

إستخدامات الصحافة الإلكترونية

عند جمهور القراء في الجزائر وإنعكاساتها على الصحافة الورقية

دراسة وصفية تحليلية على ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحلقة الثالثة نظام "ل م د" في

علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وسائل الإعلام والمجتمع

تحت إشراف :

د/ بن سبيع عبد الحق عبد الرحمن

إعداد الطالبة :

وجددي دمرجي وسيلة

لجنة المناقشة:

| | | |
|----------------|---------------|---------------------------------|
| رئيسا. | جامعة مستغانم | د. مالفى عبد القادر |
| مشرفا و مقررا. | جامعة وهران | د. بن سبيع عبد الحق عبد الرحمان |
| مناقشا. | جامعة سطيف | د. يامين بو دهان |
| مناقشا. | جامعة مستغانم | د. بلحزري بلوفة |
| مناقشا | جامعة مستغانم | د. نفوسي لمياء |

السنة الجامعية: 2016/2015

إستخدامات الصحافة الإلكترونية

عند جمهور القراء في الجزائر وإنعكاساتها على الصحافة الورقية

دراسة وصفية تحليلية على ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحلقة الثالثة نظام "ل م د" في

علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وسائل الإعلام والمجتمع

تحت إشراف :

د/ بن سبيع عبد الحق عبد الرحمن

إعداد الطالبة :

وجددي دمرجي وسيلة

لجنة المناقشة:

| | | |
|----------------|---------------|---------------------------------|
| رئيسا. | جامعة مستغانم | د. مالفى عبد القادر |
| مشرفا و مقورا. | جامعة وهران | د. بن سبيع عبد الحق عبد الرحمان |
| مناقشا. | جامعة سطيف | د. يامين بو دهان |
| مناقشا. | جامعة مستغانم | د. بلحضري بلوفة |
| مناقشا | جامعة مستغانم | د. نفوسي لمياء |

السنة الجامعية: 2016/2015

كلمة شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا إلى نور العلم وميّزنا بالعقل الذي يسير ويسر طريقنا

الحمد لله الذي أعطانا من موجبات رحمته الإرادة والعزيمة على إتمام عملنا.

نحمدك يا رب حمدا يليق بمقامك وجلالك العظيم

أتقدم بالشكر والتقدير الخاصين لأستاذي الكريم المشرف "دين سبيع عبد الحق عبد الرحمن"

والذي لم يتأخر عن إمدادي يد المساعدة لإتمام هذا العمل، وتشجيعه واحترامه الدائم لي.

وشكر كبير إلى من ساهم بمساعدته الدائمة طوال مشواري الجامعي الدكتور "يصرف حاج"

والحمد لله رب العالمين.

إهداء...

الحمد لله كثيرا على نعمه ، ومنها نعمة العلم ، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

بعد أن وفقنا الله عز وجل أهدي هذا العمل المتواضع ...

إلى اللذين علموني كيف أخط الحروف الأولى ورسموا لي طريق حب الله و رسوله...

إلى مهجتي قلبي؛ اللذين لا أستطيع أن أوفيها حقهما شكرا و عرفانا ما حيت

"أمي الغالية، أبي الحبيب أطال الله في عمرهما ورعاهما".

إلى الذي كان خير معين ومشجع لي على مواصلة طريق العلم و النجاح؛ " زوجي " المحترم
وإلى والديه الكريمين أدام الله صحتها.

إلى قرة عيني ،إبني الحبيب الغالي "محمد إسلام" رعاه الله.

إلى روح خالي الغالي الطاهرة رحمه الله .

إلى إخوتي أمين، شهرزاد ،زين العابدين والبراعم ياسين،ملاك ، رماس ،رهام وجود حفظهم
الله.

وإلى جميع الإخوة والأخوات والأصدقاء ومن يجعل العلم مبدءا أساسيا في الحياة.

خطوة الدراسة:

مقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي.

موضوع الدراسة.

تساؤلات الدراسة.

فرضيات الدراسة.

تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

أهمية الدراسة.

أهداف الدراسة.

أسباب إختيار الموضوع.

الدراسات السابقة .

نوع الدراسة.

منهج الدراسة.

مجتمع البحث وعينة الدراسة.

أدوات جمع البيانات.

إختبار صدق الدراسة.

حدود الدراسة .

الأساليب الإحصائية.

الفصل الثاني : إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام من منطلق نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المبحث الأول: ماهية نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المطلب الأول: تعريف نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المطلب الثاني: نشأة وتطور نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المبحث الثاني: العناصر الأساسية لمدخل الإستخدامات والإشباعات.

المطلب الأول: إفتراض الجمهور النشط ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام.

المطلب الثاني: الأصول النفسية والاجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام والتوقعات منها.

المطلب الثالث: التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها.

المبحث الثالث: نظرية الإستخدامات والإشباعات بين الإنتقاد والتطور.

المطلب الأول: الإنتقادات الموجهة للنظرية والرد عليها.

المطلب الثاني: الإتجاهات الحديثة في بحوث نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المطلب الثالث: تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباعات على الأنترنت.

الفصل الثالث: الصحافة الورقية في ظل تطورات الإعلام الجديد.

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة الورقية .

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة .

المطلب الثاني: معايير تصنيف الصحافة المكتوبة وعوامل نجاحها .

المطلب الثالث: الصحافة المكتوبة صناعة ،تجارة،رسالة.

المبحث الثاني: شبكة الأنترنت وانعكاساتها على النشر الإلكتروني .

المطلب الأول: ماهية شبكة الأنترنت .

المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة وشبكة الأنترنت .

المطلب الثالث: ظواهر تثيرها الأنترنت ومشكلات إستخدامها صحفيا.

المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت .

المطلب الأول: مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها.

المطلب الثاني: نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية.

المطلب الثالث: الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

الفصل الرابع: القضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي.

المبحث الأول: مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية.

المطلب الأول: الصحافة الإلكترونية بديلا للصحافة الورقية .

المطلب الثاني: الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية.

المطلب الثالث: الصحافة الإلكترونية كملا للصحافة المطبوعة.

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية .

المطلب الأول: مفهوم جمهور الصحافة الإلكترونية وخصائصه.

المطلب الثاني: التفاعلية و الجمهور في الصحافة الإلكترونية.

المبحث الثالث: رؤية مستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية .

المطلب الأول: الصحف العربية ومستقبل النشر الإلكتروني (التحدي والرهان).

المطلب الثاني: الإتجاهات المستقبلية للصحافة العربية الإلكترونية.

المطلب الثالث: واقع الصحافة المكتوبة والإلكترونية في الجزائر.

الفصل الخامس: دراسة تحليلية لعادات استخدام جمهور القراء للصحافة الورقية والإشباع المتحققة منها.

المبحث الأول: منهج المسح الإجماعي وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية.

المطلب الأول :مفهوم منهج المسح الإجماعي وإستخداماته .

المطلب الثاني: مفهوم الأسلوب المقارن وشروطه .

المطلب الثالث: الإستمارة كتنقية من تقنيات منهج المسح الإجماعي .

المبحث الثاني : أنماط تعرض أفراد العينة للصحف الورقية والإشباع المتحققة منها.

المطلب الأول: بيانات شخصية عن مجتمع الدراسة

المطلب الثاني: كيفية إستخدام أفراد العينة للصحف الورقية .

المطلب الثالث: مظاهر الإشباع المتحققة لأفراد العينة من الصحف الورقية .

الفصل السادس: دراسة تحليلية لعادات إستخدام جمهور القراء للصحافة الإلكترونية والإشباع المتحققة منها.

المبحث الاول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت والإشباع المتحققة من ذلك.

المطلب الأول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية عند جمهور القراء .

المطلب الثاني: مظاهر الرضا والإشباع المتحققة لدى أفراد العينة من خلال إستخدامهم للصحف الإلكترونية.

المبحث الثاني : علاقة متغيرات الدراسة بعادات إستخدام الصحافة الإلكترونية والورقية والإشباع المتحققة منهما .

المطلب الأول :تحليل بيانات الجداول المركبة .

المطلب الثاني: الإستنتاجات الخاصة بالجداول المركبة .

المطلب الثالث: الخلاصة العامة للدراسة .

خاتمة عامة.

قائمة المراجع.

قائمة الفهرسة.

ملحق:إستمارة الإستبيان.

مقدمة :

إحتلت الصحيفة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الإتصال لفترة طويلة، و أدت أدوارا مختلفة في تطور المجتمعات ، و إذا كانت تشترك مع بقية وسائل الإتصال الجماهيري في العديد من الوظائف و الأهداف؛ فإنها ظلت متميزة بقدرتها على التوثيق، ومع ظهور شبكة المعلومات الدولية "الأنترنت" التي فرضت نفسها إعلاميا، ومع تزايد أهميتها و إتساع إستخدامها و دخولها إلى كافة المؤسسات الرسمية و غير الرسمية ، و ما ترتب عليه من إزدياد إستخدام الجمهور لهذه التقنية، إستفادت الصحافة المكتوبة من الخدمات الإعلامية و الإتصالية التي تقدمها هذه الشبكة ، حيث أخذت هذه الأخيرة تخوض تجربتها مع الوسائل الإلكترونية في النصف الثاني من القرن العشرين ،وقد تزايد هذا التحول في التسعينات من القرن الماضي؛ أين أصبحت الحاسبات الإلكترونية من أهم آليات إعداد الصحف والمجلات ،بداية من مرحلة جمع المادة الإعلامية والتي تتم عن طريق الفاكس وأجهزة أخرى ،ووصولاً إلى تحرير النصوص والصور على شاشات الحاسبات الإلكترونية.

