الجزائر كانت تعاني من الواقع الاجتماعي والسياسي الشاذ الذي فرضه الاستعمار الفرنسي يعلى الجزائر ، ومن ثم كان على هذه الصحافة أن تعيش في صراع أبدي في سبيل حياتها، وتناضل لتشق طريقها فقد كانت تواجه في آن واحد مستعمرا حقودا يهددها بخنق الأنفاس كلما حلا به أن يفعل ذلك ، وشعبا أميا جاهلا لا يمد لها يد المساعدة الأدبية ولا المادية إلا في أندر الحالات ...، هؤلاء الذين جابهتهم الصحافة العربية الوطنية هم الحكام المستعمرين الذين كانوا يقطعون الطريق أمام انتشار الصحف العربية ويسارعون إلى مصادرة الوطنية منها بدون محاكمة[1].

ب.الصحافة المكتوبة في الجزائر غداة الاستقلال:

لقد شهدت الصحافة في الجزائر مضايقات عديدة من طرف المستعمر إبان الحقبة الاستعمارية ولكنه لتغير وضعها بعد الاستقلال؟ وما هي أهم ميزات تطور الصحافة المكتوبة الجزائرية غداة الاستقلال؟

تمثلت مهمة الإعلام الجزائري إبان الثورة التحريرية في العمل لإسماع صوت الثورة على الصعيدين الداخلي والخارجي ، من خلال نوعية المواطنين وتجنيدهم لطرد المستعمر من جهة ، وإشعار الرأي العام الدولي بحقيقة الثورة الجزائرية وعدالتها من جهة ثانية ،وبعد الاستقلال حدد الميثاق الوطني مهمة وسائل الإعلام المختلفة في العمل على نشر ثقافة رفيعة كفيلة بالاستجابة للحاجات الإيديولوجية والجمالية ، مع رفع المستوى الفكري لدى المواطن[2].

[1].محمد ناصر،**الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى1939** ،المرجع سابق الذكر،ص6.
[2].نور الدين بليل،**الإعلام وقضايا الساعة**،مرجع سابق،ص25.

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر عرفت أثناء الاستعمار نظام الليبيرالي للإعلام يمتاز بحرية الصحافة كما ينص على ذلك القانون الفرنسي ،ولم يلغ هذا النظام بعد الاستقلال ،ولكنه كان يتناقض مع النظام السياسي الجديد للبلاد ،ولكن السلطات الجزائرية كانت تسعى جاهدة لوضع نظام اشتراكي في الميدان الإعلامي ويعني ذلك القضاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام ،خصوصا الصحافة ثم وضع إطار اشتراكي تمارس هذه الوسائل نشاطها داخله ،وأخيرا تحديد دور هذه الوسائل في البناء الاشتراكي، وهذا ما سنتناوله بالتفصيل في الورقة التالية ،والتي نستعرض من خلالها مختلف مراحل تطور الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال.

1.مرحلة 1962-1972 :

عند الاستقلال كانت السياسة الجزائرية تجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين ،وكانت في الحقيقة رهنا لظروف،ولا تخضع لخطة معينة ،ولكن لها أهداف ثلاثة هي[1].

أ-جزأرة الصحافة التي كانت تصدر غداة الاستقلال:

ويقصد بالجزأرة إلغاء جميع الصحف التي يريدها ويمتلكها الفرنسيون ،ووضعها تحت تصرف الحكومة الجزائرية ، و كان يصدر منها آنذاك(1962-1962)حوالي 11 صحيفة من بينها اليوميات وكان سحبها الإجمالي يبلغ 300.000 نسخة كلها بالفرنسية ،وفي سنة 1963 اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني ، وقرر تأميم هذه الصحف الجي ريبوبليكان" **Alger Républicain**" التي كان يسيرها أشخاص يتمتعون بالجنسية الجزائرية ،توقفت هذه بإستثناء الصحف وعوضت بصحف أخرى تحمل أسماء جديدة مثل النصر، الجمهورية ،وأصبح يسيرها جزائريون تحت وصاية السلطات الجزائرية.

وتمت بذلك جزأرة الصحافة ،وهذا ليس معناه إلغاء الملكية الخاصة، بل بقيت بها هناك صحف يملكها خواص ،أفراد أو جمعيات،ولكن كلها صحف جزائرية ،ورغم هذه الخطوة الهامة التي قامت بها الحكومة الجزائرية ،إلا أن مشكل الوصول إلى الهيمنة على الصحف المكتوبة بقي مطروحا وهذا هو الهدف الثاني الذي سعت لتحقيقه السلطات الجزائرية بعد الاستقلال[2].

[1]. ز هيراحدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال** ،المرجع سابق الذكر ،ص95 .96.

[2].زهير احدادن ، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال** المرجع سابق الذكر،ص96.

ب-هيمنة الحكومة والحزب على النشاط الصحفي:

تجدر الإشارة إلى أن القوانين التي كانت تسيطر وتحكم الصحافة في بداية الاستقلال هي نفسها القوانين التي كانت موجودة في عهد الاستعمار ، ومن بينها تلك المتعلقة بحرية الصحافة والتي تنص على الملكية الخاصة للصحافة ، وقد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب ، وبدأت هذه الصحف تمارس نشاطها بكل حرية ،مما جعل الباحثين يصنفون الصحف آنذاك إلى ثلاثة أنواع : صحف تابعة للدولة ، صحف تابعة لحزب جبهة التحرير الوطني ،صحف تابعة للملكية الخاصة.

تفكير الحكومة في إلغاء الصحف الخاصة وتعويضها بأخرى تابعة للدولة كان يعرقله قلة تجربتها خصوصا فيما يتعلق بالصحف اليومية ،وكذلك لأن الجريدة الوحيدة التي كانت جبهة التحرير الوطني تصدرها وهي جريدة المجاهد الأسبوعية ،وكانت تصدر بالعربية والفرنسية و كانت تصدر بتونس قبل 1962، وبعد ذلك أصبحت تصدر أول يومية جزائرية تابعة للدولة، تحمل اسم الشعب، كما ظهرت في نفس الفترة يوميتان جهويتان بتاريخ 19 سبتمبر 1962 في كل من وهران و قسنطينة وهما **La République والنصر** وبذلك تكون الجزائر قد أكملت نشاطها في الميدان الصحفي[1].

بتاريخ 19 أوت 196 اتخذت الحكومة الجزائرية قرار بإنشاء الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، والذي كان احتكار استطاعت السلطات بواسطته فرض هيمنتها على توزيع الصحف دون طبعها ،بمعنى أن الملكية الخاصة أصبحت غير ممنوعة بصفة قانونية، ولكن الممنوع هو توزيع هذه الصحف عن طريق الشركة الوطنية للنشر والتوزيع وهذه الشركة لا توزع إلا الصحف التي حصلت على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة.

وبهذه الطريقة تمكنت السلطات من الهيمنة على النشاط الصحفي ،حيث لم تشهد الساحة الوطنية إصدار أي جريدة خاصة بعد عام 1966 وبعدها حاولت تجسيد ثالث هدف لها في مجال الإعلام المكتوب والذي تمثل في إقامة نظام اشتراكي للصحافة.

[1].زهير احدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال** ،المرجع سابق الذكر،ص96 .

ج-إقامة نظام اشتراكي للصحافة

كانت إقامة نظام اشتراكي للصحافة تتدرج في السياسة العامة للبلد، وفي الميدان الصحفي يظهر هذا الاتجاه في أمرين أساسيين وهما :ملكية الصحافة وتحديد وظيفة معينة لكل صحيفة [1] ، ويلاحظ أن الصحف الجزائرية بقيت حتى غاية 1968 دون خطة تكوينية معينة، علما أن مهمة الصحف في ظلال نظام الاشتراكي هي مهمة تكوينية بالدرجة الأولى ، وكانت الصحف في تلك الفترة تغطي الأخبار الدولية أكثر ما تغطي الأحداث الوطنية ،وكانت تنقل الأخبار الدولية التي تصلها دون تحويل في التحرير ، إلا في حالة تركيزها على حدث دون أخر .

وقد بدأ يتحسن حال الصحف سنة 1968 فبدأت تقوم بمهمة التوعية ، وتهتم بالنشاط الوطني محاولة إقناع قراؤها بجدوى السياسة الوطنية ، ومع ذلك فإن مهمة التوعية لا ترتقي إلى المهمة التكوينية التي تقوم بها الصحافة الاشتراكية ، إذ كانت الصحافة الجزائرية تكاد تخلو من الشروح المركزة .

2.مرحلة 1972-1988 :

ميزها ما اطلق عليه التصحيح الثوري عام 1975 ، الذي قلب كل الموازين في كل القطاعات بما فيها قطاع الإعلام ، هذه الحقبة التي ركزت على الوسائل السمعية البصرية ، عرفت إهمال لهذا القطاع والاهتمام الشبه كلي بالجانب الاقتصادي ،وأهم ما ميز هذه الفترة في مجال الصحافة المكتوبة ، هو ظهور وتنامي موجة التعريب ، وقد شملت هذه الفترة عناوين صحف عديدة ،ومن عيوبها قتل الإبداع لدى الإعلاميين وتشويه محتويات المواد الإعلامية التي ابتعدت عن اهتمامات و انشغالات المواطنين ، حيث ظهر دستور 1976 ، الذي أكد حق المواطن في الإعلام من جهة ، ومن جهة أخرى ركز على الملكية العامة لوسائل الإعلام ، وبالتالي جعل الإعلام وظيفة من وظائف الدولة .

وبرز دور الإعلام في الدعاية للحملات السياسية و خصوصا ترويج المشاريع التنموية ، إضافة إلى أن هذه الفترة شهدت ظهور قانون الإعلام ،وتلتها بعد ذلك اللائحة الإعلامية التي نصت على ضرورة تنويع الصحافة المكتوبة ، وذلك بإصدار صحف جهوية وصحف متخصصة حتى تخلق ديناميكية جديدة ، وعليه يمكن القول بأن الصحافة المكتوبة خلال هذه الفترة لم تعرف ازدهارا كبيرا رغم التطورات الكبيرة التي شهدها المجتمع على المستويات الاقتصادية و الثقافية .

[1].زهير احدادن ،المرجع نفسه ،ص99.

ولكن هل تطورات الصحافة المكتوبة بعد ذلك ؟ وإن كان الجواب بنعم كيف كان هذا التطور ؟ هذا ما نحاول الإجابة عنه في الجزء الآتي:

3.مرحلة الإعلام ألتعددي (1988 وما بعدها) :

أهم ما ميز هذه المرحلة هو المظاهرات الاحتجاجية في أكتوبر 1988 والتي قلبت كل الموازين وغيرت مجرى الأحداث ، وقد مست هذه التغيرات كل القطاعات خصوصا السياسية منها واعتبرها المحللون بداية جديدة ونقطة تحول جذرية في تاريخ الجزائر واعتبر تبني دستور صادر في 23 فيفري 1989السبب الذي سمح بتجسيد التعددية السياسية لأول مرة في تاريخ الجزائر ، ولأن القطاعات المختلفة ترتبط فيما بينها ولو بشكل نسبي ، فإن للجانب السياسي انعكاساته على الإعلام الجزائري ,فعلى المستوى الإعلامي ، جاء قانون متعلق بالإعلام في جويلية 1990 ينص على تكريس حرية الرأي والتعددية الإعلامية ، فتمخض عنها بروز ثلاثة أنواع من الصحف، صحف حكومية ، حزبية و مستقلة(حرة).

فظهرت الصحافة الحرة التي لها حرية العمل بعيدا عن سلطة و سيطرة الدولة(القطاع العام) فأصبحت تنافس الجرائد الوطنية العمومية التي عرفت تراجع في توزيعها ،لتترك المجال أمام جرائد أخرى استطاعت أن تكتسب ثقة و مصداقية وتحصل على ثقة القارئ واهتمامه كجريدة الخبر الناطقة بالعربية وجريدة الوطن الناطقة بالفرنسية ، وجريدة Liberté.

كما عرفت هذه الفترة موجة التنديد بأعمال وسلوكيات النظام ضد الممارسة الصحفية ،عقبتها موجة من الاعتقالات التي مست الكثير من الصحفيين ومسئولي الصحف وتوقيف ومصادرة الكثير من الجرائد وقدت وصل الأمر إلى المتابعة القضائية كما حدث مع جريدة الشروق العربية والخبر ,Liberté .

ما ميز هذه الحقبة تأزم أللأوضاع الأمنية، الشيء الذي أفرز بشكل مثير قضية الاغتيالات من طرف موجة العنف الشنيعة التي عرفتها الجزائر ،والتي أودت بحياة الكثير من أصحاب المهنة ،وكان أولهم الصحفي الطاهر جاووت في ما ي 1993 ، ليزداد عددهم الواحد تلوا لآخر[1].

على الرغم من أن التعددية السياسية والإعلامية قد فسحت المجال أمام حرية الصحافة للظهور على الساحة الوطنية ،إلا أن هذه الأخيرة مازالت تعيش رهانات وتحديا على مستويات عديدة أهم مايميزها الضغوطات السياسية ، التجارية و القانون.

[1]. أمال نواري ،**واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة** ،(مذكرة نيل شهادة الليسانس قسم علوم الاتصال ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،،جامعة باجي مختار، عنابة2001)،ص35.

المبحث الثاني : ماهية الإعلام الإلكتروني

1.تعريف الإعلام الإلكتروني:

يقال أن" لكل عصر وسيلة إعلام هو تواصله "، وبهذه المقولة يمكن أن نعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي عل بالانترنت وتقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها.

فطبيعة شبكة الانترنت التي تتميز بالآنية وبالسرعة في نقل المعلومات، تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل،أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو أي اختصاص في البرمجة المعلوماتية ، إذ يكفي أن نتصل عبر الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول لخوض محتوى الانترنت[1].

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على وسيلة جديد تمن وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي،بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة ومؤثرة بطريقة أكبر،وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم مواد هما لإعلامية المختلفة،بطريقة إلكترونية.

والإعلام الجديد (NEW MEDIA) أو الإعلام الرقمي، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية(الوسائط)المتصلة أو الغير متصلة بالانترنت.

وقدم عدد من العلماء تعريفات عديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة ، حيث فرضت هذه التقنيات إمكانية قيام أي فرد يمتلك جهاز كمبيوتر أن يكون لديه الفرصة للولوج إلى الانترنت والحصول على الخدمات التي توفرها، بل وتشكيل البيئة المحيطة ونشر أفكار هو معتقداته ، وكذلك سمة التفاعلية والتي تساهم في إثراء المشاركة وتوسيع نطاقه أو جذب انتباه المجتمع نحو محتواه[2].

---

1. قينان عبد الله الغامدي، **التوافق والتنافر بين ا لإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني** ، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة(الإعلام والأمن الإلكتروني)،جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو 2012 ،ص6.
2. نفس المرجع ،ص7

[3].للاطلاع على تأثير ونفوذ وسائل الإعلام الجديدة على مختلف جوانب الحياة البشرية يرجى الرجوع إلى محاضرة الدكتور أحمد زويل في منتدى الإعلام العربي العاشر بعنوان"**بناء المستقبل .. دورالعلم والإعلام**".متاحة على الرابط التالي:
http:/www.youtube.com/watch?v=FYWnIMEPsQ&feature=player_embedded

أما جمال غيطاس فيرى أن الانترنت ذلك الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف الذى يتعامل معه ما يربو على المليار شخص من مختلف أركان الكرة الأرضية خلق آلية لحرية التعبير والإبداع غير موجودة في أي وسيلة أخرى، بلا قيود ولا تدخلات، إذ يكفي الشخص أن يجلس إلى حاسبه، ويتصل بالإنترنت ليدخل في حوارا تحسب ما يريد ، ويبدي آراءه بمنتهى الحرية وتتناقل فيها المعلومات بين مصدر ومتلقي، فكل الطرق مفتوحة أمام الجميع من مختلف الأعمار والملل والمهن والتخصصات والجنسيات والألوان والمشارب السياسية والاجتماعية والثقافية والعقائدية[1] .

كما أنه فضاء يتسع لآراء وحوارات وإبداع تتجسد أرقى درجات العقلانية والتحضر والسلام والتسامح والفكر والعلم والتدين والإنسانية والوطنية، كما يتسع لآراء وحوارات أخرى تجسد أفدح مستويات البذاءة والشذوذ والانحراف والجهل والتعصب و اللاإنسانية والعنصرية، حيث لا توجد معايير تضبط إيقاع هذا الفضاء الشاسع من الحوار والتعبير عن الرأي في هذا الفضاء الإلكتروني[2].

2.نشأة الإعلام الالكتروني :

ظهر الإعلام الالكتروني كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثلا لأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة ، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام ، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام[3].

ويأتي الإعلام الالكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ، ولا يعني الإعلام الالكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة) بوسائل حديثة(الحاسب الآلي) فالمسألة تمس أيضا كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة[4].

---

[1].جمال محمد غيطاس، **الإعلام والإبداع في ظل ثورة لمعلومات** : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح، مؤتمر دور الإعلام (وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي،كوالالمبور،ماليزيا، 2011 ،ص3 .

[2].المرجع نفسه،ص4.

1.Terry Flew. New media : an introduction (London : Oxford University Press , 2008) PP. 9-28.

و للمزيد عن وسائل الإعلام الجديدة أنظر الموقع الالكتروني لمعهد الميديا الجديدة بجامعة كولومبيا العريقة

New Media Institute (NMI) : http://www.newmedia.org/

[4].رضا عبد الواجد أمين ، **الصحافة الالكترونية** ،المرجع سابق الذكر ، ص91.

يعني هذا أنه من المفترض النظر إلى التحول إلى الإعلام الالكتروني رؤية فاحصة فهولا يعني مجرد التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الإعلامية، بل التغيرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة وكافة أطراف العملية الاتصالية.

كما يرى شريف درويش اللبان" أن الإعلام الالكتروني هو عبارة عن محتويات يتم إصداره او نشرها على الشبكة الدولية سواء كإصدارات الكترونية للصحف الورقية أو موجز لأهم محتوياتها أو كمجلات وجرائد الكترونية أصلية ليسلها إصدارات عادية[1].

ويرى ليستر أن الإعلام الالكتروني إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه منطقا أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم .وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الانترنت مباشرة، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيل المعرفة تأثير الإنترنت على البنية الأساسية للمجتمع[2].

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهجا يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير تلتقطها الأذن أو عبر التليفزيون أو عبر الصحف الورقية.

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مسارا يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة حيث وضع غيطاس أربعة مراحل:

المرحلة الأولى:

ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية ،بل أصبحت الساحة تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما جاهزين للدفع بالأخبار في التو واللحظة.

[1].شريف درويش اللبان ، **تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة** ،(الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2001) ، ص 123.

[2].Lister, M. Dovey, S. Grant and Kelly K. 2003 New media : A critical introduction,Routlege.

المرحلة الثانية:

جهة الاتصال ، و فيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفريعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة ،ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس ،فمثل ما وجد صحفيون و وغير صحفيون ،أيضا يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، منها أفرد مستقلين أو منظمات وجهات دولية ،أو أحزاب أو هواة أو مدونين.

وكذلك أختلف الأمر أيضا من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة ، لأن عليها أن تدير موقعا إلكتروني أو نسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا ، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التليفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضا ومراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة ، مما يتطلب توافر نوع من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل ، بالإضافة إلى أخصائي تصميم صفحات ويب و إدارة الموقع ، و قواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى ، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي.[1]

المرحلة الثالثة:

وسيلة الاتصال ، وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة ،لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الإنترنت أو قناة معلومات صحفية تبيعها المحتوى بمقابل مادي ،وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنويع مصادر الدخل.

المرحلة الرابعة :

الجمهور المتلقي ، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي ، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابية ، ليس فقط مع

1.جمال محمد غيطاس،**الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات**،المرجع سابق الذكر، ص7 .

ما يقدم له ولكن أيضا مع مقدم الخبر أو مصنعه ،فموقع الوسيلة الإعلامية على الانترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فورا وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظيا.

أيضا تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية من جمهور يقرا فقط إلى جمهور يقرا ويسمع ويرى ويبحث ويتفاعل ،بل مشاركا من خلال ما يبديه من تعليقات وآراء، ويمارس عليها أيضا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الأخر،بل وأحيانا يصبح صانعا للأخبار.

وفي بيئة الإعلام الجديدة يملك المواطن كلما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم ، من أدوات عبر شبكة الإنترنت يستطيع طبع النسخ ، ويستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد ، ويملك قسم تصوير وفيديو و تسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي.

وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي بكل صوره (مطبوع، مسموع، مرئي) فلم يعد المواطن متلقي فقط أو مفعولا به ، بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية ، وأصبح فاعلا في الوسائط الجديدة من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

3.أشكال الإعلام الإلكتروني:

مع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة ،فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيري، وهنا يشير(برودي) "بينما يستمر التليفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت.

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي:

-المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت

-الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة

-الإذاعة الإلكترونية، خدمات البث الحي على الإنترنت

-القنوات التليفزيونية الإلكترونية ،خدمات البث الحي المباشر على الإنترنت

-خدمات الأرشيف الإلكتروني

-الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الإعلاني على الإنترنت

-خدمات إعلانية ترفيهية

- Blogs المدونات

-التويتر، Facebook (قنوات التواصل الاجتماعي) وغيرها

-خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول

-بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة ال SMS و ال MMS

-بث خدمات الأخبار العاجلة[1].

4.مييزات الإعلام الالكتروني :

- أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه وتخطى حدود الدول ، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية ،كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى،وحرية تداول المعلومات،وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.

- يعتمد الإعلام الإلكتروني على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي ، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي .[2]

_ يرى الدكتور سامي زهران أستاذ الإعلام المساعد بجامعة القصيم ، أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة .

_ وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشير إلى أن أبرز خواصه هي التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد ، وأما الخاصية الثانية فهي تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد ، وأما الخاصية الثالثة فهي أنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه ، وأما الخاصية الرابعة فهي اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها[3].

1.قينان عبد الله الغامدي، **التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني** ، المرجع سابق الذكر، ص9.

2. خالد وليد محمود ،**شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي** ،(بيروت ، دار مدارك للنشر، 2011)، ص67،69

3. سامي زهران ،**محاضرة بعنوان (ثورة الإعلام الجديد)**،أقيمت في نادي القصيم الأدبي بالتعاون مع صحيفة الجزيرة للدراسات لإعلامية بجامعة القصيم.

_ ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقية ، فالإعلام الجديد ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي ، إذ أسهم كونه قائماً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية ، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حول ما يرونه و يعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقاربته لهموم الناس وتطلعاتهم.[1]

– الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة،على عكس الإعلام التقليدي ، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم ،والتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.

– أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي ،يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد ،لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ، ونقاط التوتر حول العالم ،حيث أنه أكثر أمانا لرجال الإعلام ،وخير مثال ثوارت الربيع العربي[2].

– تعد سرعة انتشار الأخبار و المعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتمادا على شبكة الإنترنت والأسرع انتشارا نظرا لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني .

– عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير ، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقا شاسعا ، في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي ، و قنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.

– هيأ الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي ، و أظهر أنه من يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية ، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.

– مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن إغفاله ، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.

---

[1].آلاء زومان، **مقال هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي ؟** ،(الصحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد 6750)،4 إبريل، 2012.

[2]. أحمد عاشور ،**نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي** ، مقالة على الكترونية على موقع :
http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html

– تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي وقنوات الإعلام التقليدية[1].

[1].قينان عبد الله الغامدي،مرجع سابق الذكر، ص17.16

الفصل الثاني

الإعلام الإلكتروني و أوجه التأثير

على الصحف المكتوبة

تمهيد :

ترصد دراسة **مارك ديوز** الفرق بين الصحف الالكترونية و الصحف التقليدية الورقية حيث انتهت إلى إن الانترنت غيرت من المفهوم التقليدي لصحافة فقد كان الصحفي يختار و يقرر ما يحتاجه القراء من أخبار ومعلومات وتحول الأمر في عصر الويب إلى تمكين الجمهور من تخطي الصحفي في بحثه عن المعلومات وظهور مفهوم صحافة المواطن أو الصحفي المواطن [1] ، حيث أصبح الجمهور يصل إلى المعلومة بسهولة ويصنع الحدث بنفسه وانحصر دور الصحفي في المؤسسة الإعلامية في البحث ما وراء الخبر بنسب كبيرة مقارنة بالبحث عن المعلومة

واستهدفت دراسة **ألفنس بالتس** [2] ،استعراض المجالات المالية و الاقتصادية للطبعات الالكترونية للصحف الورقية حيث انطلقت فرضية الدراسة من إن مجانية الإعلام الالكتروني تشكل خطر كبير جدا من حيث تقليل الطلب على الصحف الورقية وهو ما يؤدي إلى خسائر مادية كبيرة، و كمثال على ذلك نجد العديد من الصحف في الجزائر التي تراجعت عن تنزيل النسخة الالكترونية قبل توزيع النسخة الورقية بعد الخسائر الكبيرة التي تكبدتها .

[1] .Mark Deuze,journalism and the web ; an analysis of skills and standards in an onlaine environment gazette , vol ,61,no 5,1999,pp,373, 390

[2] .Alphons jhone balts ,onlin technology and the ohio news papier compang ;stratigic medea economic decisions ,PHD thesis ,bowling green state university , 2003

المبحث الأول : الإعلام الالكتروني شكلاً و مضموناً

بعد الانتشار الواسع الذي شهده الإعلام الالكتروني اشتدت المنافسة في عالم الصحافة خصوصا بين هذا الأخير الذي تصدر كل وسائل الإعلام وبين الصحف الورقية التي تسعى من أجل الحفاظ على مكانتها وجماهيرها ، لكن الإعلام الالكتروني ومع التطورات التي لحقت بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات التي تعتبر بمثابة الدعامة له أصبح يستحوذ على أعداد هائلة من الجماهير وحتى متتبعي وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تنحاز إليه نتيجة لعدة عوامل ، أثر الإعلام الالكتروني من نواحي عدة على وسائل الإعلام التقليدية خصوصا الصحف المطبوعة وهو ما سنتطرق له فيما يلي :

أولا : تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورق

إن قدرة الإعلام الإلكتروني على تفعيل عناصر الملتيميديا وتدعيم القصص الخبرية لملفات متعددة الوسائط وهذا الأمر غير متوافر في الصحف الورقية ، إلا أن فهم طرق توظيف عناصر الملتيميديا ما زال محدوداً في الإعلام الإلكتروني كما أن استخدام عناصر الملتيميديا يجعل المواد الإعلامية أشبه بالمواد المذاعة أو التي يتم بثها عبر الراديو أو التلفزيون وهو ما يفقد الجريدة خصوصيتها كما أن ذلك سيخلق تنافساً بين المؤسسات الصحفية ومقدمي الخدمات الصوتية والفيديوية عبر الانترنت مثل محطات الراديو[1].

الوسائط المتعددة: Multimédia

هو لفظ يستخدم للتطبيقات المتضمنة تجميعا من أشكال الوسائل/الوسائط مثل: الفيديو والصوت والنص والرسومات والحركة[2] ، وقد ساعدت هذه التقنية الجديدة المشاهد على اجتياز العائق اللغوي فوفرت له الترجمة أو الكتابة الإلكترونية لمختلف البرامج السمعية البصرية [3].

---

[1] .الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ،
https://palestine medea .word press .com ,le 25.02.2016/ a 9h .

[2] . محمد محمد الهادي، **تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات** : مع معجم شارح للمصطلحات، ط 1،(المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001)، ص 332.

[3] . Francis balle, **lexique d'information communication**, 1ere édition, dalloz. p-272

كما يشير مصطلح الوسائط المتعددة " إلى مجموعة من التكنولوجيات التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة (صوت، صور، نصوص، الخ) لكن هذا لتعريف غير كاف، لأن هذه التكنولوجيات ترتبط فيما بينها برابط معلوماتي، من هذا المعنى، يمكن تعريف الوسائط المتعددة على أنها أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة أو بالأحرى اندماجها بفضل المعلوماتية[1].

أن هذا المصطلح دخل إلى القاموس سنة 1993-1994، ويشير إلى أو وسيلة الاتصال الواحدة في عصر مجتمع المعلومات تتضمن عدة وسائل في الوقت ذاته، فهي تتضمن الصوت والصورة المتحركة والثابتة والنص المكتوب[2].

ويشتمل نظام الوسائط المتعددة على مجموعة تطبيقات على الحاسوب التي يمكنها تخزين الأغراض بأشكال متعددة تحتوي على النصوص والأصوات والرسومات والصور الثابتة والمتحركة، واستخدام وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقا لمسارات يتحكم فيها المستخدم[3].

وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الإعلام الالكتروني إلى نوعين هما:

الرسوم المتحركة الديناميكية:

وتتغير من عدد لآخر وفقاً لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحفية وبصفة عامة يستخدمها الإعلام الإلكتروني لتحقيق ما يلي :

1-عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية.

2-عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين أو معلومة ما مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة ، أو عرض صور لاعبي كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.

3-عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية والتي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلى أسفل.

4-جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

---

[1]. ميشال أنيولا، **الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية** ، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط 1، (دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004) ،ص 19-20.

[2]. محمد لعقاب، **وسائل الاعلام والاتصال الرقمية**، (دار هومة، الجزائر، 2007)، ص 11.

[3]. توماس ج.م، بيرك وماكسويل ليمان، **تقنيات الاتصال وتدفق المعلومات** ، ترجمة حشمة محمد علي،(الرياض، 1993)، ص 12.

الرسوم المتحركة الثابتة:

وهى ثابتة في كل أشكال الإعلام الالكتروني ، ويستخدم هذا النوع في تحقيق بعض الأدوار التالية:

1-تثبيت شخصية الموقع على الشبكة عن طريق تمييزه برسم معين يميزه عن غيره من باقي المواقع الموجودة على الشبكة.

2-جذب انتباه القارئ أو المتصفح .

3-المساعدة على التذكر.

4-خلق انطباع معين لدى القراء [1].

ثانيا : تأثير الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية:

1.من حيث كم المحتوى المقدمContent :

للإعلام الإلكترونية قدرة هائلة على نشر كميات كبيرة من المحتوى غير محددة في ذلك بقيود المساحة أو وقت النشر، كما أن الخدمة الأرشيفية التي يتيحها من الخدمات المضاعفة له من حيث كم المحتوى عن الصحف الورقية.

2.من حيث سرعة الوصولAccessibility :

يمتاز الإعلام الالكتروني عن الصحف الورقية في ان إمكانية الوصول السهل له يكون في أي مكان وفي أي وقت، أما الصحف الورقية فلها أماكن بيع محددة وأوقات محددة لشرائها فهي قابلة للنفاذ إلا أن الإعلام الإلكترونية كي يتم قراءته لابد من توافر جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت وهذا ما يجعل في أمر الوصول له بعض الصعوبات في حالة انقطاع الشبكة أو بطء تحميلها أو إصابة جهاز الكمبيوتر بفيروس يستلزم إعادة تثبيت برامج التشغيل[2].

3.الفورية على شبكة الانترنت Immediacy :

يمكن للإعلام الإلكتروني أن يقدم تغطية مباشرة وشاملة للأحداث بشكل آني خلال 24 ساعة ، وهو الأمر الذي يصعب بالنسبة للصحف الورقية حيث يتطلب الأمر إصدار طبعة جديدة من الصحف أو الانتظار لليوم التالي، وقد لاحظت الجمعية العالمية للجرائد لدول أوروبا الخمسة عشر أنه بالرغم من

[1].2. الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ، المرجع سابق الذكر .

أن المجلات هي أكثر عدداً من الصحف اليومية إلا أنه على الانترنت فإن الصحف استطاعت أن تنسجم بسهولة مع ذلك الحامل الجديد وربما يرجع ذلك لأن سرعة شبكة الإنترنت قريبة من الثقافة الصحفية التي تعتمد كلياً على سرعة نقل الحدث.

وقد أوضحت Patricia and others أن المنافسه الشديده بين المواقع والاشكال الإلكترونية ككل لتقديم المعلومات لحظة بلحظة لم تجعل هناك وقت للتأكد من دقة المعلومات.

5.الوصلات الافتراضيةHyper linking :

وهي أحد الأجزاء الأساسية المميزة للشبكة العنكبوتية حتى أن اسم الشبكة نفسه يوحى بالتداخلية Interconnectivity بين العديد من المواقع، وتتيح الوصلات الافتراضية لمستخدم الإعلام الالكتروني الانتقال بين محتوى متنوع ومختلف والانتقال من قراءة مختصرات إلى قراءة التفاصيل بل تمكن هذه الوصلات المستخدم من التعرف على الخلفيات التاريخية للأحداث .