وبالموازاة مع هذا التطور نمت ظاهرة أخرى أطلق عليها تسميات عدة منها:الصحافة الإلكترونية ،صحافة الأنترنت ،صحافة على الخط...الخ،حيث إستفادت بعدد من الإمكانيات التي وجدتها في الأنترنت فأضافت لها بعدا آخراً عن الصحافة المطبوعة على الورق ،ولعل من أهم مميزاتهما؛ تلك المتعلقة بالتفاعلية التي خلقت نوعاً آخراً من الجمهور ،حيث إستطاع القارئ أن يكتب رأيه بل و استطاع أن يشارك في عملية صنع و إنتاج الصحيفة، بكتابة المقالات المؤيدة أو المخالفة لوجهة النظر الواردة في المقال الأول، و إستطاع أن يحاور المحرر و يناقشه في آرائه، و استطاع أمورا أخرى لم يكن بإمكانه

عملها وهو يقرأ الصحف الورقية التي عهدها طوال حياته، و تغيرت كثير من المفاهيم في الممارسات الصحفية و في أنماط التعرض لها .و يعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل فإذا كان مصطلح ثورة، يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى فإن الصحيفة الورقية تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر حيث بدأت تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم إستقباله على شاشة. وتطور المجتمعات من ورقية إلى إلكترونية أضفى تحولا كبيرا و حثيثا على كافة الأصعدة خاصة في عصر تداول المعلومات ،حيث شهدت الأعوام الأخيرة زيادة أعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية، وظهرت الصحف الإلكترونية عليها سواءا إمتدادا للنسخة الورقية أم صحفا إلكترونية ليس لها أصل مطبوع ،و تردد على هذه المواقع جمهور من المستخدمين، الأمر الذي طرح العديد من التساؤلات التي تقتضي دراسة إستخدامات جمهور القراء للصحف الإلكترونية و تفضيلاتهم لها،و مدى الإشباع الذي يحققه هذا الإستخدام، من خلال التعرف على الآليات و المحددات التي تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، و رؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين كل من الصحافة الإلكترونية و الصحافة الورقية في المجتمع الجزائري.

وستتناول موضوع إستخدامات الصحافة الإلكترونية عند جمهور القراء في الجزائر وإنعكاساتها على الصحافة الورقية- دراسة وصفية تحليلية على ضوء نظرية الإستخدامات والإشباعات-،من خلال ثلاثة أجزاء أساسية؛الإطار المنهجي والذي خصصناه في فصل ،الجزء النظري الذي تضمن ثلاثة فصول؛ فصل خصصناه للأساس الذي بنيت عليه هذه الدراسة وهو " نظرية الإستخدامات والإشباعات"، أما الفصل الثاني؛ سلط فيه الضوء على الصحافة الورقية بكل ما تحمله من مزايا ومفاهيم ومعاني، وحالها

في ظل تطورات الإعلام الجديد، من توضيح لمفاهيم شبكة الإنترنت والصحافة الإلكترونية، أما الفصل الأخير من الجانب النظري فقد خصص للقضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي، في محاولة لرصد مستقبل المنافسة بين هتين الوسيلتين، وتحديد مفاهيم وخصائص جمهور الصحافة الإلكترونية لمعرفة طبيعته المتحركة في نمط ودوافع إتجاهه لهذا النوع من الصحف، وآخر مبحث من هذا الفصل خصص لرؤية مستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية على وجه الخصوص.

أما الجزء الثاني من الدراسة يتمثل في الجانب التطبيقي، أين حللت فيه أجوبة المبحوثين محل الدراسة، والذي قسمناه إلى فصلين، الأول خصصناه في دراسة تحليلية لعادات إستخدام جمهور القراء للصحافة الورقية والإشباع المتحققة منها، أما الفصل الثاني فعالج الشق الثاني الأساسي للدراسة من خلال دراسة تحليلية لعادات إستخدام جمهور القراء للصحافة الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، وذلك وفقا لمحاور الإستمارة .

الإطار المنهجي

(الفصل الأول)

مشكلة الدراسة :

شهد مطلع القرن الواحد والعشرين تطورا مذهلا لتكنولوجيات المعلومات بفضل الدمج الحاصل بين أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الإتصال، وأمام كل هذه التطورات سارعت الصحف المطبوعة للإضمام إلى عالم التكنولوجيا، حيث حجزت لها مكانا عبر الشبكة العالمية، لتوسع بذلك من إهتماماتها ومن جمهورها وتستفيد من أحدث تقنيات النشر الإلكتروني المتطورة، فخلقت لها مجالا على شاشات الحاسوب والشبكات الدولية، لثمر بذلك المولود الإعلامي "الصحافة الإلكترونية" الذي زعزع مجال الصحافة لدرجة جعلت الكثيرين يتنبؤون بزوال النسخة الوقية، ويرى البعض أن كثيرا من النماذج والنظريات التي إستخدمت في علاقة الجمهور بوسائل الإعلام بشكل عام قد لا تصلح لدراسات علاقة الجمهور بوسائل الإعلام الجديد، إلا أن البعض الآخر يرى أنه على الباحثين أن يعيدوا التفكير في هذه النظريات والنماذج وأقلمتها مع الواقع الجديد لوسائل الإعلام وأشكاله عبر الأنترنت بدلا من هجرها والتخلي عنها تماما؛ وإنطلاقا من ذلك فإننا نحاول في دراستنا لإستخدامات القراء للصحافة الإلكترونية أن نعتمد على مدخل الإستخدامات والإشباعات، الذي من أهم محدداته الأساسية الجمهور النشط، الذي تتلخص أبعاده في الإنتقائية، تحقيق المنفعة، العمدية في الإستخدام، مقاومة التأثيرات غير المرغوبة والمشاركة، حيث أننا نسعى إلى إختبار هذا المدخل من زاوية كيفية إستخدام جمهور القراء لتكنولوجيا الإتصال المعاصرة على رأسها "الصحافة الإلكترونية" على شبكة الأنترنت، حيث أن هذه النظرية عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط وإيجابيته، والذي يشير إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الإتصالية وفق درجة أعلى من السيطرة والتحكم، إضافة الى تعدد فرص المشاركة والاختيارات المتاحة أمام المستخدم.

و يرتبط التعرض للصحف الإلكترونية بعدد من المتغيرات المتعلقة بالمستوى التعليمي، المستوى الثقافي ... الخ، لذلك كان من الأهمية الإهتمام بدراسة الجمهور كطرف أصيل في العملية الاتصالية والذي ترعرع وتطور مع كل الثورات والإكتشافات التي طبعت وسائل الإعلام، من ظهور الصحف المكتوبة إلى الإذاعة إلى التلفزيون ووصولاً إلى شبكة المعلومات الدولية، وما خلفته من وسائل جديدة كالصحافة الإلكترونية، بحيث لم يعد ينظر للجمهور كطرف سلبي يتأثر بكل ما تبثه وسائل الاعلام، بل أثبتت الدراسات التي قامت بها مدرسة التلقي منذ ستينات القرن الماضي؛ بأن الجمهور هو من يتحكم في المضامين الإعلامية، فتحول الإهتمام إلى دراسة ما يفعله هذا الجمهور بوسائل الإعلام، وتطورت هذه النظرة مع ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية التي من مميزات التفاعلية.

من هذا المنطلق سنحاول الإعتماد في هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الإستخدامات و الإشباع، والذي يعتمد على فكرة إستخدام الأفراد لمحتوى وسائل الإتصال وفقاً لإحتياجاتهم المختلفة، إذ يختار الفرد مضمون الوسيلة الإتصالية وفقاً لإحتياجات خاصة يرغب في إشباعها، حيث تنظر هذه النظرية إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه نشط يسعى إلى تحقيق أهداف معينة تشبع حاجاته و تلبي رغباته، ومن تم التعرف على دوافع إستخدام وسائل الإتصال الحديثة و طبيعة هذه الإستخدامات على ضوء مجموعة من المتغيرات و السمات المميزة لكل وسيلة من وسائل الإتصال .

فإذا كانت وسائل الإعلام تمارس نوعاً من التأثير في السلوك والأفكار، فإن هذا التأثير لا يمكن أن يكون قويا، لأن الأفراد يتعرضون لها قصد تلقي المعلومات، وقصد مساعدتهم على الفهم والترفيه، لذلك

فإن الجمهور حسب النظرية يستعمل وسائل الإعلام لإقامة أو إعادة إنتاج بعض القيم لديه ،وعليه تصبح وسائل الإعلام رهينة جمهورها، ما دام أنه يستغني عنها إذا رأى أنها لا تلبي حاجاته.

تساؤلات الدراسة: إنطلاقا من فكرة التعرف على طبيعة إستخدام الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها ، كأداة مهمة في المعرفة وفي رصد مختلف المعلومات من جهة ، وإنعكاساتها على مستقبل الصحافة المكتوبة الورقية من جهة أخرى.