ويمكن أن نقول أن أهم العوامل التي ميزت الإعلام الالكتروني على الصحف المطبوعة من حيث الشكل و المضمون هي نفسها ما أثر على الصحف المطبوعة من حيث الاستحواذ على جمهور هذه الأخيرة وجعلها تحت ضغط المنافسة ومحاولة البقاء ومواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها قطاع الإعلام [1].

ويمكن تلخيص هذه المييزات فيما يلي :

-الفورية أو الاليكترونية على شبكة الانترنت: online

-التحديث المستمر للمضمون المقدم : Updating

-النشر على نطاق عالمي واسع:Global Reach

-استخدام الوسائط المتعددة: Multimedia

-التفاعلية: Interactivity

-التفتيت أو اللاجماهيرية:Demassification

[1]. الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ،المرجع سابق الذكر .

-قابلية التحويل:Changability

-الصور المتنوعة لتقديم الموضوع على الإنترنت[1].

-توفر كما ضخما من المعلومات.

-توفر فرصا للوصول إلى مجالات شديدة التخصص تخدم مجموعات محددة من القراء.

-المساحة لا تشكل مشكلة بالنسبة للإعلام الالكترونية فهي أشبه بالفضاء اللا محدود بعكس الصحيفة المطبوعة المحدودة بعدد معين من الصفحات.

-المعلومات المنشورة على الانترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالإعلام الالكترونية يشكل وسيلة إعلامية انسيابية متحركة دائمة التبدل والتجدد.

-تكاليف المادة الالكترونية وإعدادها ونشرها أقل بكثير من المادة المطبوعة.

-السرعة أو الاليكترونية على شبكة الانترنت في نقل المعلومات والأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بطبعات قليلة ومعينة قابلة للتحديث، (الفورية أو الاليكترونية على شبكة الانترنت : online).

-توفر الإعلام الالكتروني إمكانية التفاعل المباشر بين القارئ والمسئولين في الصحيفة أو الكتاب.

-توفر الإعلام الالكتروني خدمات الأرشيف أو الرجوع إلى مركز المعلومات بكل سهولة ويسر،(الأرشيف الإلكتروني الفوري.Web Based Archive).

-يقدم الإعلام الالكتروني خدمات الربط لمواقع أخرى ذات العلاقة، (القدرة على الربط بين عناصر متعددة داخل هيكل المعلوماتLinkage).

-الحضور العالمي حيث لا توجد عقبات جغرافية تعترض الإعلام الالكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوفر فيه متطلبات الانترنت في حين أن الصحيفة مرتبطة بعمليات توزيع ونقل وشحن معقدة ومكلفة.

-توفر الإعلام الالكتروني على مدار الساعة حيث يتمكن المتصفح الاطلاع في أي وقت يشاء دون الرضوخ لعامل الزمن أو التوقيت في حين الصحيفة المطبوعة موجودة في مواعيد محددة وتطبع نسخا محددة وتوزع في مساحة محددة[2].

---

[1]. إيناس محمد مسعد فهمى سرج ،**أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الصحافة ، كلية الاعلام جامعة القاهرة ، 2005، ص 261-271.

[2]. الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ،المرجع سابق الذكر .

المبحث الثاني : النص الفائق والتفاعلية ودورهما في انتشار الإعلام الالكتروني

عرف الإعلام الالكتروني انتشارا كبيرا في وقت جد قصير ، مقارنة بباقي الوسائل الإعلامية الأخرى باعتباره ابرز مظاهر الإعلام المعاصر ولعل هذا الانتشار يرجع إلى عدة عوامل من أبرازها الوسائط المتعددة والتفاعلية .

أولا : النص الفائق "hyper texte"

الإنترنت تحتوى على خصائص النص الفائق و الذي يشير إلى الربط الديناميكي بين الأفكار أو أجزاء وفيرة من المعلومات توجد في الوثيقة مع الأفكار أو الأجزاء الوفيرة من المعلومات التي توجد في وثائق أخرى مع السماح بسيطرة القارئ على المادة المدونة , فالقارئ مع هذه التقنية يكون حرا في متابعة الأفكار التي تقترن مع النص بواسطة التفريع إلى مواد ذات علاقة أو ذات طبيعة تكميلية للنص الأصلي مكونات نظام النص الفائق:

يتكون نظام الهيبر تكست من ثلاث عناصر هي :

-قاعدة بيانات بالنص " العقد النصية " و هي مجموعة من العقد النصية التي تمثل المحتوى الأساسي.

-شبكة الدلالة اللفظية التي تربط العناصر في النص , وهى شبكة من العلاقات الموضوعية أو الروابط التي تربط مجموعة من الكلمات أو المصطلحات المختارة حيث تستخدم هذه الكلمات كأدوات ربط أو عقد نصية تربط نص بأخر و أحيانا تسمي بالنقاط الساخنة.

-أدوات التصفح و التي تمكن المستفيد من التفاعل مع النظام بطريقة سهلة و سريعة من خلال الماوس Mouse[1] .

الفوائد التي يحصل عليها المستفيد من خلال التعامل مع النص الفائق :

* أن يكون هناك مرونة عالية في التعامل مع النص و سهولة في الحصول على ما يناسبه من معلومات بشكل مباشر

[1]. فاطمة الزهراء أحمد ، تأثير **استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي** ، دراسة تحليلية مقارنة لتقييم ثراء المحتوى الإخباري في المواقع المصرية و العربية و الدولية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الصحافة، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2007، ص 175-178.

*توفر للمستخدم إمكانية التوسع في البحث و الحصول على معلومات اشمل و عدم التقيد بمجال محدد للبحث

* سهولة التراجع و العودة إلى نقطة البداية .

*و جود النقاط الساخنة Hot Points يعطى للمستخدم فكرة دقيقة عن الترابط الموضوعي بين المفاهيم و المداخل المختلفة مما يؤدى إلي فتح مجال البحث بشكل أوسع و أكثر دقة.

*تعطى هذه الوصلات حرية للمستخدم في الحصول على معلومات حول موضوع ما سواء كانت معلومات تفصيلية أو مختصرة.

*أن النص الفائق يلخص condense المعلومات في مستويات مختلفة والتي تساعد في تحميل الصفحة.

*أن النص الفائق يقدم المعلومات وفق احتياج القارئ.

*أن النص الفائق يعرض عدد من التقنيات المرئية والمسموعةvisual and auditory mechanisms التي تستخدم لتحسين فهم النص.

*يقوم النص الفائق بتكسير النص إلى وحدات صغيرة عندما يكون النص كبير الحجم[1].

الفرق بين الهايبر تكست والهايبر ميديا والهايبر لينك:

الهايبرتكست Hypertext هي أساليب عرض المستندات على أجهزة الكمبيوتر التي تتضمن إشارات مرجعية أو روابط إلى أجزاء أخرى من هذا المستند أو مستندات أخرى.

أما الهايبرميديا Hyperrmedia فهي تلك الوصلات التي تسمح لك بمشاهدة الصور والقطات الفيديو الحية ،والاستماع إلى الأصوات أو هي الشغل غير الخطى لتصميم المعلومات التي تستخدم فيها الوسائط المتعددة ، وقد أكد Rogers أنه كي يطلق على الوصلة Hypermedia لابد من وجود مسارات داخل النظام تتيح للمستخدم أن يتجول فيها بحرية داخل حيز المعلومات[2].

أما الهايبرلينك Hyperlinkفهي تلك الوصلات الموجودة في صفحات الويب بالإضافة إلى أنها قد تنقلك إلى جزء آخر داخل نفس الملف أو إلى ملف آخر داخل نفس الكمبيوتر المضيف Host Computerفإنها أيضاً قد تنقلك إلى كمبيوتر آخر مضيف.

---

[1]. الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ،المرجع سابق الذكر.

[2]. هند أحمد بداري ، **تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة علي علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة** رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الصحافة، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2006، ص 412-355.

علاقة الهيبرتكست بالمحتوى الخبري:

تعتبر خاصية الهيبرتكست أو الوصلات الافتراضية من السمات الهامة التي تسهم في جودة المحتوى الخبري ، فعن طريقها يتم ربط المستخدم بالأرشيف و ربطة بمواقع أخرى مما يسهم في إثراء المحتوى الخبري.

و يوجد العديد من أشكال الهيبرلينك " HyperLink " أو الوصلات الافتراضية والتي يمكن تصنيفها وفقا للخدمات الأخبارية التي تسهم في تقديمها وهي :

-الوصلات الداخلية، وهى تصل الموقع بالقصص الأخبارية المعروضة في هذا الموقع و التي تصل أشكال المحتوى المختلفة بعضها ببعض .

-الوصلات النصف داخلية و هي التي تصل إلى المواد المقدمة من خلال المشتركين سواء كانت الإعلانات أو الأفراد .

-الوصلات الخارجية و هي وصلات لمواقع المؤسسات المشار لها في القصة الإخبارية .

-وصلات خارجية إلى خدمات إخبارية أخرى .

-وصلات متعلقة بخدمات غير ربحية تقدمها الصحيفة .

ثانيا : التفاعلية "Interactivity"

يتسم الإعلام الإلكتروني بقدرته على توفير قدر كبير من التفاعل بينه وبين مستخدميه وهو الأمر الأكثر صعوبة في حالة الصحف الورقية حيث يتيح الإعلام الإلكتروني هذا التفاعل سواء بالتعليق على الموضوعات أو التراسل مع مقدمي الخدمات الإخبارية بالموقع أو االدردشة وما تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي.

مفهوم التفاعلية :

إن كلمة التفاعلية (Interactivité) مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني ، أي من الكلمة السابقة (Inter) وتعني بين أو فيما بين، ومن الكلمة (activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه، عندما يترجم مصطلح التفاعلية (L'interactivité) من اللاتينية ، فيكون معناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفلعل بين اثنين[1].

[1]. سمير محمد حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي**، بحوث الإعلام، ط2، (عالم الكتاب، بيروت 1995).

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، يتم من خلال الاتصال بين شخصين، إذن فهي فعل اتصالي قديم، لكن مفهوم التفاعلية، في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة، فيعتبر حديث العهد نسبيا و وليد العلاقات بين الناس و الآلات[1].

و لقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم »التفاعلية« في بداية التسعينيات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية.

الآليات التفاعلية المتاحة لمستخدمي الإعلام الاليكتروني:

وتمثلت فيما يلي :

-البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة.

-جماعات النقاش .

-تزويد المستخدم بالبريد الخاص لمحرري الموضوعات المختلفة.

-الاستطلاعات الاليكترونية على شبكة الانترنت للرأي العام.

-النشرات الإلكترونية التي يبدي المستخدمين من خلالها على آرائهم.

-تبادل رسائل إلكترونية مع الأشخاص الذين يرتبطون بموضع الحدث.

-الانتقال لمواقع أخرى تنشر معلومات تفصيلية عن الموضوع المنشور في الصحيفة.

- مدى وجود إمكانية للاشتراك في النشرات الإلكترونية.

-إمكانية وجود اشتراك في جماعات النقاش.

-شبكات التواصل الاجتماعي .

-المدونات و التويتر[2].

[1]. سوزان القليني، هبة الله السمرى، **التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**،(دار النهضة العربية ، القاهرة، 1998).

[2]. الأكادمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ،المرجع سابق الذكر.

الفصل الثالث

تحليل البيانات و نتائج الدراسة

مقدمة:

تعتبر الدراسة الميدانية مكملة للدراسة النظرية في إجراء البحوث الاجتماعية، حيث تساعد الباحث للوصول إلى نتائج وحقائق وتفسر توضح وتكشف عن تساؤلات البحث، وبالتالي تبين صحة أو خطأ فرضيات الدراسة.

ونعرض في هذا الفصل: البيانات التي تضمنتها الاستمارات، والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها لنخلص في آخر هذا الفصل إلى نتائج الدراسة .

1- تحليل بيانات الدراسة حسب متغيرات البحث:

جدول رقم (1) : يمثل توزيع العينة حسب تخصص الصحفي الممارس

المتغير / التكرار	التكرار	النسبة %
سياسي	28	46.66
رياضي	18	30
ثقافي	3	5
دولي	6	10
مجتمع	2	3.33
وطني	2	3.33
اقتصادي	1	1.66

نلاحظ أن النسبة الأكبر من العينة تعمل في القسم الصحفي حيث بلغت نسبة العاملين في المجال السياسي 46.66 % ،وتلتها نسبة الصحفيين العاملين في القسم الرياضي والتي قدرت ب 30 %،جاءت بعدها نسبة الصحفيين العاملين في القسم الدولي ب 10 % ،تلتها نسبة العاملين في القسم الثقافي ب 5 %، وتساوت نسبتي العاملين في القسمين الوطني و المجتمع ب 3.33 %، وجاءت نسبة العاملين في القسم الاقتصادي كأقل نسبة والتي قدرت ب 1.66%.

جدول رقم (2) يمثل تقسيم أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية

المتغير / التكرار	التكرار	النسبة %
اقل من 3 سنوات	12	20
من 3 إلى 10 سنوات	33	55
من 10 فأكثر	15	25

أغلب صحفيي العينة يمتلكون خبرة مهنية متوسطة تتراوح بين 3و 10 سنوات حيث قدرت النسبة ب55 %، تلتها نسبة الصحفيين الأكثر خبرة بنسبة 25 %، ثم جاءت نسبة الصحفيين الأقل خبرة والتي قدرت ب 20 %.

تحليل الدراسة حسب المتغيرات

جدول رقم (3) : يبين استعمال الإعلام الالكتروني لدى أفراد العينة

	القسم الصحفي																الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
دائما	19	67.85	14	77.77	3	100	4	66.66	1	50	2	100	1	100	10	83.33	29	87.87	11	73.33
أحيانا	8	28.57	4	22.22	0	0	2	33.33	0	0	0	0	0	0	2	16.66	3	9.09	4	26.66
نادرا	1	3.57	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	0	0	1	3.03	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسبة الصحفيين المتابعين للإعلام الالكتروني حسب مدى التعرض حيث جاءت نسبة الصحفيين المتابعين بشكل دائم للإعلام الالكتروني 67.85%، في حين نسبة المتابعين بشكل غير دائم بلغت 28.57 %، وجاءت نسبة المتابعين بشكل نادر 3.57%.

وبالنسبة للقسم الرياضي جاءت نسبة الصحفيين المتابعين للإعلام الالكتروني بشكل دائم 77.77 %، في حين أن نسبة الصحفيين المتابعين بشكل غير دائم قدرت ب 22.22%.

وانقسمت نسبة صحفيي القسم الدولي على شاطرين 50%دائما و 50%، في حين جاءت نسبة صحفيي القسم الثقافي و الوطني والاقتصادي مكتملة بنسبة 100%للمتابعة والتعرض الدائم .

وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين المتوسطي الخبرة المتابعين بشكل دائم للإعلام الالكتروني بلغت 87.87 %، في حين قدرت نسبة المتابعين بشكل غير دائم 9.09 %، وقدر عدد المتابعين في الحالات النادرة ب 3.03 %.

وبالنسبة للصحفيين المبتدئين فقد جاءت نسبة المتابعين بشكل دائم 83.33%، وجاءت نسبة المتابعين بشكل غير دائم 16.66%.

وبالنسبة لصحفيي الخبرة نجد أن نسبة المتابعين بشكل دائم بلغت 77.33 %، والمتابعون بشكل غير دائم 26.66 %.

التحليل الكيفي :

جاءت نسبة التعرض للإعلام الالكتروني من قبل صحفيي القسم السياسي بنسبة 67% بشكل دائم وهذا يرجع إلى التدفق الإعلامي الالكتروني الكبير ما جعل هذا النوع من الإعلام مصدرا أساسيا في تداول المعلومة الصحفية السياسية ، وجاءت نسبة التعرض من قبل صحفي القسم الرياضي على نحو 77 %بشكل دائم على أساس ريادة هذا المجال من الإعلام بالنسبة للإعلام الرياضي فأصبح تداول

المعلومة الرياضية الكترونيا يشكا أهمية بالغة ويساهم في صناعة الرأي العام الرياضي فضلا عن السرعة الهائلة في تقديم الخبر .