وباعتبار أن تساؤلات الدراسة تتضمن التوجه إلى لب الموضوع، وذلك عن طريق وضع ما يسعى إليه البحث بصيغ إستفهامية واضحة يمكن صياغة السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحف الورقية بناء على أنماط القراءة والإستخدام ،ومظاهر الرضا والإشباع التي يسعى جمهور القراء إلى تحقيقها في الجزائر؟

وتندرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

ماهي دوافع تعرض جمهور القراء في الجزائر للصحف المطبوعة؟

ما مدى إستخدام القاريء الجزائري للصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت؟

ما هي الإشباع المتحققة من إستخدام جمهور القراء للصحف الإلكترونية ؟

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس ومطالعة الصحف الورقية؟

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس ،المستوى التعليمي ومطالعة الصحف

الإلكترونية؟

هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة النشطة في الصحافة الإلكترونية لجمهور

القراء ومتغير السن؟

فرضيات الدراسة: وكإجابة مؤقتة لتساؤلات الدراسة نقترح الفرضيات التي هي في الأصل فروض نظرية "الإستخدامات والإشباعات" والتي نحاول قياسها مع الموضوع محل الدراسة.

الفرضية الرئيسية :

إن جمهور القراء هو جمهور نشيط، واعي، فعال في العملية الإتصالية وإن التطور الهائل في وسائل الإعلام الإلكترونية جعل من الصحافة الإلكترونية تمارس تأثيرا قويا ومباشرا على مقروئية الصحف الورقية الذي ينعكس بالسلب على مستقبلها واستمراريتها.

الفرضيات الفرعية:

-إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الإتصال، وإستخدامهم للصحف الورقية إستخدام إيجابي، وبالتالي فإن سلوكهم في القراءة هو سلوك هادف وذو دوافع شخصية، نفسية وإجتماعية.

-إن التحديات التي جلبتها شبكة الأنترنت، غيرت من أنماط القراءة و الإتصال، وجعلت من صحافتها

الإلكترونية منافسا قويا لمصادر الإتصال الموجودة في محيط الفرد في عمليات الإنتقاء والإستخدام التي

يقوم بها، وبالتالي أصبح تعرض القراء للصحف الإلكترونية يمثل ركيزة يومية في حياتهم.

-إن التحديات التي جلبتها شبكة الأنترنت ،أظهرت أجيالا جديدة لا تقبل على الصحف المطبوعة،وبالتالي فإن إختيار جمهور القراء في المجتمع الجزائري للصحافة الإلكترونية يكون بهدف إشباع حاجات معرفية، ، و حاجات التسلية فقط في قالب إلكتروني.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس ومطالعة الصحف الورقية؟

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس ،المستوى التعليمي ومطالعة الصحف الإلكترونية؟

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة النشطة في الصحافة الإلكترونية لجمهور القراء ومتغير

السن؟

تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

الجمهور: يعرف على أنه إشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ،وفي مختلف مراحل تطورها ، كما أنه مصطلح يستعمل للدلالة عن الجمهور كظاهرة سوسيولوجية إرتبط ظهورها وتطورها بإنتشار إستعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة.

إنطلاقا من هذه التعاريف فإن المفهوم الإجرائي للجمهور المقصود به ؛قراء الصحف التقليدية المطبوعة بإعتباره أحد العناصر المهمة في العملية الإتصالية ،فهو ذلك المتلقي للرسالة الإعلامية المكتوبة،ويقصد به في هذه الدراسة الدلالة على إشتراك مجموعة من الناس في التعرض للصحافة الورقية.

الصحافة الإلكترونية: تتركز فكرة الصحافة الإلكترونية على بث مادة الصحيفة على إحدى شبكات

خدمات المعلومات التجارية الفورية ،وبخاصة على شبكة الأنترنت مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة

ظهرت كوليده لتكنولوجيا الإتصال، فيعرفها الباحثون على أنها تلك الصحافة التي تستعين بالحاسبات في عمليات الإنتاج والنشر الإلكتروني.

في دراستنا هذه نقصد بالصحافة الإلكترونية الصحف التي يتم إصدارها و نشرها عبر شبكة الأنترنت، سواء كانت نسخة أو إصدارة إلكترونية لصحيفة ورقية، أم صحيفة إلكترونية ليست لديها أصل مطبوع، و سواءا كانت تسجيلا دقيقا لنسخة ورقية أو ملخصات للطبعة الورقية ، طالما أنها تصدر بشكل دوري و منتظم وقد تكون صحف وطنية عربية أو أجنبية .

الصحافة الورقية: هي الصحافة التقليدية المطبوعة التي تتألف من مادة خام (حبر و ورق) و يحصل عليها الجمهور عن طريق الشراء أو الإشتراك.

الإستخدامات: بقصد بها في دراستنا دوافع التعرض أي الأسباب التي تدعوا جمهور القراء لإستخدام الصحافة الإلكترونية و تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال سلوك التعرض للوسيلة الإتصالية، فهي سلوك التعرض للوسيلة الإتصالية، أي عملية التصفح والإطلاع التي يقوم بها الفرد أثناء إستعماله للصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت.

الدوافع: يندرج تحت الدوافع عدة مفاهيم أكثر نوعية كالرغبة، الحافز والإهتمام، ونقصد بهذا المصطلح ما يدفع جمهور القراء إلى التعرض إلى الصحف الورقية وإلى التوجه في المقابل إلى استخدام الصحافة الإلكترونية والرغبات التي يريدون تليبيتها وإشباعها من خلال ذلك.

الإشباع: هي النتائج التي تتحقق لدى جمهور القراء نتيجة إستخدامهم للصحافة الإلكترونية على شبكة المعلومات الدولية، ومن مطالعة الصحافة الورقية.

الإنعكاسات: نقصد بها في دراستنا الآثار الإيجابية والسلبية التي تطرأ على الصحافة الورقية نتيجة ظهور الصحافة الإلكترونية وإستخداماتها المختلفة.

أهمية الدراسة :

تتضح أهمية الدراسة كونها تطرح إستخدام شكل جديد من الصحافة و هو الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت ، كما لا يخفى على أحد أنه مع ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة كانت أنظار الباحثين في مجال علوم الإعلام والإتصال، تتحول لدراسة هذه الوسيلة، ومدى تأثيرها على المتلقي ، خاصة مع التطور الحاصل في وسائل الإعلام بفضل شبكة الأنترنت ، ما خلق نوعا آخر من الجمهور الذي لا تحده الحدود الجغرافية ولا الزمنية ، خاصة الصحافة الإلكترونية التي تعتبر من أهم الوسائل الإعلامية التي برزت مؤخرا وغيرت الخارطة الإعلامية ، خاصة في الجزائر بإعتبارها حديثة العهد مقارنة بالدول الأخرى، ومن هنا تكمن أهمية دراستنا التي تعنى بدراسة القراء كطرف فعال في العملية الإتصالية ومدى إستخدامهم للصحافة الإلكترونية حسب إحدى فروض مدخل الإستخدامات والإشباع الذي يرى أن أفراد المجتمع ينشطون في إستخدام تكنولوجيا الاتصال التي أتاحت لمستخدميها فرص المبادرة ، وكسرت إحتكار الدول في ملكية و إنتاج الرسائل الإعلامية كما يقول أحد الباحثين "أن الأفراد يستخدمون الوسائل الإتصالية الشخصية ببراعة و يسخرونها لأهداف لم تخطر على بال صانعيها" .

الهدف من الدراسة:

- معرفة العلاقة بين الصحف الإلكترونية وجمهورها في الجزائر من خلال مظاهر الإستخدام والإشباع، ومدى إنعكاس ذلك على مقروئية الصحف الورقية.

- وضع فروض نظرية الإستخدامات والإشباعات موضع دراسة وفحص ونقد في سياق الجمهور الجزائري الذي يقرأ الصحف الورقية ويستخدم الصحف الإلكترونية

أسباب إختيار الموضوع :

تنحصر أسباب إختيارنا لهذا الموضوع في محاولة التعرف على تكنولوجيا الإتصال، ويرجع السبب في إختيار الصحافة الإلكترونية تحديدا من بين وسائل الإعلام والإتصال الأخرى، إلى تنامي ظاهرة كثافة إستخدام شبكة الإنترنت، في ظل ظهور معطيات جديدة جاءت بها التكنولوجيا الجديدة، مع إنتشار تقنية الجيل الثالث والجيل الرابع (3G , 4G)، الهواتف النقالة، اللوحات الإلكترونية.. الخ ؛"الحوامل التي يسهل فيها إستخدام الأنترنت في المجتمع الجزائري"، مع الأهمية التي أضحت تتميز بها هذه الوسيلة الإعلامية الإتصالية، والتي تعرف إنتشارا واسعا ومتناميا في العالم كله و في إدراك طبيعة و ميزة الصحافة الإلكترونية عند المجتمع الجزائري الذي يقرأ في الأصل الصحف الورقية.

أما إختيار جمهور القراء بصفة معممة، لإجراء هذه الدراسة، دون تخصيص فئة الطلاب أو الشباب أو المثقفين مثلا فذلك حبا في الموضوعية، وعدم تخصيص فئة معينة على حساب أخرى، بهدف عدم إصدار أحكام مسبقة عن النشاط والإستخدام، بالإضافة إلى الرغبة في معرفة عادات وأنماط إستخدام الجمهور الجزائري للوسيلتين وذلك إستنادا على نظرية "الإستخدامات والإشباعات" و التي ما تزال

فروضها تمثل حقلًا خصبا لإجراء الدراسات إنطلاقا منها، وقياس نتائجها على هذه التكنولوجيا الحديثة - الصحافة الإلكترونية - و الإحاطة بجل التحديات التي تتمخض عنها و المخاطر التي تشكلها على مهنة وصناعة الصحافة المكتوبة.