وبالنسبة لصحفي القسم الاجتماعي والدولي فقد اقتربت النسبة من المتوسط وهذا يرجع إلى سهولة تداول القضايا الاجتماعية من الواقع المعاش ،أما الدولي فقد جاءت النسبة بشكل غير متوقع لان اغلب الصحف تعتمد في صياغة الأخبار الدولية على وكالات الأنباء العالمية ،وهذا على عكس صحفيي كل من القسمين الثقافي والاقتصادي التي بلغت نسبتها 100% لان هذا النوع من الإعلام يحتاج في ممارسته لخبراء في المجالين وهو ما لا يتوفر في اغلب الصحف التي تعتمد في توفير المعلومة الاقتصادية والثقافية على مقالات محددة في الإعلام الالكتروني، أما بالنسبة للقسم الوطني فان النسبة جاءت مكتملة على أساس استخدام الصحف الوطنية لوكالات الإنباء الجزائرية .أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فقد جاءت نسبة المتابعة الدائمة للإعلام الالكتروني هي الأبرز والأكثر بالغالبية الساحقة على أساس أن الإعلام الالكتروني أصبح مصدر أساسي في الحصول على المعلومة وتفاوتت النسب حسب الخبرة المهنية ، بحيث جاءت نسبة المتمرسين في الإعلام اقل نسبة نضرا لقدم هذا الجيل وكبره في السن مقارنة بالمتوسطين وقليلي الخبرة وجاءت نسبة قليلي الخبرة اقل من المتوسط على أساس وجوب احتكاكهم بالعمل الميداني .

جدول رقم (4) :يبين شكل الإعلام الالكتروني المستعمل من قبل عينة البحث

المتغير	القسم الصحفي																الخبرة المهنية					
	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
المواقع الإخبارية	23	82.14	17	94.44	3	100	6	100	1	50	1	50	1	100	5	41.66	21	63.63	5	33.33
مواقع التواصل الاجتماعي	5	17.85	1	5.55	0	0	0	0	1	50	1	50	0	0	4	33.33	9	27.27	7	46.66
المدونات	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3.03	2	13.33
أخر	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	25	2	6.06	1	6.66
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب الصحفيين المستخدمين للإعلام الالكتروني بحسب الشكل بحيث جاءت نسبة الصحفيين السياسيين المستخدمين للمواقع الإخبارية 82.14 % و المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت 17.85 %، وبالنسبة للقسم الرياضي جاءت نسبة الصحفيين المستخدمين للمواقع الإخبارية 94.44 %في حين أن نسبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بلغت 5.55 .

وانقسمت نسبة صحفيي القسمين الدولي والوطني إلى شطرين 50 %مواقع إخبارية و 50% مواقع التواصل الاجتماعي في حين جاءت نسبة صحفيي القسم الثقافي والاقتصادي والاجتماعي مكتملة 100 % لاستخدام المواقع الإخبارية ،هذا بالنسبة لمتغير التخصص أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة المستخدمين للمواقع الإخبارية قدرت ب 41.66 %أما مستخدمو لمواقع التواصل الاجتماعي فقد قدرت ب 33.33% في حين جاءت نسبة 25% لتمثل مستعملين الأشكال الأخرى من الإعلام الالكتروني .

وبالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة المستخدمين للمواقع الإخبارية فقد قدرت نسبة الاستخدام ب 63.63 %وإما مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي فقد مثلتهم نسبة 27.27%، وقدرت نسبة مستخدمي المدونات ب 3.03%،والمستخدمون لأشكال أخرى من الإعلام الالكتروني 6.06%، وأما بالنسبة للصحفي الأكثر خبرة فقد جاءت نسبة استخدامهم للمواقع الإخبارية 33.33%، ونسبة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ب 46.66% ، ونسبة استخدامهم للمدونات 13.33% ، واستخدامهم للأشكال الأخرى قدرت ب 6.66% .

التحليل الكيفي:

جاءت نسبة المواقع الالكترونية المستخدمة في كل الأقسام هي النسبة الأبرز والأكبر لان الهدف من استعمال الإعلام الكتروني من قبل الصحفيين هو الحصول على المعلومة والخبر الصحفي ،وما لفت انتباهنا هو عدم تواجد نسبة من الصحفيين المتابعين للمدونات والإشكال الأخرى من الإعلام الالكتروني وهذا راجع أساسا لعدم مصداقية المعلومة الالكترونية في المدونات كما أن غالبيتها تعنى بالمواضيع الفكرية والعلمية .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فقد جاءت نسبة الصحفيين المتوسطي والقللي الخبرة هي الأبرز وذلك لغاية الحصول على المعلومة و السبق الصحفي وجاءت نسبة الصحفيين المتابعين للمواقع التواصل الاجتماعي هي الأكبر مقارنة بمتابعة المواقع الإخبارية وهذا راجع أساسا لطبيعة المناصب التي يشغلونها وكذا عدم اعتمادهم على الإعلام الالكتروني في الحصول على المعلومة .

جدول رقم (5): يبين الأماكن التي يستعمل فيها الصحفيون الإعلام الالكتروني

	القسم الصحفي																الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
المنزل	4	14.28	4	22.22	1	33.33	3	50	1	50	0	0	0	0	3	25	6	18.18	6	40
مقر العمل	22	78.57	14	77.77	2	66.66	3	50	1	50	1	50	1	100	7	58.33	25	75.75	9	60
العمل الميداني	2	7.14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8.33	2	6.06	0	0
فضاء الانترنت	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	8.33	0	0	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسبة الصحفيين المستخدمين للإعلام الالكتروني حسب الأماكن حيث جاءت نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يستخدمونه في منازلهم 14.28%أما بالنسبة للذين يستخدمونه داخل مقر العمل 78.57%أما أثناء العمل الميداني 7.14 %أما بالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد جاءت نسبة استخدامهم للإعلام الإلكتروني في المنزل 22.22% وجاءت نسبة 77.77% لتمثل نسبة استخدامهم له داخل مقر العمل وجاءت نسبة 33.33 %لتمثل نسبة صحفيي القسم الرياضي الذين يستخدمونه في المنزل وقُدّرت نسبة الصحفيين الذين يستخدمونه داخل مقر العمل ب 66.66%، هذا وانقسمت نسبة صحفيي كل من القسم الاجتماعي والقسم الدولي 50 %داخل مقر العمل و 50 %في المنزل وانقسمت نسبة صحفيي القسم الوطني بالتساوي 50% داخل مقر العمل و 50 %في فضاءات الانترنت واكتملت نسبة صحفيي القسم الاقتصادي 100% داخل مقر العمل .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين يستخدمون الإعلام في المنزل 25 %أما داخل مقر العلم فقد قدرت ب 58.33 %وجاءت نسبة 8.33 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين يستخدمونه أثناء العمل الميداني ومثلها في فضاءات الانترنت، أما بالنسبة للصحفيين متوسطي الخبرة فجاءت النسب كالآتي 18.18% بالنسبة لاستخدامه داخل المنزل 75.75% بالنسبة للاستخدام داخل مقر العمل و 6.06%أثناء العمل وبالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فقد جاءت نسبة الاستخدام داخل المنزل 40% وداخل مقر العمل.

التحليل الكيفي:

جاءت النسب كلها بالنسبة للمتغيرين فوق المتوسط في استخدام الإعلام الإلكتروني داخل مقر العمل وهذا يمكن أن يُفسّر بطبيعة استعمال الإعلام الإلكتروني لأهداف أو غايات مهنية ، و أيضا لتوفر خدمة الانترنت داخل كل المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

جدول رقم (6): يبين الفترة الزمنية التي يستعمل فيها الإعلام الالكتروني

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
صباحا	16	57.14	5	27.77	2	66.66	4	66.66	1	50	1	50	1	100	7	58.33	14	42.42	2	13.33
مساءا	5	17.85	4	22.22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	16.66	6	18.18	5	33.33
ليلا	7	25	9	50	1	33.33	2	33.33	1	50	1	50	0	0	3	25	13	39.39	8	53.33
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول استخدام الصحفيين للإعلام الإلكتروني حسب الفترات الزمنية حيث تمثل نسبة 57.14 %نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يستخدمونه صباحا و 17.85 %بالنسبة للذين يستخدمونه مساء و 25 %ليلا وبالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد جاءت 27.77 %لتمثل نسبة الصحفية التي يستخدمونه صباحا أما نسبة 22.22 %جاءت لتمثل نسبة الصحفيين الذين يستخدمونه مساء أما بالنسبة الذين يستخدمونه ليلا 50%.

وجاءت 66.66 %لتمثل كل من صحفيي القسم الثقافي وقسم المجتمع الذين يستخدمون الإعلام الإلكتروني صباحا ونسبة 33.33 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين يستخدمونه ليلا، وانقسمت نسبة صحفيي القسم الدولي والقسم الوطني بالتساوي 50 %صباحا و 50 %ليلا واكتملت نسبة صحفيي القسم الاقتصادي 100 %بالنسبة لاستخدامهم للإعلام الإلكتروني صباحا.

وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فقد توزعت نسب الاستخدام كالآتي: بالنسبة للصحفيين الأقل خبرة الذين يستخدمونه صباحا قُدّرت ب 58.33% والذين يستخدمونه مساء 16.66 %وليلا 25 %.

بالنسبة للصحفيين متوسطي الخبرة فقد مثلت نسبة 42.42 %الصحفيين الذين يستخدمونه صباحا و18.18 %للصحفيين الذين يستخدمونه مساء و 39.39 %نسبة الصحفيين الذين يستخدمونه ليلا وبالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فقد قدرت نسبة الاستخدام صباحا ب 13.13 %ومساء ب 33.33 %وليلا 53.33 %.

التحليل الكيفي :

يستعمل أغلبية أفراد العينة حسب متغير التخصص الإعلام الإلكتروني في الفترة الصباحية وهذا مرتبط أساسا بطبيعة العمل في الصحافة المكتوبة أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية نجد أن الصحفيين ألقليلي والمتوسطي الخبرة يستعملون الإعلام الإلكتروني صباحا لدوافع مهنية أما بالنسبة الصحيين الذين تفوق خبرتهم المهنية عشر سنوات فجاءت نسبة استخدامهم للإعلام الإلكتروني في الفترة الصباحية قليلة بالنسبة للمسائية والليلية وهذا راجع لاستخدامهم للإعلام الإلكتروني لدوافع غير مهنية في الغالب.

جدول رقم (7): يبين الوسيلة المستخدمة في استعمال الإعلام الالكتروني

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
الحاسوب	19	67.85	7	38.88	2	66.66	2	33.33	1	50	1	50	1	100	5	41.66	18	54.54	6	40
الهاتف	9	32.14	7	38.88	1	33.33	3	50	0	0	0	0	0	0	3	25	7	21.21	8	53.33
اللوحات"إ"	0	0	4	22.22	0	0	1	16.66	1	50	1	50	0	0	4	33.33	8	24.24	1	6.66
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب استخدام الإعلام الإلكتروني حسب الوسيلة المستعملة حيث جاءت 67.85 %لتمثل نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يستخدمون الحاسوب و 32.14 %نسبة الصحفيين الذين يستخدمون الهاتف ، وبالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد جاءت النسب كالآتي: بالنسبة للصحفيين الذين يستخدمون الحاسوب 38.88 %ومثلها لاستخدام الهاتف بالنسبة لصحفيي نفس القسم و 22.22 %تمثل نسبة استخدامهم اللوحات الإلكترونية .

وبالنسبة لصحفيي القسم الثقافي فقد جاءت نسبة استخدامهم للحاسوب 66.66 % و 33.33 %لتمثل نسبة استخدام الهاتف وأما صحفيو قسم المجتمع فقد قدرت النسبة الخاصة باستخدام الحاسوب 33.33 %و50 %للصحفيين الذين يستخدمون الهاتف و 16.66 %بالنسبة للصحفيين الذين يستخدمون اللوحات الإلكترونية وبالنسبة لصحفيي القسم الدولي والوطني فقد انقسمت النسبة بين استخدام الحاسوب والهاتف 50%، واكتملت نسبة استخدام الحاسوب بالنسبة للقسم الاقتصادي وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة المستعملين للحاسوب قدرت ب 41.66 %والمستعملين للهاتف 25 %ومستعملي اللوحات الالكترونية 33.33 %أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة الذين يستعملون الحاسوب فقد جاءت 54.54 % أما مستعملي الهاتف فقد قدرت ب 21.21 %واللوحات الإلكترونية 24.24 %وجاءت نسبة الصحفيين الأكثر خبرة الذين يستخدمون الحاسوب 40 %والهاتف 53.33 %و 6.66 %بالنسبة للصحفيين الذين يستخدمون اللوحات الإلكترونية .

التحليل الكيفي :

جاء استخدام الحاسوب في المرتبة الأولى بالنسبة لجل الصحفيين حسب متغير التخصص لأن ممارسة العمل الصحفي تقتضي استخدام الحاسوب وهناك استثناء لصحفيي القسم الاجتماعي التي جاءت نسبة استخدام الهاتف فيها في التعرض للإعلام الإلكتروني أكبر من نسبة الحاسوب وهذا راجع أساسا لطبيعة الحجم المخصص للقسم الاجتماعي في كل الصحف والذي يعتبر قليل من ناحية المساحة والأهمية مقارنة بباقي الأقسام .

وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية جاءت النسب بالنسبة للصحفيين القليلى والمتوسطي الخبرة عالية بالنسبة لاستخدام الحاسوب لطبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب توفر هذا الجهاز وعلى العكس تماما جاءت نسبة الصحفيين الذين تفوق خبرتهم 10 سنوات عالية في استخدام الهاتف النقال بالنظر لطبيعة استخدام الإعلام الالكتروني غير المرتبط تماما بالعمل الصحفي في المؤسسة الإعلامية .

جدول رقم (8) : يبين نوع النشاط الإعلامي الأكثر انتشارا

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3 سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 سنوات فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
الإعلام الالكتروني	18	64.28	11	61.11	3	100	6	100	1	50	2	100	1	100	8	66.66	27	81.81	9	60
الصحف الورقية	10	35.71	7	38.88	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0	4	33.33	6	18.18	6	40
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسبة النشاط الإعلامي الأكثر انتشارا حسب النوع ، حيث جاءت نسبة الصحفيين السياسيين الذين يرون بأن الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا 64.28 %، و الذين يرون بان الصحف الورقية هي الأكثر انتشارا 35.71 %،في حين جاءت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يرون بان الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا 61.11 ،%والذين قالوا الصحف الورقية 38.28 %،واكتملت نسبة كل من صحفيي الأقسام التالية الثقافي ،الاجتماعي ،الوطني ،والاقتصادي 100 %الذين قالوا بان الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا ،وانقسم صحفيي القسم الدولي بالتساوي بين الإعلام الالكتروني والصحف الورقية.

هذا بالنسبة لمتغير التخصص ، أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين يرون بان الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا 66.66%في حين جاءت نسبة الصحفيين الذين يرون بان الصحف الورقية هي الأكثر انتشارا 33.33 %أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة فقد جاءت نسبة الصحفيين الذين يرون بان الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا 81.81 %في حين جاءت نسبة 18.18 لتمثل نسبة الصحفيين الذين يرون بان الصحف الورقية هي الأكثر انتشارا وبالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فنسبة 60 %جاءت لتمثل نسبة الصحفيين الذين يرون انتشار الإعلام الالكتروني في حين جاءت نسبة 40 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين يرون انتشار الصحف الورقية .

التحليل الكيفي:

حسب المتغيرين جاءت النسب تقترب من 100 %مع الرأي القائل أن الإعلام الالكتروني هو الأكثر انتشارا ونشاطا وهذا طبيعي ومشاهد في الواقع المعاش خاصة مع مواقع التواصل الاجتماعي والتي تؤدي دور التواصل والإعلام والإخبار.

جدول رقم (9) : يبين عوامل انتشار الإعلام الالكتروني لدى أفراد العينة

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
الرقمنة وشبكة الإنترنت	23	82.14	16	88.88	1	33.33	2	33.33	1	50	1	50	0	0	7	58.33	20	60.60	4	26.66
التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق	5	17.85	2	11.11	2	66.66	4	66.66	1	50	1	50	1	100	5	41.66	13	39.39	11	73.33
أخر	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب أسباب انتشار الإعلام الالكتروني حيث جاءت نسبة الصحفيين السياسيين الذين يرجعون انتشار الإعلام الالكتروني إلى عامل الرقمنة وشبكة الانترنت 82.14%و 17.85 %نسبة الصحفيين الذين يرجعون انتشاره إلى عامل التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق في حين جاءت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يرون بان الرقمنة وشبكة الانترنت هو العامل الأساسي للانتشار 88.88 %ونسبة 11.11%الذين يرون أن التفاعلية وخدمة التعاليق هي السبب في انتشار الإعلام الالكتروني، أما بالنسبة لصحفيي كل من القسم الثقافي والاجتماعي فنسبة 33.33%جاءت لتمثل نسبة الصحفيين الذين يرجعون انتشار الإعلام الالكتروني إلى الرقمنة وشبكة الانترنت ،و نسبة 66.66 %للذين يرجعون انتشاره للتفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق ،في حين انقسم صحفيي كل من القسم الدولي والوطني بالتساوي 50 %الرقمنة وشبكة الانترنت و 50 %التفاعلية وخدمة التعاليق والمشاركة واكتملت نسبة 100 %بالنسبة لصحفيي القسم الاقتصادي الذين يرون بان التفاعلية وخدمة التعاليق والمشاركة هي سبب الانتشار .

وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين يرون بان عامل انتشار الإعلام الالكتروني هو الرقمنة وشبكة الانترنت والتي قدرت ب 58.33 %ومثلت نسبة 41.66% الصحفيين الذين يرون بان عامل الانتشار هو التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق أما الصحفيين المتوسطي الخبرة الذين يرون بان الرقمنة وشبكة الانترنت هي عامل انتشار الإعلام الالكتروني فقد قدرت نسبتهم ب 60.60%والذين يرون بان التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق فقدرت نسبتهم ب 39.39% في حين أن الصحفيين الأكثر خبرة الذين يرون بان عامل الانتشار هو الرقمنة وشبكة الانترنت فقد قدرت نسبتهم 26.66 %وجاءت نسبة 73.73 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين يرون بان التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق هي سبب انتشار الإعلام الالكتروني .

التحليل الكيفي:

تباينت النسب في تحديد العامل الأساسي لانتشار الإعلام الالكتروني فالسياسيين والرياضيين ارجعوا ذلك إلى الرقمنة وشبكة الانترنت وهذا لطبيعة التخصص الممارس الذي يعتمد أساس على سرعة المعلومة في حين أن صحفيي القسم الثقافي والاجتماعي ارجعوا الآمر إلى التفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق وهذا راجع للتواصل والحركية الفكرية وتداول المعلومة ومشاركتها والتي تعد السمة البارزة في ممارسة النشاط الإعلامي لكلا القسمين .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فالصحفيون المتوسطي والقللي الخبرة ارجعوا ذلك للرقمنة وشبكة الانترنت وذلك يرجع أساس لطبيعته في ممارسة الصحافة من جانب الأخبار و الأعلام وقناعته الأساسية لأهمية سرعة نشر المعلومة أما بالنسبة لصحفيي الخبرة فقد ارجعوا ذلك للتفاعلية وخدمة المشاركة والتعاليق لان طبيعة استخدامهم للشبكة العنكبوتية و تأثرهم بها راجع إلى عامل التداول والمشاركة .

جدول رقم (10) : يبن أي الإعلاميين أفضل في مجال التصميم والإخراج (الشكل)

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
الصحف الورقية	11	39.25	11	61.11	1	33.33	3	50	1	50	2	100	1	100	5	41.66	22	66.66	3	20
أشكال الإعلام الالكتروني	17	60.71	7	38.88	2	66.66	3	50	1	50	0	0	0	0	7	58.33	11	33.33	12	80
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب الصحفيين الذين يفضلون أي من الشكلين الصحف الورقية أم أشكال الإعلام الالكتروني حسب التصميم والإخراج ،حيث جاءت نسبة الصحفيين السياسيين الذين يفضلون شكل الصحف الورقية 39.28 %و 60.71 %نسبة الذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني في حين جاءت نسبة 61.11 %لتمثل نسبة صحفيي القسم الرياضي الذين يفضلون شكل الصحف الورقية ونسبة 38.88 %للذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني أما بالنسبة لصحفيي القسم الثقافي فقد جاءت نسبة 33.33 %لتمثل الصحفيين الذين يفضلون شكل الصحف الورقية و 66.66 %نسبة الذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني في حين انقسمت نسبة صحفيي القسم الاجتماعي والدولي بالتساوي لكلا الشكلين و اكتملت نسبة 100 %بالنسبة لصحفيي القسم الوطني و الاقتصادي.

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد انأ الصحفيين الأقل خبرة الذين يفضلون أشكال الصحف الورقية قدرت نسبتهم ب 41.66 %والذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني 58.33 %في حين نجد أن نسبة الصحفيين المتوسطي الخبرة الذين يفضلون شكل الصحف الورقية جاءت 66.66 %والذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني قدرت ب 33.33 %أما بالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فنجد أن نسبة 20 %جاءت لتمثل الصحفيين الذين يفضلون شكل الصحف الورقية و 80%للذين يفضلون أشكال الإعلام الالكتروني .

التحليل الكيفي:

حسب متغير التخصص تباينت الآراء بين الشكل المفضل حيث رأى صحفيي القسم السياسي والثقافي أن شكل الإعلام الالكتروني هو الأفضل لقدم وسبق المواقع السياسة واعتماد المواقع الثقافية على الشكل كعامل رئيسي في التأثير حيث تم مراعاة الجانب الجمالي للمواقع مهم جدا بالنظر للخلفيات الفكرية لجمهور هذه المواقع .

وبالنسبة لصحفيي المواقع الرياضية فلم تكن هذه الأخيرة مؤثرة على صحفي القسم الرياضي مقارنة بالصحف أو الصفحات الرياضية التي تعتمد على جمالية الإخراج كعامل رئيسي في التأثير .

حسب متغير الخبرة المهنية جاءت نسبة الصحفيين القائلين بتفوق الشكل الالكتروني بالنسبة للصحفيين ألقليلي الخبرة الذين يهتمون بالجماليات في الإخراج والشكل الصحفي مقارنة بمتوسطي الخبرة وهذا لطبيعة تأثرهم بالتكوين الأكاديمي القريب من الناحية الزمنية ، أما الصحفيين الأكثر خبرة فان تفضيلهم لأشكال الإعلام الالكتروني لانبهارهم بهذا الشكل الجديد من الإخراج الذي يبتعد عن روتين إخراج الصحف الورقية .

جدول رقم (11) : يبين كيفية تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
حركية الصورة والعناوين والألوان	15	53.57	9	50	1	33.33	5	83.33	1	50	0	0	0	0	4	33.33	6	18.18	4	26.66
أنواع جديدة من الإخراج	7	25	2	11.11	0	0	1	16.66	1	50	0	0	1	100	6	50	18	54.54	8	53.33
المعالجة والتعامل مع النص الفائق	6	21.42	7	38.88	2	66.66	0	0	0	0	2	100	0	0	2	16.66	9	27.27	3	20
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية حيث نجد أن نسبة الصحفيين الذين يرون أن الإعلام الالكتروني اثر من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان قدرت ب 58.57%ومن حيث الأنواع الجديدة من الإخراج نجد نسبة 25 %ومن حيث المعالجة والتعامل مع النص الفائق 21.42 %أما بالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فجات النسب كالأتي: 50% من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان و 11.11 %من حيث الأنواع الجديدة من الإخراج و 38.88 %من حيث المعالجة والتعامل مع النص الفائق ،أما بالنسبة لصحفيي القسم الثقافي فنجد أن نسبة الصحفيين الذين يرون بان الإعلام الالكتروني اثر على الصحف الورقية من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان قدرت ب 33.33 %ونسبة 66.66 %المعالجة والتعامل مع النص الفائق، في حين أن صحفيي القسم الاجتماعي فان ون نسبة 83.33% منهم يرون أن التأثير كان من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان و 16.66 %من حيث الأنواع الجديدة من الإخراج أما صحفيي القسم الدولي فقد انقسمت النسبة بالتساوي بين حركية الصورة والعناوين و الألوان والأنواع الجديدة من الإخراج ،فيما يرى صحفيي القسم الوطني أن التأثير كان من حيث المعالجة والتعامل مع النص الفائق بنسبة 100 %وبالنسبة لصحفيي القسم الاقتصادي فقد اكتملت النسبة بالنسبة للتأثير من حيث الأنواع الجديدة من الإخراج .

وبالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فند أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة جاءت كالأتي: 33.33 %نسبة الصحفيون الذين يرون بان التأثير كان من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان، 50%نسبة التأثير من حيث الأنواع الجديدة من الإخراج، 16.66 %من حيث المعاجلة و التعامل مع النص الفائق ،أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة فقد مثلت نسبة 18.18 %نسبة الصحفيين الذين يرون بأن التأثير كان من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان و نسبة 54.54% من حيث الأنواع الجيدة من الإخراج، ونسبة 27.27 %من حيث المعاجلة والتعامل مع النص الفائق وبالنسبة لصحفيي الخبرة فنسبة 26.66 جاءت لتمثل نسبة الصحفيين الذين رأو أن التأثير هو من حيث حركية الصورة والعناوين والألوان ونسبة 53.33 %من حيث الأنواع الجديدة من الإخراج ونسبة 20 %من حيث المعالجة والتعامل مع النص الفائق.

التحليل الكيفي:

جاءت أغلبية النسب حسب متغير التخصص في رؤية تأثيرالإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية من خلال حركية الصورة والعناوين والألوان وهو عكس ماراه صحفيي القسم الثقافي والوطني حيث أن صحفيي القسم الثقافي قليلي التأثر بحركية الصورة والعناوين والألوان بالنظر إلىأن غالبية الصحف الثقافية تعتمد الأمر منذ القدم وعلى غير المتوقع جاءت النسبة كاملة لصحفي القسم الوطني الذين راو أنالتأثير يرتبط أساسا بالمعالجة والتعامل مع النص الفائق الذي يؤثر حتما لكن لا يبلغ حد تأثيره في الصورة العامة لصفحة القسم او الجريدة ككل .

أمابالنسبة لمتغير الخبرة المهنية جاء التفوق في التأثير على شكل الصحف الورقية لعامل خلق أنواع جديدة من الإخراج وهذا طبيعي بالنظر لاختلاف نمط الإخراج وتغييره جملة وتفصيلا بالمقارنة مع نهاية تسعينيات القرن الماضي كأقل تقدير .

جدول رقم (12): يبين كيفية تأثير الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
تقديم تفاصيل أكثر	6	21.42	5	27.77	0	0	3	50	0	0	0	0	0	0	0	0	8	24.24	3	20
فورية المعلومة	20	71.42	12	66.66	3	100	2	33.33	2	100	2	100	1	100	12	100	16	48.48	11	73.53
تقديم الخبر مرفق بمقاطع فيديو	2	7.14	0	0	0	0	1	16.66	0	0	0	0	0	0	0	0	4	12.12	1	6.66
إتاحة الروابط	0	0	1	5.55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	15.15	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول الكيفية التي اثر بها الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية حيث جاءت النتائج كمايلي :

حسب متغير التخصص:كان رأي أغلب صحفيي القسم السياسي فيما يخص التأثير من حيث فورية المعلومة حيث جاءت النسبة الممثلة لهذا العامل 71.42 %في حين جاءت نسبة المرجحين لعامل تقديم تفاصيل أكثر 21.42 %وبلغت نسبة صحفي هذا القسم القائلين بان التأثير راجع للوسائط المتعددة ومقاطع الفيديو بنسبة 7.14 %، وجاءت نتائج القسم الرياضي على نحو السياسي من ناحية الترتيب غير أن قيمة النسب اختلفت فجاءت نسبة عامل فورية المعلومة ب 66.66 %ونسبة عامل تقديم تفاصيل أكثر 27.77 %وعامل إتاحة الروابط ب 5.55% ،وبالنسبة لقسم المجتمع فقد جاءت نسبة 50 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين بان التأثير كان من حيث تقديم تفاصيل أكثر و نسبة 33.33%لعامل فورية المعلومة و نسبة 16.66%لعامل تقديم الخبر مرفق بمقاطع فيديو، أما الأقسام الأخرى دولي، وطني، اقتصادي فقد كانت النسبة كاملة للتأثير بسبب فورية المعلومة.

حسب متغير الخبرة المهنية :بالنسبة للصحفيين القليلي الخبرة جاءت النسبة كاملة لفورية المعلومة وقدرت نسبة الصحفيين متوسطي الخبرة المرجحين للتأثير على أساس فورية المعلومة 78.48%مقارنة بالقائلين أن التأثير جاء من حيث تقديم تفاصيل أكثر والتي قدرت نسبتهم ب 24.27 %وجاءت نسبة الصحفيين الذين قالوا أن التأثير يرجع إلى إرفاق الخبر بمقاطع فيديو 12.12 %أما بالنسبة لعامل إتاحة الروابط فبلغت نسبتها 15.15%، وبالنسبة لصحفيي الخبرة المهنية الكبيرة فقد ارجعوا الأمر في معظمه إلى فورية المعلومة وبلغت نسبتهم 73.53 %مقابل 20 %من الصحفيين الذين أكدوا أن الآمر يحتاج إلى تقديم تفاصيل أكثر أما الصحفيين الذين ربطوا الآمر بمقاطع الفيديو المرفقة فقد بلغت النسبة 6.66 %.

التحليل الكيفي:

جاءت النسب لجل الصحافيين في تأثيرالإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية متعلق أساس بفورية المعلومة وشكل صحفيو القسم الاجتماعي الاستثناء لان المعلومة المتعلقة بالظاهرة الاجتماعية تتلقى أساسا من الواقع الاجتماعي المعاش ويستخدم الإعلام الالكتروني للتحليل أكثر والاعتماد على نظريات اجتماعية ونفسية في تحليل الظاهرة الاجتماعية .

جدول رقم (13) : يبين مدى اعتبار الإعلام الالكتروني كمصدر للخبر

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
دائما	6	21.42	5	27.77	2	66.66	4	66.66	1	50	1	50	1	100	2	16.66	5	15.15	4	26
أحيانا	22	78.57	13	72.22	1	33.33	1	16.66	1	50	1	50	0	0	8	73.33	26	78.78	8	53.33
نادرا	0	0	0	0	0	0	1	16.66	0	0	0	0	0	0	2	16.66	2	6.06	3	20
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

حسب متغير التخصص : يبين الجدول نسبة اعتماد الصحفيين الإعلام الالكتروني كمصر للخبر حيث جاءت نسبة الصحفيين السياسيين الذين يعتمدون عليه دائما في الحصول على المعلومة 21.42 %ومثلت 78.57 %نسبة الإعلاميين الذين يعتمدون عليه أحيانا وبالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد مثلت27.77 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدون عليه دائما في حين جاءت نسبة الصحفيين الذين يعتمدون عليه بشكل غير دائم 72.57%أما بالنسبة لصحفي القسم الثقافي فقد مثلت 66.66 %نسبة اعتمادهم بشكل دائم و33.33%نسبة اعتمادهم بشكل غير دائم، أما صحفيي القسم الاجتماعي فقد مثلت 66.66 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدون عليه بشكل دائم و 16.66 %بشكل غير دائم و 16.66 %بشكل نادر ،أما صحفيي القسم الدولي والوطني فقد انقسمت النسبة بشكل متساوي بين استعماله بشكل دائم وبشكل غير دائم واكتملت النسبة لصحفيي القسم الاقتصادي الذين يعتمدون عليه بشكل دائم .

بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية : فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين يعتمدون على الإعلام الالكتروني كمصدر أساسي للخبر بشكل دائم قدرت ب 16.66 %في حين تمثلت نسبة 73.33 %الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل غير دائم أما نسبة 16.66% فقد مثلت الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل نادر ،أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة فقد مثلت 15.15 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل دائم و نسبة 78.78 %الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل غير دائم ومثلت 6.06 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل نادر ،أما بالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فقد مثلت 26.66 نسبة الصحفيين الذين يعتمدونه بشكل دائم و 53.53 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدون عليه أحيانا و 20 %نسبة الذين يعتمدون عليه نادرا.

التحليل الكيفي:

حسب متغير التخصص جاءت نسبة الصحفيين الذين راو أن الإعلام الالكتروني مصدر أساسي للإخبار في بعض الأحيان متقاربة بالنسبة للأقسام السياسي و الرياضي و الدولي و الوطني وهذا لان الإعلام الالكتروني يعتبر كمصدر ثاني للأخبار بعد الاحتكاك المباشر بالميدان وبالمقابلات مع الفاعلين أما بالنسبة للقسم الاجتماعي والاقتصادي و الثقافي فطبيعة المعلومات المكتسبة من المواقع الالكترونية تحدد بشكل يكاد يكون كلي لأطر و حجج المقالات المقدمة (دائما) فالمعلومات الثقافية مع اتساع هذا المجال والنظريات الاجتماعية والاقتصادية تتطلب خبرة كبيرة من الصحفي للاستغناء عن الإعلام الالكتروني .