وكانت الأسباب الموضوعية وراء إختيار هذا الموضوع تكمن أساسا في محاولة تدعيم رصيد البحث العلمي في مجال الصحافة الإلكترونية وطبيعة علاقتها مع الجمهور في الجزائر .

الدراسات السابقة :

حرصا منا على الإستمرارية في البحث العلمي والإستفادة من نتائج الدراسات السابقة، إستندنا على بعض الدراسات في تحديد المشكلة الأصلية لبحثنا وطرح الإشكالية والفرضيات.

دراسة يمينة بلعاليا سنة 2006 تحت عنوان "الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين

تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل¹، حيث تمحورت الإشكالية حول واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر وكيفية تطويرها نظرا لما تقدمه من مساحة للحرية، وقد إستعانت الباحثة بمنهج دراسة الحالة، أين سلطت الضوء على نموذجين لتطور الصحافة الإلكترونية بالجزائر " جريدة الوطن" و "جريدة الخبر".

توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية نوعا إعلاميا لوسيلة إعلامية، تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني، الذي بدوره يتجسد من خلال الأنترنت كأداة ومصدر للمعلومة و تسبب ظهور الصحافة الإلكترونية عبر العالم في خلق رهان كبير بينها وبين الصحافة المكتوبة، من حيث طبيعة العلاقة بينهما

¹يمينة بلعاليا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، سنة 2006.

،حيث أن دخول الصحافة الإلكترونية إلى الجزائر كان عبارة عن حتمية فرضها الغزو التكنولوجي لوسائل الإتصال في العالم،فتجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر متزامنة بشكل جد قريب مع تجربة الصحافة المكتوبة الوطنية التي ما زالت تعد بالكثير.

دراسة كريمة بوفلاحة بعنوان "الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية،دراسة إستكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية،¹2010،حيث تمحورت الإشكالية حول كيفية إستعمال القراء للوسائل التفاعلية المتاحة في الصحف الإلكترونية الجزائرية.

بالإضافة الى تساؤلات فرعية :

-من هم القراء المتفاعلون في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

-ما هي عادات إستعمال المتفاعلين للعمليات التفاعلية المتاحة في المواقع الصحفية الجزائرية؟

-ما هي المواضيع والخدمات التفاعلية التي تستقطب المتفاعلين أكثر من غيرها؟

-ما تقييم الجمهور للخدمات التفاعلية في المواقع الصحفية الجزائرية؟

-ما علاقة المتغيرات الشخصية للمتفاعلين من سن، جنس، مستوى تعليمي، حالة عائلية، مهنة،

جنسية، مكان إقامة بالممارسة التفاعلية للقراء في الصحافة الإلكترونية؟

إعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي من خلال دراسة الجمهور المتفاعل في الصحافة

الإلكترونية الجزائرية التي تقدم وسائل التفاعل لقراءها، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج:

¹كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة إستكشافية لعينة من القراء المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ، جامعة

أن الجمهور المتفاعل في الصحافة الالكترونية الجزائرية ذكوري، وشبابي، وجامعي، معظم أفرادهم عازين مقيمون داخل الجزائر ويشكل الموظفون أكثر فئاته المهنية .

سجلت مواقع الصحف المطبوعة على الأنترنت المراتب الأولى من حيث مشاركة الباحثين فيها، فتحصلت النسخ الإلكترونية للصحف الناطقة باللغة العربية المرتبة الأولى، تليها الناطقة باللغة الفرنسية، وأجمع الباحثين على عنصري التفاعلية وحرية التعبير المتوفرين في الصحف الإلكترونية الجزائرية كأهم الأسباب التي تدفعهم للتفاعل.

دراسة إلهام بوتلجي¹ "الصحافة الإلكترونية الجزائرية وإتجاهات القراء" دراسة مسحية لجمهور

جريدة الشروق أون لاين"، سنة 2011، حيث تمحورت الإشكالية الرئيسية :

ما هي إتجاهات جمهور جريدة الشروق أون لاين نحو القضايا المطروحة؟ بالإضافة إلى الأسئلة الفرعية:

- ما هي الخصائص العامة لقراء الشروق أون لاين؟

- كيف ينظر الجمهور للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟

- ما هي عادات استعمال قراء الشروق لخدماتها؟

- ما هي علاقة إتجاهات قراء الشروق أون لاين بالمتغيرات الديموغرافية؟

إعتمدت الباحثة على منهج المسح وإستخدمت أداتي المقابلة والإستبيان، وتوصلت إلى النتائج التالية:

¹إلهام بوتلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية وإتجاهات القراء "دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والاعلام، سنة 2010، 2011.

جمهور الشروق أون لاين ذكوري، ويمثل الشباب أكبر نسبة من قراء الشروق أون لاين والمكان الأول لتصفح أفراد العينة للجريدة الإلكترونية الشروق أون لاين هو البيت يليه العمل ، مع تراجع لنسب تردد القراءة على مقاهي الأنترنت .

يفضل أفراد العينة تصفح الموقع الإلكتروني للشروق بدل قراءة النسخة الورقية وأن أفراد العينة يكتفون بتلقي الأخبار كما هي دون المشاركة فيها بإبداء رأيهم وكلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين كلما كانوا تجاههم أقوى وطريقة وعيهم أحسن .

دراسة رضا عبد الواحد أمين¹ تحت عنوان " إستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية " 2005 ، تهدف هذه الدراسة إلى قياس درجة تعرض النخب المصرية الإعلامية والأكاديمية والسياسية والدينية للصحافة الإلكترونية، والتعرف على دوافع تعرضهم للصحافة الإلكترونية، وكذا الإشباع المتحقق من وراء هذا الإستخدام، إضافة إلى التعرف على درجة تأثير الصحف الإلكترونية على بيئة الممارسة الصحفية في مصر، ودراسة العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية وشكل العلاقة بالصحافة الورقية.

وقد حاول الباحث الإجابة على مشكلة بحثه من خلال تفكيكها إلى التساؤلات التالية:

- ما السمات والخصائص الرئيسية للنخب المصرية التي تتعرض للصحافة الإلكترونية؟

- ما دوافع التعرض للصحف الإلكترونية لدى النخبة المصرية؟

- ما الإشباع المتحقق من استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية المصرية؟

¹ رضا عبد الواحد أمين، إستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية و تأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، أطروحة دكتوراه، دراسة ميدانية، جامعة الأزهر، شعبة الصحافة و النشر، سنة 2005.

- ما المضامين المفضلة لدى النخبة المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية؟

- ما اتجاهات النخبة المصرية نحو درجة تأثير الصحف الإلكترونية والورقية؟

- ما مدى وجود علاقة بين استخدام النخب المصرية وتعرضهم للصحف الورقية؟

- ما مدى وجود علاقة بين الفئة العمرية لأفراد النخبة وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية؟

- ما مدى وجود علاقة بين الفئة العمرية لأفراد النخبة وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية؟، حيث توصل

في دراسته إلى أن أفراد النخبة يتعرضون للإنترنت بكثافة، وتعتبر الصحف المصرية أكثر تفضيلاً لدى

النخبة من العربية والأجنبية، أما الإشباع التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية

تمثلت في تزويد النخبة بالتحليلات الإخبارية، و تعرض النخبة لشبكة الإنترنت وللصحافة الإلكترونية

قد أثر ولكن بشكل محدود على مقروئية الصحف الورقية .

توصلت الدراسة إلى أن سمة الفورية والآنية في إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات

الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية، وما تمثله هذه النخبة كبديل سهل للصحف التقليدية، وبينت

الدراسة أن الإشباع التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية تمثلت في تزويد النخبة بالأخبار

والتحليلات التي يريدونها.

دراسة عبير شفيق جورج الرحباني¹، تحت عنوان "إستخدامات الصحافة الإلكترونية

وإنعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن" حيث أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف

¹عبير شفيق جورج الرحباني، استخدامات الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، مذكرة ماجستير، جامعة

الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، سنة 2009.

على إستخدامات الصحفيين والإعلاميين للصحافة الإلكترونية، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على مزايا الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية في الأردن، من وجهة نظرهم، كما تهدف إلى تبيان الفروق في إجاباتهم حول ميزات وإنعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحف الورقية تبعاً لمتغير العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، الوظيفة، ومدى الحصول على دورات، وقد حاولت الباحثة الإجابة عن السؤال الرئيسي المتمثل في:

ما إستخدامات الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن؟

وإنبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية :

- كيف يستخدم الصحفيون والإعلاميون الصحافة الإلكترونية، وهل توجد علاقة بين الإستخدامات والنوع الإجتماعي؟.

- ما دوافع تعرض الصحفيين والإعلاميين للصحافة الإلكترونية، وهل توجد فروق بين النوع الإجتماعي ودوافع التعرض؟.

- ما مميزات الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر الصحفيين الإعلاميين، وهل توجد فروق بين هذه المميزات ومتغير النوع الإجتماعي؟.