وحسب متغير الخبرة المهنية فجاءت النسب كلها في شق استخدام الإعلام الالكتروني كمصدر للأخبار بصفة غير دائمة وهذا طبيعي نظرا لاعتماد العمل الصحفي بشكل أساسي على الاحتكاك بالميدان.

جدول رقم (14) : يبين عدد المرات التي يتأكد فيها الصحفي من صحة الخبر في الإعلام الالكتروني

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
مصدر واحد	5	17.85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	6.06	0	0
مصدرين	9	32.14	2	11.11	0	0	2	33.33	0	0	1	50	0	0	2	16.66	6	18.18	5	33.33
ثلاث مصادر	5	17.85	4	22.22	1	33.33	1	16.66	0	0	1	50	0	0	2	16.66	13	39.39	2	13.33
أكثر	9	32.14	12	66.66	2	66.66	3	50	2	100	0	0	1	100	8	66.66	12	36.36	8	53.33
المجموع	28	100	10	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب المرات التي يتأكد فيها الصحفي من صحة الخبر والمعلومة الالكترونية حيث جاءت نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يعتمدون على مصدر واحد في التأكد من الخبر ب 17.85 %والذين يعتمدون على مصدرين ب 32.14 %والذين يعتمدون على 3 مصادر ب 17.85 %و الذين يعتمدون علىأكثر من ذلك 32.14 %أما بالنسبة لصحفي القسم الرياضي فقد مثلت نسبة 11.11 %الصحفيون الذين يتأكدون من صحة الخبر الالكتروني من مصدرين فقط ونسبة 22.22 %مثلت الذين يعتمدون على 3 مصادر و نسبة 66.66 %نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يعتمدون على أكثر من 3 مصادر للتأكد من صحة الخبر ،أما بالنسبة لصحفيي القسم الثقافي فقد مثلت نسبة 33.33 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدون على 3 مصادر للتأكد من صحة الخبر الالكتروني و 66.66 %نسبة الصحفيين الذين يتأكدون من صحة الخبر بأكثر من 3 مصادر،أما بالنسبة لصحفيي قسم المجتمع فقد مثلت 33.33 %نسبة الصحفيين الذين يعتمدون على مصدرين للتأكد من صحة الخبر ونسبة 16.66 %نسبة الذين يعتمدون على 3 مصادر و 50 %الذين يعتمدون أكثر من ذلك ،واكتملت النسبة لصحفيي القسم الدولي والاقتصادي الذين يعتمدون على أكثر من 3 مصادر للتأكد من صحة الخبر أما بالنسبة لصحفيي القسم الوطني فقد انقسمت النسبة بالتساوي بين اعتمادهم على مصدرين وثلاث مصادر وقدرت النسبة ب 50 %.

أما بالنسبة لنتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة و الذين يعتمدون على مصدرين وثلاث مصادر قدرت ب 16.66% و نسبة 66.66 %بالنسبة للذين يعتمدون على أكثر من 3 مصادر ،أما الصحفيين المتوسطي الخبرة فجاءت النسب كالأتي 6.06 %بالنسبة للذين يعتمدون على مصدر واحد و 18.18% للذين يعتمدون على مصدرين و 39.39 %للذين يعتمدون على 3 مصادر و 36.36 %للذين يعتمدون على أكثر من 3 مصادر و بالنسبة للصحفيين ذوي الخبرة الكبيرة فقد جاءت النسب كالأتي: نسبة 33.33 %لتمثل نسبة الصحفيون الذين يتأكدون من صحة الخبر من مصدرين و نسبة 13.33 %من ثلاث مصادر و نسبة 53.33 %أكثر من ثلاث مصادر .

التحليل الكيفي:

حسب المتغيرين جاءت اغلب النسب في خانة التأكد من الخبر بأكثر من ثلاث مصادر و هذا طبيعي جدا وراجع لتكوين الصحفي الأكاديمي والذي يرتكز أساسا في أبجدياته على مفهوم التثبت من الأخبار وأخلاقيات المهنة والحالة القانونية لنشر أي خبر أو معلومة صحفية.

وحدد صحفيو القسم السياسي إمكانية الاعتماد على مصدرين أو مصدر واحد وثلاث مصادر كحالة وحيدة في كل الأقسام الصحفية لان القسم السياسي يعتمد أساسا على المواقع الإخبارية العالمية والدولية وحتى الوطنية والتي تتزامن وتتشابه إلى حد ما في عرضها لنفس الخبر .

واقتربت نسبة الصحفيين المتوسطي الخبرة المعتمدين على 3 مصادر من المعتمدين على أكثر من ذلك وهذا طبيعي لان الاعتماد على 3 مصادر أو أكثر لا يؤثر بشكل كبير جدا في مجال التأكد من الخبر ، والمثير للانتباه أن اغلب الصحفيين حسب المتغيرين لا يعتمدون في التأكد من الإخبار على مصدر واحد .

جداول رقم (15) : يبين مدى مساعدة الإعلام الالكتروني للصحفيين في العمل الصحفي

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 الى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
نعم	26	92.85	18	100	3	100	5	83.33	2	100	2	100	1	100	11	91.66	31	93.93	14	93.93
لا	2	7.14	0	0	0	0	1	16.66	0	0	0	0	0	0	1	8.33	2	6.06	1	6.66
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	12	100	15	100

يبين الجدول مساعدة الإعلام الالكتروني للصحفيين خلال عملهم الصحفي حيث جاءت نسبة صحفيين القسم السياسي الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في عملهم الصحفي ب 92.85 % و 7.14%للصحفيين الذين لا يساعدهم، أما بالنسبة لصحفي القسم الرياضي و الثقافي والدولي والوطني والاقتصادي فقد اكتملت النسبة 100 والتي تمثل نسبة مساعدة الإعلام الالكتروني لهم خلال العمل الصحفي أمابالنسبة لصحفيي القسم الاجتماعي فقد مثلت نسبة 83.33 %نسبة مساعدة الإعلام الالكتروني لهم و 16.66 %نسبة الصحفيين الذين لا يساعدهم أثناء العمل الصحفي.

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة والذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في عملهم الصحفي قدرت ب 91.66 %ونسبة 8.33 %بالنسبة للذين لايساعدهم الإعلام الالكتروني في العمل الصحفي ،أما الصحفيين المتوسطي والأكثر خبرة فنسبة 93.93 %جاءت لتمثل نسبة مساعدة الإعلام الالكتروني لهم في العمل الصحفي و نسبة 6.06%تمثل نسبة الصحفيين الذين لا يساعدهم الإعلام الالكتروني في العمل الصحفي .

التحليل الكيفي :

اقتربت النسب كلها من 100 %بالنسبة للصحفيين الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في العمل الصحفي و هذا طبيعي وعادي بما أنالإعلام الالكتروني فرض نفسه في الساحة الإعلامية كمصر ومحرك أساسي لعملية تداول المعلومات في العمل الصحفي.

جدول رقم (16) : يبين فيما يساعد الإعلام الالكتروني الصحفيين في العمل الصحفي

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
تحديث ونشر الإخبار لحظة وقوعها	21	75	16	88.88	3	100	3	50	1	50	1	50	0	0	3	25	26	78.78	7	46.66
السبق الصحفي	7	25	2	11.11	0	0	3	50	1	50	1	50	1	100	9	75	7	21.21	8	53.33
أخرى	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول يبين نسب فيما يساعد الإعلام الالكتروني الصحفيين فنجد نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في تحديث ونشر الإحداث والوقائع والإخبار لحظة وقوعها وقدرت النسبة ب 75 %وجاءت نسبة 25 %لتمثل نسبة الصحفيين الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في السبق الصحفي أما بالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد مثلت نسبة 88.88 %نسبة مساعدة الإعلام الالكتروني للصحفيين في عملية تحديث ونشر الوقائع والأخبار لحظة وقوعها ومثلت نسبة 11.11 %الصحفيين الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في السبق الصحفي ، أما بالنسبة لصحفي القسم الثقافي فقد اكتملت النسبة في أن الإعلام الالكتروني يساعدهم في تحديث ونشر الوقائع والأحداث لحظة وقوعها ،أما بالنسبة لصحفيي القسم الاجتماعي والقسم الدولي والوطني فقد انقسمت النسب بالتساوي بين تحديث ونشر الوقائع و الأحداث لحظة وقوعها وبين السبق الصحفي (50%) أما بالنسبة لصحفيي القسم الاقتصادي فقد اكتملت النسبة في أن الإعلام الالكتروني يساعدهم في السبق الصحفي .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن الصحفيين الأقل خبرة و الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في عملية تحديث ونشر الوقائع والإحداث لحظة وقوعها قدرت ب 25 %ومثلت نسبة 75 %نسبة الصحفيين الذين يساعدهم في عملية السبق الصحفي ،أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة والذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في عملية تحديث ونشر الوقائع والأخبار لحظة وقوعها فقد بلغت78.78%أما الذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في السبق الصحفي فقد قدرت ب 21.21 %، أما بالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة واللذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في تحديث ونشر الوقائع والأحداث لحظة وقوعها بلغت النسبة 46.66 %وجاءت نسبة 53.33 %لتمثل الصحفيين اللذين يساعدهم الإعلام الالكتروني في السبق الصحفي.

التحليل الكيفي :

حسب متغير التخصص تراوحت نسبة الصحفيين اللذين يرون أن الإعلام الالكترونية يساعدهم في تحديث ونشر الأخبار والوقائع لحظة وقوعها بين 50 %و88 %وهذا ما يؤكد اعتماد الصحفيين حسب هذا المتغير على السرعة في نقل ونشر وتداول المعلومة كعامل أساسي في استخدام الإعلام الالكتروني واختلف في ذلك صحفيو القسم الاقتصادي الذين يرون أن الإعلام الالكتروني يساعدهم في السبق الصحفي لان طبيعة الممارسة الإعلامية للصحافة الاقتصادية لا تعتمد أساسا على تكرار وتحديث الأخبار بل هي في جلها صحافة تحليلية (مقال اقتصادي وتحليلي)ويعتمد على السبق الصحفي في ظل وجود هذه المقالات .

أما حسب متغير الخبرة المهنية فالصحفيون القليلي الخبرة فان الخبرة فان نسبة رؤيتهم لمساعدة الإعلام الالكتروني في العمل الصحفي على أساسا السبق الصحفي جاءت بتقدير 75 %وهذا يرجع أساسا لاعتمادهم الأساسي في الحصول على المعلومة على ميدان العمل لا على الإعلام الالكتروني ولهذا لم يعتمدوا بالقدر الكافي على نشر وتحديث الأخبار ،والآمر ذاته بالنسبة للصحفيين أصحاب الخبرة الذين لا يعتمدون أيضا على الإعلام الالكتروني في نشر الأخبار وهذا راجع إما لعملهم الميداني أو لشغلهم مناصب إدارية راقية في المؤسسة الصحفية إلى تخول لهم كتابة المقالات التحليلية و التعليقات ومقالات الرأي....

جدول رقم (17) : يبين مصداقية الأخبار والمعلومات في الإعلام الالكتروني حسب أفراد العينة

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
دائما	1	3.84	1	5.55	3	100	1	16.66	1	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
أحيانا	26	92.85	15	83.33	0	0	4	66.66	0	0	2	100	0	0	10	83.33	31	93.93	13	86.66
نادرا	1	3.84	2	11.11	0	0	1	16.66	1	50	0	0	1	100	2	16.66	2	6.06	2	13.33
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب وثوق الصحفيين في مصداقية الإعلام الالكتروني من عدمها، حيث نجد أن نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يثقون في الأخبار والمعلومات الالكترونية بشكل دائم قدرت ب 3.84 %أما نسبة الذين يثقون فيها بشكل غير دائم 92.85 %أما نسبة 3.84 %جاءت لتمثل عدم وثوق الصحفيين فيه إلا نادرا، أما بالنسبة لصحفيي القسم الرياضي فقد مثلت 5.55 %نسبة الصحفيين الذين يثقون فيه بشكل دائم ونسبة 83.33 %مثلت الصحفيين الذين يثقون فيه أحيانا و نسبة 11.11 %مثلت الذين يثقون في مصداقيته نادرا،أما بالنسبة لصحفيي القسم الثقافي فقد اكتملت النسبة في وثوقهم الدائم في مصداقيته ، أما بالنسبة لصحفيي قسم المجتمع فقد مثلت نسبة 16.66 % الصحفيين اللذين يثقون فيه دائما ومثلها مثلت الصحفيين الذين لا يثقون في مصداقيته إلا نادرا وجاءت نسبة 66.66 %نسبة الصحفيين الذين يثقون فيه بشكل نادر، واكتملت نسبة 100 %لتمثل نسبة صحفيي القسم الوطني الذين يثقون في مصداقية الأخبار والمعلومات الالكترونية بشكل غير دائم، أما بالنسبة لصحفيي القسم الاقتصادي فقد اكتملت النسبة 100% لعدم وثوقهم في الإعلام الالكتروني إلا نادرا.

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن الصحفيين الأقل خبرة والذين يثقون في الإعلام الالكتروني بشكل غير دائم جاءت 83.33 %و نسبة 16.66 %تمثل نسبة الصحفيين الذين لا يثقون في مصداقيته إلا نادرا ،أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة فقد مثلت نسبة 93.93 %نسبة الصحفيين الذين يثقون فيه أحيانا ، و6.06 %نسبة الصحفيين الذين لا يثقون في مصداقيته إلا نادرا، أما بالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة فقد جاءت نسبة وثوقهم الغير دائم في مصداقية الإعلام الالكتروني 86.66 % ونسبة 13.33 %جاءت لتمثل نية عدم وثوقهم فيه إلا نادرا .

التحليل الكيفي:

جل الصحفيين حسب المتغيرين راو أن مصداقية الأخبار في الإعلام الالكتروني ليست على الدوام وهذا راجع أساسا إلى طبيعة التكوين الصحفي الذي يفرض على الصحفي الشك في المعلومة مهما كانت قيمتها.

وشكل صحفيو القسم الثقافي حسب متغير التخصص الاستثناء حيث بلغت نسبة الذين يرون مصداقية الإعلام الالكتروني بشكل دائم 100% وهذا راجع لسببين رئيسيين:

-عدم ارتباط المعلومة الثقافية بأي عواقب وخيمة قد تنجر عن كتابة المقال.

-التكوين السيئ لأغلب صحفيي القسم الثقافي مما يضطرهم للاعتماد بشكل أساسي على الإعلام الالكتروني

جدول رقم (18) : يبين مدى مساهمة الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
نعم	24	85.71	15	83.33	2	100	5	83.33	2	100	2	100	1	100	11	91.66	27	81.81	14	93.33
لا	4	14.28	3	16.66	0	0	1	16.66	0	0	0	0	0	0	1	8.33	6	18.18	1	6.66
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسبة مساهمة الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية بحسب أراء عينة البحث حيث نجد أن نسبة صحفيي القسم السياسي الذين يرون بان الإعلام الالكتروني يساهم في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية قدرت ب 85.71 %و نسبة 14.28 تمثل نسبة الصحفيين السياسيين الذين يرون العكس ، أما بالنسبة لصحفيي القسم الرياضي والقسم الاجتماعي فنجد أن نسبة 83.33 %جاءت لتمثل الصحفيين الذين يرون أن الإعلام الالكتروني ساهم في انتشار النسخ الورقية للإعلام الالكتروني ونسبة 16.66% لصحفيين الرياضيين والاجتماعيين الذين يرون انه لم يساهم ،وبالنسبة لكل من صحفيين الأقسام :الثقافي ،الدولي ،الوطني والاقتصادي فنجد أن النسبة اكتملت في أنهم يرون بان الإعلام الالكتروني ساهم في انتشار النسخ الالكترونية التابعة للصحف الورقية .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن الصحفيين الأقل خبرة الذين يرون بان الإعلام ساهم في انتشار النسخ الالكترونية التابعة للصحف الورقية قدرت ب 91.66 %أما الذين يرون العكس فقد قدرت نسبتهم ب 8.33 %،أما الصحفيين المتوسطي الخبرة فنجد أن نسبة 81.81%جاءت لتمثل نسبة مساهمة الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية ،في حين أن نسبة الصحفيين الأكثر خبرة الذين يرون بان الإعلام الالكتروني ساهم في انتشار النسخ الالكترونية التابعة للصحف الورقية قدرت ب 93.33 %أما الذين يرون العكس فقدرت نسبتهم ب 6.66%.