- ما إنعكاسات الصحافة الإلكترونية على الصحف الورقية من وجهة نظر الصحفيين والإعلاميين؟ .

- هل تختلف إجابات أفراد العينة حول ميزات وإنعكاسات الصحافة الإلكترونية باختلاف متغيرات الوظيفة، المؤهل العلمي، العمر، الخبرة ومدى الحصول على دورات؟

وقد استخدمت الباحثة أداة المقابلة للتعرف على نشأة المواقع الإلكترونية في الأردن، وأداة الإستمارة من خلال عينة عشوائية من الصحفيين والاعلاميين العاملين في المجال الإخباري في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، والصحف الورقية اليومية في الأردن، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

- أن الصحفيين يستخدمون الصحافة الإلكترونية يوميا منذ أكثر من خمس سنوات ويتعرضون لها في العمل حسب الظروف، وأثناء النهار كمؤشر لمتابعة الأخبار، ويفضلون الصحف العربية المنشورة على المواقع العربية باللغة العربية.

- أن الصحافة الإلكترونية احتلت الترتيب الأول كأفضل وسيلة في الحصول على الأخبار لدى أفراد العينة، تليها الصحف الورقية في الترتيب الثاني.

- أظهرت الدراسة أن دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية كانت الدوافع النفعية التي تمثلت بالمعرفة.

- تمتاز الصحافة الإلكترونية على الصحف الورقية اليومية بإمكانية التحديث المستمر والمباشر في نقل الأخبار، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد.

- سهلت الصحافة الإلكترونية المشاركة في الآراء أكثر من الصحف الورقية، وأثرت على الصحف الورقية بإتساع حرية الرأي والتعبير، ولم تؤد إلى إنخفاض عدد قراء الصحف الورقية اليومية في الأردن.

دراسة جاسم محمد الشيخ جابر¹ بعنوان " الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية

والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، حيث حاول الباحث الإجابة عن

التساؤلات التالية:

- ماهي خصائص الصحافة الإلكترونية ومعاييرها المهنية والفنية؟.

-هل الصحافة الإلكترونية العربية مستوفية لهذه الخصائص والمعايير؟.

ومن أجل تحقيق أهداف البحث والإجابة على الأسئلة، فإن الباحث إعتد على منهج تحليل المحتوى، وإقتصرت العينة على المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، ولم تشمل العينة النسخ أو الطباعات الإلكترونية التي تصدر عن صحف ورقية قائمة، على إعتبار أن هذه النسخ تصدر عن مؤسسات صحفية تقليدية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية، في ظل التطور والنمو، إستطاعت أن ترسخ وجودها كنوع جديد " رابع " من أنواع الصحافة و قد رسمت ملامحها وأفرزت خصائص تتميز بها، لكن في الوقت ذاته فإن الباحث وجد أن نسبة كبيرة من المواقع الإلكترونية التي تطلق على نفسها صفة " صحف إلكترونية " لم تراعى الخصائص والمعايير، وأن التفاعلية التي تنطوي عليها العينة من الصحف الإلكترونية هي متدنية ولا تلبي حاجة التفاعل الحقيقية.

أسفرت نتائج البحث كذلك بأن نسبة كبيرة من العينة قد وفرت خدمة البحث بإستثناء خمسة منها فقط لم توفر هذه الخدمة، أن خدمة البحث هنا تكون على مستويين الأول البحث داخل موقع

¹جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، بحث مقدم إلى أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أفريل 2009.

الصحيفة نفسها، والمستوى الثاني هو ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الأنترنت. إن الإستدلال على الفورية والآنية في ملاحقة الخبر والمعلومة وتحديثها على مدار الساعة، قد تم بالنسبة للباحث من خلال توفر عنصرين؛ الأول يتمثل في إشارة موقع الصحيفة إلى التحديث الجاري في صفحات الموقع وبيان زمنه، والثاني من خلال شريط الأنباء الذي تستخدمه الصحف الإلكترونية في أعلى أو أسفل صفحاتها الرئيسية، رغم أن الأخير ليس بضرورة يعكس التحديث والملاحقة الفورية وقد يكون غير محدث إلا أنه في كثير من الأحيان ينطوي على آخر الاخبار.

دراسة سعيد محمد الغريب النجار¹ بعنوان " التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت "

وتتلخص في مجموعة من الأسئلة :

- مامدى تحقّق التفاعلية بأبعادها الستة في الصحف العربية على الأنترنت؟
- هل تعمل هذه الصحف بالنموذج الطقوسي للإتصال متعدد الإتجاه، أم لاتزال تعمل بدرجة ما في ظل النموذج التقليدي للإتصال أحادي الإتجاه؟.
- هل ثمة فروق جوهرية بين الصحف العربية على الإنترنت ذات النسخ الورقية المطبوعة من جهة، والصحف العربية الخالصة على الإنترنت من جهة أخرى، أي التي ليس لها نسخ ورقية، من حيث مستوى التفاعلية في كل من النوعين من الصحف العربية على الإنترنت؟ وللإجابة على تساؤلات الدراسة إعتد الباحث على منهج تحليل المضمون وفي هذا الإطار تم تصميم إستمارة لتحليل مواقع الصحف العربية على الإنترنت، تتضمن الأبعاد الستة للتفاعلية، وتوصلت الدراسة إلى :

¹ سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، بحث مقدم إلى أبحاث المؤتمر الدولي، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009.

تم تحليل 71 صحيفة من الصحف العربية على الإنترنت، 25.4% منها كانت صحفا إلكترونية خالصة ليست لها نسخ ورقية مطبوعة، و 74.6% من الصحف العربية على الإنترنت كانت لها نسخ ورقية مطبوعة، وتم تحليل التفاعلية بالصحف العربية جميعا من حيث أبعادها الستة .

وقد حقق البعد الخامس للتفاعلية الخاص بإمكانية البحث عن المعلومات أعلى الدرجات وبلغت 118 درجة من إجمالي 213 درجة في الصحف مجتمعة، وفي الترتيب الثاني جاء البعد الأول الخاص بتعدد الإختيارات المتاحة بدرجة بلغت 89 (درجة)، وفي الترتيب الثالث جاء البعد الثاني الخاص بإمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحيفة ومحرريها، بدرجة بلغت 87 (درجة)، وفي الترتيب الرابع جاء البعدان الثالث والرابع المتعلقان بتسهيل الإتصال الشخصي ونظام مراقبة الموقع بدرجة متساوية بلغت 54 (درجة)، وفي الترتيب الأخير جاء البعد السادس الخاص بإمكانية إضافة المعلومات، بدرجة بلغت 49 (درجة).

دراسة مها عبد المجيد صلاح¹، إستخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الأنترنت، دراسة تحليلية وميدانية ، جامعة القاهرة ، 2004، إستهدفت التعرف على خصائص الجمهور المصري المستخدم للصحف الإلكترونية، ودوافع إستخدامه لها ، وتحليل مستوى الإمكانيات التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية على الأنترنت.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الدوافع لإستخدام الصحف الإلكترونية هي الدوافع النفعية ، متمثلة في الحصول على المعلومات والأخبار عن بعد ، الفورية في متابعة تطورات الأحداث ، بينما جاءت الدوافع

¹مها عبد المجيد صلاح ، إستخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الأنترنت، دراسة تحليلية وميدانية ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة والنشر 2004.

الوقتية المتمثلة في الفضول لإستخدام وسيلة إعلامية جديدة من أقل الدوافع إلحاحا لإستخدام النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية.

وفيما يتعلق بمدى المصدقية، بينت الدراسة أن أكثر من نصف الباحثين يثقون بدرجة عالية في النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية عموما، ويثقون في النسخ الإلكترونية من الصحف الأجنبية أكثر من نظيرتها من الصحف المصرية والعربية، كما أكدت أن الجمهور يستخدم هذه النسخ الإلكترونية وخدمات المعلومات الفورية الأخرى كمصادر مكملة لمصادر المعلومات التقليدية وليست بديلا عنها.

دراسة عن الصحافة الإلكترونية والإنطلاق إلى أين؟ سنة 1996، وقد أجريت على 40

صحيفة يومية أمريكية تصدر من 26 ولاية مختلفة، وتمثل نسبة 32 بالمائة من كل الصحف اليومية الأمريكية الصادرة على الأنترنت، ولها إصدارات مطبوعة تقليدية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التفوق المستقبلي سيكون لصالح الصحف الإلكترونية، وإستندت الدراسة إلى العديد من التحديات التي باتت تواجه الصحيفة المطبوعة، ومنها الإنخفاض المستمر في معدلات قراءتها، والذي يواجه الزيادة المستمرة في إقبال الجمهور على الإستفادة من شبكة الأنترنت وما تقدمه من قدر هائل من المعلومات بشكل سريع وفوري، هذا إلى جانب المشكلة الرئيسية التي تواجه الصحيفة المطبوعة، وتعلق بالتكلفة المالية المرتفعة لإنتاجها وتوزيعها في مقابل الصحيفة الفورية التي تنتج وتوزع بشكل أكثر سهولة، أقل تكلفة وأكثر سرعة.

التعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة التي تمثل دعامة نظرية بالنسبة لنا سجلنا ما يلي:

1. انه مع كثرة الدراسات التي تناولت الصحف الالكترونية ،إلا أن موضوع البحث حتى الان غير واضح المعالم، كما أن هذا المجال البحثي بحاجة الى معرفة خصائص مستخدمي الصحف الالكترونية وأنماط الاستخدام.

2. أن غالبية الدراسات العربية ركزت اثناء دراستها للجمهور المستخدم على فئة عمرية معينة وهي الشباب الجامعي، كما ان معظم العينات التي خضعت للدراسة الميدانية تراوحت ما بين 60-100 مفردة، الأمر الذي يلاقي صعوبات علمية في تعميم نتائج البحوث.

3. إن موضوع هذه الدراسة التي تهتم باستخدامات الصحافة الالكترونية عند جمهور القراء في الجزائر ، لم يطرح على بساط البحث من قبل ،إلا في حدود ضيقة، كما ان قياس فروض نظرية الاستخدامات والاشباع على الصحافة الالكترونية هو الذي غاب تماما في جل الدراسات.

وقد استفدنا من مداخل البحوث والدراسات السابقة وأدواتها ونتائجها في تحديد مشكلة الدراسة البحثية ،وفي الاجراءات المنهجية للبحث.

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة أو موقف معين ، للحصول على معلومات كافية ودقيقة ، وتصنيفها وتفسيرها وإستخلاص

نتائجها، فالدراسات الوصفية ليست " مجرد جمع البيانات والحقائق، وإنما هي تعنى بجمع الحقائق وإستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الإتجاهات الكامنة فيها، هذا وقد لا تكتفي هذه البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وبتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الظواهر موضوع البحث¹."

ولم تقتصر هذه الدراسة على وصف الظاهرة وجمع المعلومات والبيانات عنها، بل سعت إلى تصنيف ما توصلت إليه من معلومات، تعبر في مجملها عن إستخدامات جمهور القراء للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، بما يفيد التعرف على طبيعة العلاقة بين الصحافة الورقية والصحافة اللاورقية.

منهج الدراسة :

تقتضي طبيعة هذه الدراسة الإستعانة بمنهج المسح الاجتماعي، لأنه أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية، الذي يستهدف تسجيل وتحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها²، كما يعتبر من أحد المناهج العلمية المعينة على إكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات التي تؤثر سلباً أو إيجاباً على الظاهرة، مما يستوجب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف للبحث و الدراسة لهدف نهائي وهو القياس.

ومن خلال تطبيق هذا المنهج يمكن الوصول إلى مسح التراث العلمي السابق ، ومسح إستخدامات أفراد العينة للصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وإذا كان تعريف منهج المسح بأنه أحد الأشكال

¹صالح محمد الفوال :مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، سنة 1982، ص35

²محمد عبد الحميد ،بحوث الصحافة ،ط2، القاهرة، عالم الكتب ،1997، ص93

الخاصة بجمع المعلومات على حالة الأفراد وسلوكهم، وإتجاهاتهم، فإنه يعتبر أيضا الشكل الرئيسي لجمع المعلومات، عندما تكون العينة كبيرة ومنتشرة، بالشكل الذي يصعب الإتصال بمفرداتها، مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت، والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الاعلام في إطارها الوصفي والتحليلي، وبذلك فهو يعيننا عن كشف خصائص مجتمع الدراسة، والتعرف على طرق تعرضهم للصحف الإلكترونية، و رؤية المبحوثين لمستقبل صناعة الصحافة بشكل عام في ظل الإمكانيات التكنولوجية .

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 بإستطاعة الباحث معرفة حجمها الكلي، وإخضاعها كلها للملاحظة العلمية، وفق أهداف البحث المسطرة وهذه الطريقة لا يمكن تطبيقها عمليا في البحوث الأكاديمية.

على هذا الأساس فدراستنا هذه عبارة عن مسح بالعينة، وهذا نظرا لحجم جمهور قراء الصحافة الورقية الكبير في الجزائر، الذي يستلزم الدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة.

تم الإستعانة بالأسلوب المقارن حيث أنه يظهر في هذه الدراسة كإلزامية للوصول إلى الهدف المرجو، نظرا لتطرقنا إلى وسيلتين إعلاميتين مختلفتين ومتشابهتين في الوقت ذاته؛ الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، ومن هنا فإن إستخدام أسلوب المقارنة، يعد تكملة لإجراءات منهج المسح الاجتماعي، حتى تتمكن من الربط بين النتائج التي ستتوصل اليها الدراسة، فهو يعرف بأنه عملية عقلية تتم بتحديد

أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين ظاهرتين إجتماعيتين أو إقتصاديتين... أو أكثر، يستطاع من خلالها الحصول على معارف أدق يتميز بها موضوع الدراسة، في مجال المقارنة والتصنيف.

فيمكن القول أن الأسلوب المقارن يشمل على إجراء مقارنة بين ظاهرتين، بقصد الوصول إلى حكم معين يتعلق بوضع الظاهرة في المجتمع، فهو منهج شبه تجريبي يختبر كل من العناصر الثابتة، والعناصر المتغيرة، لظاهرة ما، في أكثر من مجتمع أو أكثر من زمن.¹

أدوات جمع البيانات :

للمناهج العلمية أدوات لجمع البيانات، وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي يتوفر فيه الإتساق و الثبات والصدق والصلاحية من أجل الهدف الذي أعدت له.

وسوف نقوم في هذه الدراسة بإختيار الإستبيان كأنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الحصول على قدر هائل من المعلومات حول مجتمع البحث أو عينة الدراسة، فهي تعتبر من الناحية المنهجية، أسلوب جمع البيانات تستهدف إستشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق وآراء، أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

¹: جميل صليبا، أساليب البحث العلمي، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، ط2، سنة 1987، ص 497.

ومن حيث الشكل، فهي عبارة عن مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة¹.

ويعرف الإستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين، أو يجري تسليمها باليد للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع، أو التأكد من معلومات متعارف عليها.²

إختبار الصدق :

من بين الشروط التي إلتزمنا بها في إنجاز الإستمارة، هو إخضاعها إلى عملية التحكيم من طرف أساتذة مختصين، فبعد إنجازها، وتنظيم أسئلتها، عرضت عليهم بغية معرفة مدى مطابقتها لعناصرها للشروط العلمية، ومدى إنسجامها مع الموضوع، والهدف المرجو، وبناء على جميع الملاحظات والتي إتفقت في مجملها على ضرورة تخصيص محورين خاصين بكل وسيلة، عدلت الإستمارة لتوزع في شكلها النهائي على العينة محل الدراسة.

الدراسة الإستطلاعية :

قبل التوزيع النهائي للإستمارة على كل المبحوثين، قمنا بإختبارها على مجموعة من الأشخاص من ولايتي "تلمسان وسيدي بلعباس"، للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهم معناها، خاصة وأن الإستمارة

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب، القاهرة، (دون ذكر الطبعة)، سنة 2000، ص 353.

² سيد أحمد غريب، تصميم وتنفيذ البحث العلمي الإجتماعي، ط3، الإسكندرية، دار المعرفة 1994، ص 106.

موجهة إلى الأفراد المثقفين وغير المثقفين، وبعد الإطلاع على الإجابات، لاحظنا غموضاً في سؤال واحد فقمنا بإعادة صياغته، لتصبح الاستمارة جاهزة للتوزيع الكلي على العينة قصد دراستنا.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

لكي يكون البحث مقبولاً وقابلًا للإنجاز، لا بد 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 مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات"، كما يعرف بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، إذن فمجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو مجموع الأفراد والقراء الذين يطلعون على الصحف المطبوعة في الجزائر. طرح الكاتب Ar Jarabz سؤالاً يعبر فيه عن مفهوم العينة قائلاً كيف يمكنك أن تقابل ألف شخص فقط، وتستطلع آراءهم ثم تدعي بأنك تعرف ما يفكر فيه 250 مليون أمريكي؟¹، والمقصود هو كيف يمكن دراسة مجتمع كبير من حيث عدد السكان عن طريق دراسة جزء منه فقط؟، ثم تعميم النتائج التي يتحصل عليها، على كل أفراد المجتمع الكبير، ونظراً لصعوبة الوصول إلى المجتمع الأصلي وحصر كل الجمهور، لجأنا إلى طريقة المسح بالعينة على أنها "ذلك الجزء من مجتمع البحث، الذي سنجمع من خلاله المعطيات أو مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين".

¹ شيلدون آر جاوايزروجي، إيقانزويت، دليل الصحفي إلى إستطلاعات الرأي العام، تر. هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، سنة 1997

وفي دراستنا هذه إستعنا بالعينة العشوائية البسيطة ،وفي هذا السياق تعرف أنها نوع من المعاينة فهي إجراء أساسي يعني أخذ عينة بواسطة السحب بالصدفة من بين مجموع عناصر مجتمع البحث،فهي تندرج ضمن العينات الإحتمالية التي تختار وحداتها بإحدى وسائل الإختيار العشوائي ،وتعرف كذلك بأنها العينة التي تختار بطريقة تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع الفرصة نفسها في الإختيار أو الظهور وهذا النوع من العينات لا يتيح فقط لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة بل يتيح ايضا لكل مجموعة من مجموعاته الفرصة ذاتها¹.