التحليل الكيفي:

جاءت كل الآراء بالنسبة للمتغيرين على كلمة واحدة وبرأي ايجابي تجاه الإعلام الالكتروني ومساهمته في انتشار النسخ الالكترونية التابعة للصحف الورقية وهذا ما يصدقه الواقع الصحفي حيث أن أغلبية الصحف الورقية أصبحت تعتمد بشكل أساسي على نسخها الرقمية .

جدول رقم (19) : يبين كيفية التأثير المجمل للإعلام الالكتروني على الصحف الورقية

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
تخفيض في نسب السحب	11	47.82	11	61.11	2	66.66	2	33.33	1	50	1	50	0	0	2	16.66	31	93.93	3	20
تزايد نسب التصفح الكتروني	17	60.71	7	38.88	1	33.33	4	66.66	1	50	1	50	1	100	10	83.33	2	6.06	12	80
أخر	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب التأثير المجمل للإعلام الالكتروني على الصحف الورقية حيث نجد أن نسبة الصحفيين السياسيين الذين يرون بان التأثير كان من حيث تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي قدرت ب 47.82 %و نسبة الصحفيين الذين يرون أن التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية بلغت 60.71%، في حين أن نجد نسبة الصحفيين الثقافيين الذين يرون بان التأثير كان من جانب تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي قدرت ب 61.11 %ونسبة الذين يرون بان التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية قدرت ب 38.88%، هذا وقدرت نسبة صحفيي قسم المجتمع الذين يرون بان التأثير كان من حيث تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي ب66.66 %و ونسبة الذين يرون بان التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية قدرت ب 33.33 %،أما فيما يخص كل من صحفيي القسمين الدولي والوطني فقد انقسمت النسبة بالتساوي 50 %من حيث تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي و 50%من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكتروني ،أما بالنسبة للقسم الاقتصادي فنجد أن كل الصحفيين الاقتصاديين يرون أن التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية بنسبة 100%.

أما من حيث الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين يرون بان التأثير جاء من جانب تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي قدرت ب 16.66 %ونسبة الذين راو بان التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية قدرت ب 83.83 %،في حين نجد نسبة الصحفيين المتوسطي الخبرة الذين يرون بان التأثير جاء من جانب تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي بلغت ب 93.93 %ونسبة الذين يرون بان التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية قدرت ب 6.06%، أما بالنسبة للصحفيين الأكثر خبرة يرون بان التأثير جاء من جانب تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي قدرت ب 20 %ومثلت نسبة 80 %الصحفيين الذين يرون بان التأثير كان من حيث تزايد نسبة التصفح على الصحف الالكترونية.

التحليل الكيفي:

حسب متغير التخصص جاءت نسبة الصحفيين في القسم السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذين راو أن التأثير وقع من حيث تزايد نسب التصفح على الصحف الالكترونية نظرا لطبيعة المجالين كما أن غياب الصحف السياسية والاجتماعية و الاقتصادية بالتخصص قلل من نسبة إرجاع التأثير إلى تخفيض السحب اليومي بالنسبة للصحف اليومية على عكس الرياضي و الثقافي الذين غلبت نسبة إرجاع التأثير لتخفيض نسبة السحب اليومي للصحف بالنظر لتواجد العديد من الصحف المتخصصة في هذا المجال .

حسب متغير الخبرة المهنية قدرت نسبة الصحفيين ألقليلي الخبرة والصحفيين الأكثر خبرة ب 83 %و80 %على التوالي في رؤية التأثير عبر تزايد التصفح على الصحف الالكترونية وهذا راجع أساسا لمواكبة هذا التطور التكنولوجي الهائل وعدم نضج الخلفية الاقتصادية للمؤسسة الصحفية هذا بالنسبة للصحفيين ألقليلي الخبرة ، أما بالنسبة للصحفيين ذوي الخبرة الكبيرة فان دخول الإعلام الالكتروني إلى الساحة كظاهرة إعلامية غير عادية بالنسبة لهؤلاء جعلهم ينبهرون بقدرة تأثير محتواه على الجماهير مقارنة بالصحف الورقية .

جدول رقم (20) يبن هل الإعلام الالكتروني يساعد في تحسين المرودية داخل المؤسسة الإعلامية

	القسم الصحفي														الخبرة المهنية					
المتغير	سياسي		رياضي		ثقافي		مجتمع		دولي		وطني		اقتصادي		اقل من 3سنوات		من 3 إلى 10سنوات		10 س فأكثر	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
نعم	25	89.28	18	100	3	100	5	83.33	1	50	2	100	1	100	11	91.66	31	93.93	13	86.66
لا	3	10.71	0	0	0	0	1	16.66	1	50	0	0	0	0	1	8.33	2	6.06	2	13.33
المجموع	28	100	18	100	3	100	6	100	2	100	2	100	1	100	12	100	33	100	15	100

يبين الجدول نسب مساعدة الإعلام الالكتروني في تحسين المرد ودية داخل المؤسسة الإعلامية من عدمها حيث جاءت نسبة الصحفيين الذين يرون بأنه يحسن من مرد ودية المؤسسة الإعلامية قدرت ب 89.28 %ونسبة الذين يرون بأنه لا يساهم قدرت ب 10.71 %، أما بالنسبة لصحفيي الأقسام:الرياضي، الثقافي الوطني ، الاقتصادي ، فقد اكتملت النسبة ب 100 %في انه يساهم في تحسين المر دودية داخل المؤسسة ، أما بالنسبة لصحفيي القسم الاجتماعي فقد مثلت نسبة 83.33 %الصحفيين الذين يرون بأنه يساهم في تحسين المرد ودية داخل المؤسسة الإعلامية ، و نسبة 16.66 %الذين يرو العكس ، أما بالنسبة لصحفيي القسم الدولي فنجد أن نسبة 50 %جاءت لتمثل كلا الراين 50 %يساهم و50 %لا يساهم .

أما بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية فنجد أن نسبة الصحفيين الأقل خبرة الذين راو أن الإعلام الالكتروني يساهم في تحسين المر دودية داخل المؤسسة الإعلامية بلغت 91.66 % ونسبة 8.33 %جاءت لتمثل باقي الصحفيين الذين يرون العكس ،أما بالنسبة للصحفيين المتوسطي الخبرة الذين راو أن الإعلام الالكتروني يساهم في تحسين المر دودية داخل المؤسسة الإعلامية قدرت ب 93.93 %وجاءت نسبة 6.06 %لتمثل باقي الصحفيين الذين يرو العكس ، في حين نجد أن نسبة الصحفيين الأكثر خبرة والذين راو مساهمة الإعلام الالكتروني في تحسين المر دودية بلغت 86.66 %وقدرت نسبة الصحفيين الذين راو العكس ب 13.33 %.

التحليل الكيفي:

اتفقت كل الآراء حسب المتغيرين على أن الإعلام الالكتروني يساعد في تحسين المر دودية داخل المؤسسة الإعلامية وهذا بالإضافات التي قدمها هذا النوع من الإعلام الذي فرض نفسه بقوة وأصبحت له اطر قانونية وأصبح يستفيد من الإعلانات وبالتالي شكل مصدر دخل إضافي للمؤسسة الصحفية التي يمتلك نسخة الكترونية .

3.نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة والبحث في الموضوع بجانبيها النظري والميداني ومن خلال ملاحظة الظاهرة وإجراء المقابلات مع من لهم دراية وعلاقته بالموضوع، خلصنا إلى النتائج التالية:

1. أصبح الإعلام الالكتروني يشكل واحدا من أهم مصادر الأخبار بالنسبة للصحف اليومية .
2. فرض الإعلام الالكتروني نفسه بشكل رئيسي في صناعة الخبر الصحفي وتغطية الأحداث .
3. يعتبر الإعلام الالكتروني مصدرا ووسيلة أساسية لتداول المعلومات .
4. سهولة التصفح من بين أهم العوامل التي ساعدت على انتشار الإعلام الالكتروني .
5. استخدام الإعلام الالكتروني في أي مكان وزمان ساعداه على كسب جماهير كبيرة جدا.
6. تطور الوسائل الحديثة والرقمية التي تمثل الدعامة أو الناقل الأساسي للإعلام الالكتروني يمثل دفعا قويا لهذا الإعلام من حيث سرعة الانتشار وزيادة أعداد المستخدمين .
7. الإعلام الالكتروني هو الأكثر نشاطا وانتشارا من الصحف الورقية .
8. تمثل خدمة المشاركة والتعاليق وكذا التفاعلية من بين أهم ما يساعد في انتشار الإعلام الالكتروني إلى أوسع نطاق ومن دون أي حواجز زمنية ولا مكانية .
9. حركية الصورة والعناوين و الألوان و الأنواع الجديدة من الإخراج و كذا التعامل مع النص الفائق كلها عوامل جعلت الإعلام الالكتروني يتميز عن غيره من وسائل الإعلام خصوصا الصحف المكتوبة .
10. تقديم تفاصيل أكثر والمساحة غير المحددة وفورية المعلومة وإدراج الوسائط المتعددة جعلت أعداد كبيرة من جمهور الصحف المكتوبة ينساقون إلى متابعة الإعلام الالكتروني وبذلك أصبحت الصحف المطبوعة تفقد جماهيرها .
11. يعتبر الإعلام الالكتروني مساعدا أساسيا للصحفيين في أداء عملهم .
12. يعتبر الإعلام الالكتروني مصدرا غير موثوق للأخبار إلا في بعض الحالات وذلك لغياب قوانين الضبط والمراقبة وان وجدت فهي غير مطبقة .
13. ساعد الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف المكتوبة .
14. أصبح الإعلام الالكتروني يمثل مصدر دخل أساسي بالنسبة للمؤسسة الإعلامية التي لها مواقع وصحف الكترونية .

الخاتمة

خاتمة :

شكل موضوع أثر الإعلام الإلكتروني على وسائل الإعلام التقليدية والصحافة المكتوبة بشكل خاص اهتمامات العديد من الباحثين والأكاديميين والإعلاميين نظرا للأهمية البالغة له كظاهرة فرضت نفسها في المشهد الإعلامي وللنتائج والانعكاسات التي يحدثها ذلك على الواقع المعاش اقتصاديا واجتماعيا.

تتجلى أهمية الموضوع من الناحية الأكاديمية المهمة في دراستنا في تحديد طبيعة العلاقة بين الإعلام الإلكتروني والصحافة المكتوبة آنيا وبنظرة استشرافية مستقبلية وهو الأمر المُستهدف من اغلب الدراسات في هذا الموضوع.

ويمكن تحديد العلاقة من خلال اغلب الدراسات الميدانية ومنها دراستنا في احتمالين أولاها التكامل بين الإعلام الإلكتروني والصحافة المكتوبة وتكريس مفهوم الأثر الإيجابي لهذا النوع من الإعلام على الصحف من ناحية المحتوى والشكل والتصميم، والثاني منطق الإلغاء لجل الوسائل الإعلامية التقليدية ومنها الصحافة المكتوبة بما أنه يمتلك كطل الميزات التي تمتلكها الصحف حسب وجهة النظر هذه .

ويبقى الحكم على هكذا علاقة أو نوعية الأثر سلبي أو إيجابية سابقا لأوانه بناء على طبيعة العلوم الإنسانية البعيدة كل البعد عن النتائج الدقيقة وكذا صعوبة تحديد حكم نهائي للموضوع على أساس التجارب السابقة التي لم تلغ فيها أي وسيلة إعلامية وسيلة أخرى ومميزات الإعلام الإلكتروني كمتغير أساسي وقوي على الساحة الإعلامية .

وفي نهاية المطاف يبقى الأثر الذي أحدثه الإعلام الإلكتروني على الصحافة المكتوبة في كل النواحي موضوعا يستحق الدراسة والتشريح في مخابر البحث العلمي كواحد من اهم المواضيع التي فرضت وجودها في ميدان علوم الإعلام والاتصال .

قائمة المراجع

المراجع:

1.المراجع باللغة العربية:

1. أنجرس موريس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشريف ، سعيد سبعون،ط 2،(الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006).
2. الفيصل عبد الأمير ، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط 1،(عمان، دار الشروق 2005).
3. اللبان شريف درويش ، **تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة** ،(الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001) .
4. الهادي محمد، **تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات**: مع معجم شارح للمصطلحات، ط1، (المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001).
5. أنيولا ميشال ، **الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية**، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1، (دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004).
6. احدادن زهير ،**مدخل لعلوم ا لإعلام و الاتصال**، بدون ط ، (ديوان المطبوعات الجامعية،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991).
7. القليني سوزان ، هبة الله السمرى ، **التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**،(دار النهضة العربية القاهرة، 1998).
8. بن مرسلي أحمد ، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2 ،(الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2005).
9. بوحوش عمار، محمد محمود الذنيبات ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ،ط2 ،(ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر ، 1999).
10. كايلور رولان ، ترجمة مرشلي محمد، **الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية**، (الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون1984).
11. محمد منير حجاب، **وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها**، ط 1، (مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008).

12. محمود خالد وليد ، **شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي** (بيروت ، دار مدارك للنشر، 2011).

13. محمد لعقاب، **وسائل الاعلام والاتصال الرقمية**، (دار هومة، الجزائر، 2007) .

14. ناصر محمد، **الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939**،(الشركة الوطنية للنشر و الإشهار،الجزائر،1980).

15. سيد عبد الله معتز ، خليفة عبد اللطيف محمد، **علم النفس الاجتماعي** ، بدون ط ، (القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر، بدون تاريخ).

16. سليمان زيد منير، **الصحافة الالكترونية**، ط 1،(عمان، دار أسامة للنشر، 2009).

17. سمير محمد حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي** ، بحوث الإعلام، ط 2، (عالم الكتاب، بيروت 1995).

18. عليان ربحي مصطفى ،عثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي،النظرية والتطبيق**، ط1،(عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع،2000) .

19. عوض صابر فاطمة ، ميرفت علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط 1 (الإسكندرية ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية،2000).

20. عبيدات محمد وآخران ،**منهجية البحث العلمي ..القواعد والمراحل والتطبيقات** ، ط 2،(عمان ، دار وائل للنشر، 1999).

21. عبد الواجد أمين رضا، **الصحافة الالكترونية**، ط1،(القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،2007)، ص 92.

22. شكري عبد المجيد، **الاتصال الجماهيري–الواقع....المستقبل**،بدون ط،(العربي للنشر و التوزيع ،بدون تاريخ).

23. توماس ج.م، بيرك وماكسويل ليمان، **تقنيات الاتصال وتدفق المعلومات** ، ترجمة حشمة محمد علي،(الرياض، 1993).

الكتب باللغة الاجنبية :

24. Francis balle, **lexique d'information communication,** 1ere édition, dalloz.

25. Mark Deuze,**journalism and the web** ; an analysis of skills and standards in an onlaine environment gazette , vol ,61,no 5,1999.

التقارير و الوثائق :

26. أوهابية فتيحة ، **الصحافة المكتوبة في الجزائر**، قراءة تاريخية ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة باجي مختار عنابة، العدد 16، سبتمبر 2014.

27. الغامدي قينان عبد الله ، **التوافق والتنافر بين ا لإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني** ، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة(الإعلام والأمن الإلكتروني)،جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو2012 .

28. الطريبشي مها محمد كامل ،**انعكاسات التعرض للصحف الالكترونية والورقية على الثقافة للشباب الجامعي**، (دراسة تجريبية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مايو 2001).

29. العربي محمد عثمان ،الانترنت،**الاستخدام والانتشار في السعودية** ،(بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال و المجتمع الخليجي ،الواقع والطموح ، مسقط ،جامعة السلطان قابوس ، 2002).

30. الطريبشي مها محمد كامل ، **الصحافة الالكترونية الدينية على الانترنت** ،(دراسة تحليلية وصفية لموقع عقيدتي ، بحث منشور لمجلة كلية الآداب،جامعة حلوان ، كلية الآداب،العدد السابع يناير 2000).

31. زهران سامي ، **محاضرة بعنوان (ثورة الإعلام الجديد)** ، أقيمت في نادي القصيم الأدبي بالتعاون مع صحيفة الجزيرة للدراسات لإعلامية بجامعة القصيم.

32. غيطاس جمال محمد ، **الإعلام والإبداع في ظل ثورة ا لمعلومات** : الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح، مؤتمر دور الإعلام(وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي ، كوالالمبور،ماليزيا ،2011 .

33. definition : **new media** ,computing dictionary<http://www. Computing- dictionary,thefree dictionary.com/new-media>accessed:sep,2006..