حدود الدراسة:

تم اختيار أربعة ولايات من الغرب الجزائري، أين وزعت فيها حوالي 350 استمارة بشكل تقريبا متساوي وعشوائي، على أفراد عينة البحث والمتمثلة في جمهور القراء الجزائريين أيا كان مستواهم أو وظيفتهم لولاية تلمسان، مستغانم، سيدي بلعباس ووهران، لقرب منطقة الدراسة من مكان إقامتنا، وكذلك ليسهل علينا التعامل مع مجتمع البحث.

الأساليب الإحصائية:

يعرف علم الإحصاء بأنه العلم الذي يهتم بأساليب جمع البيانات وتنظيمها ،في جداول إحصائية ،ثم عرضها بيانيا ،ومع تطور هذا العلم في العصر الحديث يمكن تعريفه بأنه العلم الذي يبحث في جمع

¹عاطف عدلي العبد ،زكي احمد عزمي، الأسلوب الاحصائي واستخدامه في بحوث الراي العام والاعلام ،الدراسات الميدانية ،تحليل المحتوى ،العينات ،(دون ذكر الطبعة)،دار الفكر العربي ،القاهرة،سنة1999،ص،ص146،147.

البيانات المتعلقة بمختلف الظواهر وتسجيلها في صورة رقمية وتصنيفها وعرضها في جداول منظمة وتمثيلها بيانيا ، وإيجاد المقاييس الإحصائية المناسبة¹.

-مقارنة الظواهر المختلفة ودراسة العلاقات والاتجاهات بينها وإستخدامها في فهم حقيقة تلك الظواهر ومعرفة القوانين التي تسير تبعاً لها.

-تحليل البيانات وإستخراج النتائج منها ثم إتخاذ القرارات المناسبة.

وقد إستعملنا الكمبيوتر ،لحساب وتنظيم وجدولة المعلومات المقدمة من طرف المستجوب ،وإعتمدنا في ذلك على برنامج (SPSS) الطبعة العشرين و الذي يعد من أكثر برامج الإعلام الآلي إستعمالاً في مثل هذه الدراسات ،لأنه يساعد كثيراً بعد تفرغ المعلومات التي تحتويها الإستمارة على إختصار الوقت خاصة ما تعلق الأمر بترميز الأجوبة وترتيبها وفق معايير محددة مسبقاً من طرف الباحث،حساب الأجوبة وإستخراج النسب المئوية...الخ.

وتعتبر القواعد والقياسات الإحصائية من أهم أدوات التحليل الإحصائي في العلوم الإنسانية والإجتماعية ، كما أنها ضرورية لمعالجة البيانات الميدانية إحصائياً².

الأساليب التي تم إستخدامها هي الأساليب الإحصائية الوصفية ،التكرارات،النسب المئوية، مقاييس النزعة المركزية، إستخدمنا منها" المتوسطات الحسابية والمنوال " ،ومقاييس التشتت وإعتمدنا منها على

¹سناء إبراهيم أبو دقة،سمير خالد صاني ،تطبيقات عملية بإستخدام الرزم الاحصائية للعلوم الإجتماعية،في البحث التربوي والنفسي ،الجامعة الاسلامية ،غزة،سنة 2013،ص 7.

²غريب محمد السيد أحمد ،تصميم البحث العلمي ،دار المعرفة الجامعية ،دون ذكر الطبعة،مصر ،سنة 1986 ،ص 268.

"الإنحراف المعياري ومعامل الاختلاف"، وإستعنا كذلك باختبار "t-test" للمقارنة بين المتوسطات وهو إختبار يقيس درجة التباين بين متوسطين، فهو مقياس للمقارنة بين العينات الصغيرة، ولا يشترط ان يكون حجم العينتين متساويا¹، فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة وعلاقتها بسلوك المبحوثين الإتصالي، وكل ذلك بهدف الدراسة الوصفية الوافية لكل المتغيرات المعتمدة في الدراسة، قصد تحديد أنماط ومظاهر الإستخدام والإشباع للصحافة الإلكترونية، وكذا إنعكاسها على الصحف الورقية.

¹ اسماعيل سعيد سيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، (دون ذكر دار النشر)، الطبعة 1، مؤسسة الرسالة، (دون ذكر مكان النشر)، سنة 1994، ص

الإطار النظري

(الفصل الثاني)

الفصل الثاني. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام من منطلق نظرية الاستخدامات و الإشباع

توجد عدة مدخل نظرية لدراسة الصحافة الإلكترونية، ومن بين هذه المدخل مدخل الاستخدامات و الإشباع، بإعتباره يساعد على التعرف على نمط استخدام جمهور القراء لهذه الوسيلة الإتصالية الجديدة، و دوافع إستخدامهم لها، و الإشباع المتحققة من وراء هذا الإستخدام .

و يعد مدخل الاستخدامات و الإشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإتصال حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي، الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإتصال على تغيير المعرفة و الإتجاه و السلوك حيث تعتبر هذه النظرية تيارا فكريا جديدا ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية في الأربعينات من القرن الماضي، و قد عمل رواد هذا التيار أمثال برنارد بيلسون و بول لازار سفيلد، و هارولد لاسويل إلى التقليص من مصداقية نموذج المنبه و الإستجابة¹.

و يؤمن مدخل الاستخدامات و الإشباع أن للجمهور إرادة، يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم، و أي محتوى يختار، و يركز على الدوافع الخاصة، و يفترض أن المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الإتصال، لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الإجتماعي و النفسي الذي يعيش فيه .

وهذا ما يدفعنا إلى التطرق في هذا الفصل، إلى معرفة نظرية الاستخدامات و الإشباع، من حيث النشأة والتطور، وكذلك من حيث المفهوم والخلفية المعرفية، وذلك في المبحث الأول، أما المبحث الثاني

¹ Charon Danielle, **Une introduction à la communication**, université du Quebec : collection et communication et société, 1994, p33

فسندرج من خلاله العناصر الأساسية لمدخل الإستخدامات والإشباعات، في عرض لأهم الفروض الأساسية التي بنيت عليها هذه النظرية، ثم نتقل في المبحث الأخير إلى أهم الإنتقادات التي تعرضت لها النظرية، وكذا الإتجاهات الحديثة في بحوث نظرية الإستخدامات والإشباعات.

المبحث الأول: ماهية نظرية الإستخدامات والإشباعات:

إنه من بين أهم المفاهيم الخاصة بالعملية الإتصالية عرضة للتغيير والتحديث، بتأثير عوامل كثيرة هو مفهوم جمهور وسائل الإعلام والإتصال، وقد كانت البداية مع نظرية الرصاصة السحرية، التي ترى بأن جمهور وسائل الإعلام يتأثر مباشرة بالوسائل التي يتعرض لها، أي أنه بمجرد وصول رصاصة الدعاية الى الفرد، فإن تلك الدعاية تصيب الهدف الذي وضعته¹، متأثرة في ذلك بالنظرية النفسية التي كانت شائعة آنذاك، والتي كانت تعتقد بأن كل منبه، يحقق إستجابة مؤكدة².

لكن سرعان ما تم التخلي عن هذه الفكرة، بسبب بدء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع، وظهر نتائج تتعارض والرصاصة السحرية، إضافة إلى أن علماء الإجتماع وعلماء النفس توصلوا إلى نتائج جديدة تماما حول الخصائص الشخصية والإجتماعية للإنسان.

¹ فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط1، سنة 2002، ص 140.

² عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الإتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، (دون ذكر الطبعة)، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر سنة 1997، ص 198.

وبعد بروز عدة نظريات ،ظهرت نظرية الإستخدامات والإشباعات ،التي أتت بمباديء، تمنح من خلالها للجمهور حيزا من السيادة في عملية إختيار المضمون الإعلامي، في مبدأ الإدراك الإنتقائي،مبدأ الإهتمام الإنتقائي ،مبدأ التذكر الإنتقائي ومبدأ التصرف الإنتقائي¹.

وستتطرق في هذا المبحث إلى تعريف نظرية الإستخدامات والإشباعات،وكذلك تطورها الكرونولوجي،وذلك في مطلبها الأول والثاني على التوالي.

المطلب الأول: تعريف نظرية الإستخدامات والإشباعات.

يعد مدخل الإستخدامات و الإشباعات تطبيقا لمدخل الوظيفة الفردية ،الذي يتعامل مع وسائل الإتصال من وجهة نظر الفرد على أساس أنه لا وظائف لوسائل الإعلام و الإتصال لتقدمها للمجتمع، إلا من خلال الوظائف التي تقدمها للأفراد .

و من هنا يلتقي مدخل الإستخدامات و الإشباعات بالتحليل الوظيفي، على أساس أن وظائف وسائل الإعلام و الإتصال قد يكون إشباعا لحاجات موجودة لدى الأفراد، حيث أنها حاولت منذ ظهورها أن تدرس الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ،و لقد إستخدمت منظورا جديدا لدراسة العلاقة بين الجماهير و وسائل الإتصال²، لكن الجديد في مدخل الإستخدامات و الإشباعات هو أنه تناول

¹أديب حضور ،دور الإعلام في مكافحة المخدرات ،دار الايام،الجزائر ، ط 1 ،سنة 1999 ،ص 9.

² Attalah Paul, **Théories de la communication** : histoire, contexte, pouvoir ; collection et société ;télé, université du Qubec, canada, 1991, p51 .

وظائف الإتصال من منظور ما يفعله الجمهور بوسائل الاتصال ، و ليس من خلال ما تفعله وسائل الإتصال بالجمهور¹ .