34. steve jones ,**encyclopedia of new media** :an essential reference to communication and technology ,sage publications ,2002.

35. Lister, M. Dovey, S. Grant and Kelly K. 2003 **New media** : A critical introduction, Routlege.

36. Terry Flew. **New media** : an introduction (London : Oxford University Press , 2008).

37. Alphons jhone balts ,**onlin technology and the ohio news papier compang** ;stratigic medea economic decisions ,PHD thesis ,bowling green state university , 2003.

الرسائل الجامعية :

38. أمال نواري ، **واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة** ،(مذكرة نيل شهادة الليسانس قسم علوم الاتصال ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة2001).

39. بلعاليا يمينة ، **الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**،(مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، جامعة الجزائر، 2006.

40. أحمد بداري هند ، **تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة علي علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة** ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الصحافة، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2006،ص 412-355.

41. أحمد فاطمة الزهراء ، تأثير **استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي** ، دراسة تحليلية مقارنة لتقييم ثراء المحتوى الإخباري في المواقع المصرية و العربية و الدولية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الصحافة، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2007، ص 175-178.

42. محمد مسعد فهمى سرج إيناس ، **أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة ،2005، ص 261-271.

43. ماليك محمد ، **النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة-دراسة نظرية وصفية** (رسالة لنيل الماجستير في علوم الإعلام والاتصال), جامعة الجزائر, 2006.

44. محمد شطاح، **دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث** ، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجيستر (غير منشورة)، شعبة الإعلام والاتصال، قسم الاجتماع ، كلية الآداب ، جامعة الإسكندرية ، مصر، 1989 .

المواقع الالكترونية :

45. الأكاديمية الفلسطينية للإعلام ، **الفروق بين الصحافة الورقية والالكترونية** ، https://palestine medea .word press .com ,le 25.02.2016/ a 9h.

46. زومان آلاء، **مقال هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي ؟**،(الصحيفة الاقتصادية الإلكترونية، العدد6750)،4 إبريل، 2012.

47. **definition for new media** ,high-tech dictionary http://www.coputruser.com/resources/dictionary.htmlaccessed:oct, 2006.

48. dr.paul martin lester,**california,state university** http://www.commfaculty,fullertion,udi/lester/curriculu/newmedia,html>accessed: july,2006.

الملاحق

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول :

الإعلام الالكتروني وتأثيره على الصحافة الورقية

دراسة ميدانية لعينة من صحفيي الجرائد الجزائرية

مذكرة لنيل شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال

تخصص "سمعي بصري"

ملاحظة :

إن هذه الاستمارة موجهة لغرض البحث العلمي والمعلومات المقدمة من طرفكم لن توظف إلا لغرض استكمال حيثيات البحث وفي سرية تامة ،لذا نرجو منكم التعاون معنا وذلك من خلال وضع علامة (×) في الخانة المناسبة .

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير .

إعداد الطالبة: إشراف الأستاذ :

– مريم تومي – رابح بلقاسمي

حكمت الاستمارة من طرف الأستاذة : راشدي وردية

و الأستاذ : العيدي موسى

السنة الجامعية :2016/2015.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

القسم الصحفي: -سياسي ☐ -رياضي ☐ -ثقافي ☐ -دولي ☐

الخبرة المهنية :-اقل من 3سنوات ☐ -من 3ال 10 ☐ -اكثر من 10سنوات ☐

المحور الثاني: البيانات الخاصة بدرجة اهتمام الصحفيين بالاعلام الالكتروني :

1- هل تستخدم الإعلام الالكتروني ؟

-دائما ☐ - أحيانا ☐ - نادرا ☐

2- ما لشكل الالكتروني الذي تستخدمه ؟

-المواقع الإخبارية ☐

-مواقع التواصل الاجتماعي ☐

-المدونات ☐

أخرى اذكرها.....

3-ما هي الأماكن التي تفضل فيها استخدام الإعلام الالكتروني؟

-المنزل ☐ -داخل مقر العمل ☐

-فضاءات الانترنت ☐ -أثناء العمل الميداني ☐

4-ما هي الفترة الزمنية التي تفضل فيها استخدام الإعلام الالكتروني ؟

-صباحا ☐ -مساءا ☐ -ليلا ☐

5- ما هي الوسيلة الأمثل لديك لاستخدام الإعلام الالكتروني ؟

- الحاسوب ☐ -الهاتف ☐

-اللوحات الالكترونية ☐

المحور الثالث : البيانات الخاصة بالتأثير (الإعلام الالكتروني على الصحافة المكتوبة)

6- ما هو النشاط الإعلامي الذي تجده أكثر انتشارا في رأيك ؟

-الإعلام الالكتروني ☐ - الصحف الورقية ☐

-أخر اذكره.....

7-برايك إلى ماذا يعود انتشار الإعلام الالكتروني ؟

-الرقمنة وشبكة الانترنت ☐

-التفاعلية وخدمة التعاليق و المشاركة ☐

أخرى اذكرها.....

8- هل تحبذ من ناحية الإخراج شكل :

-الصحف الورقية ☐

-أشكال الإعلام الالكتروني ☐

9- كيف اثر الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية ؟

-حركية الصورة والعناوين والألوان ☐

-أنواع جديدة من الإخراج ☐

-المعالجة والتعامل مع النص الفائق ☐

10-كيف اثر الإعلام الالكتروني على مضامين الصحف الورقية ؟

-تقديم تفاصيل أكثر ☐

-فورية المعلومة ☐

-تقديم الخبر مرفقا بمقاطع فيديو ☐

-إتاحة روابط للتزود بتفاصيل أكثر ☐

أخرى تذكر.....

المحور الرابع :البيانات الخاصة بالإعلام الالكتروني والممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة

11- هل تعتبر الإعلام الالكتروني مصدر أساسي للأخبار ؟

-دائما ☐ -أحيانا ☐ -نادرا ☐

12-هل تكتفي بالتأكد من الخبر من :

-مصدر واحد ☐ -مصدرين ☐

-ثلاث مصادر ☐ -أكثر ☐

13-هل تعتبر الإعلام الالكتروني وسيلة تساعدك في العمل ؟

-نعم ☐ -لا ☐

14-في حالة الإجابة بنعم فيما يساعدك ؟

-تحديث و نشر الوقائع والأخبار لحظة وقوعها ☐

-السبق الصحفي ☐

أخرى تذكر .....

15- هل تثق في مصداقية الأخبار والمعلومات التي يقدمها الإعلام الالكتروني ؟

-دائما ☐ -أحيانا ☐

-نادرا ☐

برر إجابتك.....

16-هل ساهمت فضاءات الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية ؟

-نعم ☐ -لا ☐

17- في حالة الإجابة بنعم فكيف اثر الإعلام الالكتروني على مقروئية الصحف الورقية ؟

-تخفيض الصحف في نسب السحب اليومي ☐

-تزايد نسب التصفح على الصحف الالكترونية ☐

أسباب أخرى اذكرها.....

18-في رأيك هل استخدام الإعلام الالكتروني يساعد في تحسين المردودية داخل المؤسسة الإعلامية ؟

-نعم ☐ -لا ☐

كيف ذلك ؟

.....

الجدول	العنوان	الصفحة
الجدول رقم 01	يمثل توزيع العينة حسب تخصص الصحفي الممارس	57
الجدول رقم 02	تقسيم أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	58
الجدول رقم 03	استعمال الإعلام الالكتروني لدى أفراد العينة	59
الجدول رقم 04	شكل الإعلام الالكتروني المستعمل من قبل عينة البحث	62
الجدول رقم 05	الأماكن التي يستعمل فيها الصحفيون الإعلام الالكتروني	65
الجدول رقم 06	الفترة الزمنية التي يستعمل فيها الإعلام الالكتروني	67
الجدول رقم 07	الوسيلة المستخدمة في استعمال الإعلام الالكتروني	69
الجدول رقم 08	نوع النشاط الإعلامي الأكثر انتشارا	72
الجدول رقم 09	عوامل انتشار الإعلام الالكتروني لدى أفراد العينة	74
الجدول رقم 10	يبين أي الإعلاميين أفضل في مجال التصميم و الإخراج (الشكل)	77
الجدول رقم 11	كيفية تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية	80
الجدول رقم 12	كيفية تأثير الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية	83
الجدول رقم 13	مدى اعتبار الإعلام الالكتروني كمصدر للخبر	86
الجدول رقم 14	عدد المرات التي يتأكد فيها الصحفي من صحة الخبر في الإعلام الالكتروني	89
الجدول رقم 15	مدى مساعدة الإعلام الالكتروني للصحفيين في العمل الصحفي	92
الجدول رقم 16	فيما يساعد الإعلام الالكتروني الصحفيين في العمل الصحفي	94
الجدول رقم 17	مصداقية الأخبار والمعلومات في الإعلام الالكتروني حسب أفراد العينة	97
الجدول رقم 18	مدى مساهمة الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف الورقية	100

الجدول رقم 19	كيفية التأثير المجمل للإعلام الالكتروني على الصحف الورقية	102
الجدول رقم 20	هل الإعلام الالكتروني يساعد في تحسين المرودية داخل المؤسسة الإعلامية	105

ملخص الدراسة:

ملخص الدراسة

انتقل الحديث في السنوات الأخيرة إلى البحث عن المميزات التي جعلت الإعلام الإلكتروني يفرض نفسه ويكرس السيطرة المطلقة على وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت مه ددة بشكل غير مسبوق خاصة مع المتغيرات الجديدة و الفضاءات الكثيرة التي أتاحها الإعلام الإلكتروني للجمهور فضلا الخدمات التي رافقته في عرض المواد الإعلامية.

و تمحورت إشكالية الدراسة حول كيفية تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة المكتوبة ، و في هذا المقام اختارت الباحثة الانطلاق من تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

- هل كان تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة المكتوبة مرتبط بالجانب الشكلي ؟
- ماذا أضاف الإعلام الالكتروني لمضمون الصحف الورقية ؟
- هل للوسائط المتعددة و النص الفائق والتفاعلية دور في الانحياز لمتابعة الإعلام الالكتروني؟

وتهدف هذه الدراسة للكشف عن مدى تأثير الإعلام الالكتروني على الصحافة الورقية ، وبهذا استعانت الباحثة في هذه الدراسة بالمنهج التاريخي الذي استعمل ته في فصل الدراسة الأول عندما استعرضت التطور التاريخي للصحافة المكتوبة في العالم كما استعم لت الباحثة المنهج الوصفي في الحديث عن ماهية الإعلام الإلكتروني من مرحلة التعريف والمفهوم على مرحلة الظهور إلى المميزات والخصائص والأشكال التي ترتبط أساسا بهذا النوع من الإعلام .

وكان الحديث في فصل الدراسة الثاني عن العلاقة الأساسية بين الإعلام الإلكتروني والصحافة المكتوبة وعن واقع التأثير ومكمن الأثر بالتعرض لعديد الأمور تخص الشكل والتصميم والمضمون خاصة من ناحية سرعة التداول للمعلومة وكم المعلومات بعد هيمنة الإعلام الإلكتروني وكذا عن الآنية وسرعة الوصول على الخبر .

وتناولت الأثر الذي أحدثه الإعلام الإلكتروني على مضمون وشكل الصحف الورقية والمفاهيم والإضافات التي اكتسبها وجعلته يطرح مفاهيم جديدة متعلقة بصحافة المواطنة والتفاعلية والوسائط المتعددة والنصف الفائق وغيرها .

كما تطرقت الباحثة بنوع من التفصيل على كل حيثيات المفاهيم الأساسية المتعلقة بتأثير الإعلام الإلكتروني على الصحافة المكتوبة من وسائط متعددة والتفاعلية التي تعد أبرز أثر أحدثه الإعلام الإلكتروني على وسائل الإعلام التقليدية ومنها الصحافة المكتوبة وكذا النص الفائق ورؤية القارئ لهذا الأثر .

فصل الدراسة الثالث كان خاصا بالجانب التطبيقي واستهدف ت الباحثة منه معرفة مدى تواجد الإعلام الإلكتروني في ميدان الصحافة المكتوبة كواقع حتمي ومصدر للمعلومة وكذا معرفة رؤية الصحفيين لهذا النوع من الإعلام ومدى تأثيره على الصحافة المكتوبة إعلاميا وجماهيريا واقتصاديا .

- وخلصت الباحثة إلى جملة من النتائج :

1. أصبح الإعلام الالكتروني يشكل واحدا من أهم مصادر الأخبار بالنسبة للصحف اليومية .
2. فرض الإعلام الالكتروني نفسه بشكل رئيسي في صناعة الخبر الصحفي وتغطية الأحداث .
3. يعتبر الإعلام الالكتروني مصدرا ووسيلة أساسية لتداول المعلومات .
4. سهولة التصفح من بين أهم العوامل التي ساعدت على انتشار الإعلام الالكتروني .
5. استخدام الإعلام الالكتروني في أي مكان وزمان ساعداه على كسب جماهير كبيرة جدا.
6. تطور الوسائل الحديثة والرقمية التي تمثل الدعامة أو الناقل الأساسي للإعلام الالكتروني يمثل دفعا قويا لهذا الإعلام من حيث سرعة الانتشار وزيادة أعداد المستخدمين .
7. الإعلام الالكتروني هو الأكثر نشاطا وانتشارا من الصحف الورقية .
8. تمثل خدمة المشاركة والتعاليق وكذا التفاعلية من بين أهم ما يساعد في انتشار الإعلام الالكتروني إلى أوسع نطاق ومن دون أي حواجز زمنية ولا مكانية .
9. حركية الصورة والعناوين و الألوان و الأنواع الجديدة من الإخراج و كذا التعامل مع النص الفائق كلها عوامل جعلت الإعلام الالكتروني يتميز عن غيره من وسائل الإعلام خصوصا الصحف المكتوبة .
10. تقديم تفاصيل أكثر والمساحة غير المحددة وفورية المعلومة وإدراج الوسائط المتعددة جعلت أعداد كبيرة من جمهور الصحف المكتوبة ينساقون إلى متابعة الإعلام الالكتروني وبذلك أصبحت الصحف المطبوعة تفقد جماهيرها .

11. يعتبر الإعلام الالكتروني مساعدا أساسيا للصحفيين في أداء عملهم .
12. يعتبر الإعلام الالكتروني مصدرا غير موثوق للأخبار إلا في بعض الحالات وذلك لغياب قوانين الضبط والمراقبة وان وجدت فهي غير مطبقة .
13. ساعد الإعلام الالكتروني في انتشار النسخ الالكترونية للصحف المكتوبة .
14. أصبح الإعلام الالكتروني يمثل مصدر دخل أساسي بالنسبة للمؤسسة الإعلامية التي لها مواقع وصحف الكترونية .

فهرس

فهرس المحتويات

مقدمـة.....	أ

I-الإطار المنهجي:

- إشكالية الدراسة	2
- أهمية الدراسة	3
- أهداف الدراسة	3
- أسباب اختيار الموضوع	4
- الدراسات السابقة	4
- منهج الدراسة	8
- تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة	11

II- الإطار النظري:

الفصل الأول: الصحافة المكتوبة و الإعلام الالكتروني	18
المبحث الأول : نشأة و تطور الصحافة المكتوبة	18
1. نشأة الصحافة في العالم	19
2.نشأة الصحافة في العالم العربي	21
3.نشأة الصحافة الجزائرية وتطورها	24
المبحث الثاني : ماهية الإعلام الالكتروني	32
1. تعريف الإعلام الالكتروني	32
2. نشأة الإعلام الالكتروني	33
3. أشكال الإعلام الالكتروني	36
4. مميزات الإعلام الالكتروني.....	37
الفصل الثاني : الإعلام الالكتروني وأوجه التأثير على الصحافة الورقية	41
المبحث الأول : الإعلام الالكتروني وتأثيره على الصحف الورقية	42
أولا : تأثير الإعلام الالكتروني على شكل الصحف الورقية	42

ثانيا : تأثير الإعلام الالكتروني على مضمون الصحف الورقية	44
المبحث الثاني : النص الفائق والتفاعلية ودورهما في انتشار الإعلام الالكتروني	47
أولا : النص الفائق "Hyper Texte".....	47
ثانيا : التفاعلية "Interactivity".....	49

II- الجانب التطبيقي.

1- تحليل بيانات الدراسة حسب السمات الشخصية.....	53
2-تحليل بيانات الدراسة حسب متغيرات الدراسة	55
3- نتائج الدراسة	103
خاتمة.....	105
قائمة المراجع	107
الملاحق	113
قائمة الجداول	118
ملخص الدراسة	121

الفهرس