و يعبر مدخل الإستخدامات و الإشباعات على منظومة تتضمن العديد من النماذج كما أنه يعتمد على عدد من العناصر و العلاقات ،عن تولد حاجات بيولوجية و نفسية و إجتماعية، لدى الإنسان و تتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية و الإطار الاجتماعي الذي يحيط بالفرد ،و ينتج عن ذلك مشكلات فردية ،تختلف في حد ذاتها، و حلولاً مختلفة لتلك المشكلات ،و بالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات ،أو لإشباع الحاجات و ذلك من خلال التعرض لوسائل الاتصال و ممارسة أنشطة أخرى، و يؤدي ذلك إلى أنماط مختلفة من الإشباع ،أو عدم الإشباع، بما يؤثر على الخصائص الفردية و بناء المجتمع، ثم تتولد توقعات إضافية تمر بذات المراحل السابقة في شكل عملية مستمرة .

المطلب الثاني: نشأة و تطور مدخل الإستخدامات و الإشباعات:

طرح كاتز مدخل الإستخدامات و الإشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية برنارد بيرلسون، بموت حقل أبحاث الإعلام، و قال بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث إستهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت إختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير، بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس، و أظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الإتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، وإقتراح "كاتز" التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية ، و طرح نموذج Riely and Riely سنة

¹ هبة احمد شاهين، إستخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ،دراسة تحليلية ميدانية، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، سنة 2001، ص 237.

1951، الذي أكد استخدام الأفراد المستخدمين لمضمون الرسائل نفسها بهدف تحقيق إشباعات متباينة، و تطور مفهوم الاستخدامات و الإشباعات في دراسة كاتز و بلوملر سنة 1969 للإنتخابات العامة البريطانية عام 1964م، و التعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الإنتخابية، و حدد كاتز، بلوملر و غورفيتش سنة 1974م، إختصاص مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالأصول النفسية و الاجتماعية و التوقعات من وسائل الاتصال، و المصادر الأخرى التي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة و الإندماج في أنشطة تنتج من الإحتياجات و الإشباعات، بالإضافة إلى نماذج أخرى لم يكن مخطط لها¹ ، وهناك دراسة للولف و فيسك عام 1949 حول أسباب إهتمام الأطفال بالبرامج الهزلية؛ لاحظا أن هناك مجموعة من الوظائف تقف وراء إهتمام هذه الشريحة بهذا النوع من البرامج، وهي التعمق في العوالم الخيالية ، و تصور البطل الذي لا يقهر ، و تمثل العالم الحقيقي من خلال متابعة كوميديا الأطفال و الملاحظ في هذه الدراسات هو التركيز على وسيلة إعلامية معينة ، و دراسة إحتياجات جمهور محدد².

و تطورت أبحاث الاستخدامات و الإشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة المختصين **Briant , Riccomini, Stanfard, Zillman** ، حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة و التعرض لها ، في حالة توافق الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها.

¹ رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2007، ص، ص34، 35.

² Jean- Pierre Meubier , **Introduction aux théories de la communication** , Bueck université , 2 édition , 2004 , p 37.

المبحث الثاني : العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

من خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبل سلبي لوسائل الإتصال الجماهيري، و إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الإتصال والإعلام التي يرغبون في التعرض لها، و نوع المضمون الذي يلي حاجتهم النفسية و الإجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة¹.

إن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الإتصال و التي تنشأ في بيئة إجتماعية و نفسية معينة، تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال فضلا عن مصادر أخرى، غير وسائل الإعلام و الإتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لحاجاته، و قد تنجح وسائل الإتصال في تحقيق هذه الإشباعات و قد لا تنجح في ذلك².

المطلب الأول: إفتراض الجمهور النشط و دوافع تعرضه لوسائل الإعلام.

يلخص كاتز و زملائه إفتراضات هذه النظرية (الإستخدامات و الإشباعات) في النقاط التالية³ :

1- جمهور المتلقين جمهور نشط، و إستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2- يمتلك الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و إختيار وسائل معينة .

¹ حسن عماد مكاوي ،ليلي حسين السيد،الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدر المصرية اللبنانية،(دون ذكر الطبعة)،القاهرة،مصر،سنة2003،ص240.

² عادل عبد الغفار، فرج خليل، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، سنة1995 ص9.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط2، سنة2000، ص222.

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الإتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية... الخ .

4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو يحدد إهتماماته، أو حاجاته و دوافعه، و بالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته .

5- الإحكام بين قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و إستخدامه لوسيلة أو محتوى معين، يجب أن يحدداهما الجمهور نفسه، لأن الأفراد قد يستخدمون المحتوى ذاته بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة .

و يحقق مدخل الإستخدامات و الإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي¹ :

التعرف على كيفية إستخدام الأفراد لوسائل الاتصال، و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع إختيار و إستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، و التفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري .

أ/ افتراض الجمهور النشط:

يرى Palmagreen أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

الإنتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية و المضامين وفقا لما يتفق مع إحتياجاته و إهتماماته.

¹حسن عماد مكاي، إستخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلبة الجامعة، مجلة بحوث الاتصال، العدد 8، أكتوبر، سنة 2000، ص 78.

الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات و التعليق على مضمون الإتصال¹.

الإستغراق: و يتم ذلك من خلال الإندماج مع ما يتعرض إليه الفرد من مضامين.

إن هذا الإفتراض (الجمهور النشط) ، هو من أهم الإعتبارات التي يجب أن تراعى في دراسة الإستخدام الإعلامي في الأجهزة خاصة الأجهزة الإلكترونية الحديثة، و تلخص الأبعاد الخمسة الرئيسية كما أشارت إليها كل الدراسات، و الكتابات التي تناولت جمهور وسائل الاعلام فيما يلي:

الإنتقائية: يكون الجمهور نشطا، كلما كان إنتقائيا في علاقته بوسائل الإعلام، و المحتوى المقدم بها، و في الوقت نفسه يشير الباحث المختص Mequail سنة 1998، إلى أن الإنتقائية تمثل الإتجاه الضعيف في نشاط الجمهور في بعض الحالات، مثل الإنتقائية التي إرتبطت بظهور وسيلة التحكم عن بعد في قنوات التلفزيون، حيث أصبح التنقل السريع عبر القنوات بواسطة شكل من أشكال الإنتقائية و تبدأ إنتقائية الجمهور في استخدامه للصحف الفورية عن إختياره عدم الإكتفاء بالنسخة الورقية والإتجاه للاصدار الفوري، و في إحتفاظه ببعض المواقع ضمن قائمة المواقع المفضلة لديه، و أيضا قد يظهر في إهتماماته حفظ صفحات معينة من الاصدار وإرسالها لصديق أو طباعتها .

¹مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات، دار الفجر ،ط1، القاهرة، مصر، سنة2004، ص، ص 115،116.

العمدية في الإستخدام:

حيث أن الجمهور النشط هو الذي يشارك ويرتبط في معالجة المعلومات التي يستقبلها، ويقوم بعدد من الإختيارات الواعية الإرادية للقيام بذلك، وتحقق العمدية في أسلوب تفاعل المستخدم مع المحتوى وأشكاله المختلفة وبين مستوى تعمقه في النص.

كما أشارت الدراسات السابقة إلى أنه بالنظر إلى كم المعلومات والأخبار الفورية الموجودة على شبكة الإنترنت، فإن النشاط الذي يبذله مستخدميها للبحث عن الأخبار، هو نشاط هادف وموجه وعمدي، وبالتالي فإن تعرضه بالصدفة للأخبار والمعلومات الفورية، يعد ظاهرة واضحة وملموسة عند التعامل مع الأنترنت .

المشاركة: فكلما إستغرق أفراد الجمهور في خبرة إستخدام الوسيلة الإعلامية كلما إزدادت مشاركته وإرتباطه بها، وهو ما يمكن تسميته بالإستشارة الإيجابية أو الإستشارة الفعالة.

وتتحقق المشاركة في إستخدام مواقع الصحف على الأنترنت ودافع المستخدم في خبرة الحدث إما بإتصاله مباشرة من مصادر المعلومات ، أو من خلال وجود أشكال مبهرة ومؤثرة في عرض مادة الحدث.

مقاومة التأثيرات غير المرغوبة:

إن الإستخدام النشط لوسائل الإعلام يؤكد على أن الجمهور لديه القوة الكافية لمقاومة التأثيرات غير المرغوبة للإستخدام وأن المستخدم يظل مسيطرا على هذه التأثيرات قادرا على مقاومتها، وبالتالي

فالوسائل التي يشارك بها المستخدمين في الرد والتعليق فيما هو منشور في مواقع الصحف على الأنترنت ،سواء من خلال البريد الإلكتروني أو جمعيات المناقشة، أو المنتديات الإلكترونية المتاحة على موقع الصحيفة نفسها إحدى وسائل تعبير المستخدمين عن آرائهم.

تحقيق المنفعة:يرتبط تحقيق المنفعة من إستخدام الإصدارات الصحفية على الأنترنت بالمميزات التي تنفرد بها عن النسخ الورقية التقليدية ، سواء في الخدمة الإعلامية نفسها، أو الخدمات الإضافية التي توفرها أو يدرسها المستخدم ويتوقعها.

ب- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام :

تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للإتصال، و بصفة خاصة تلك التي يتوقع الفرد أن يشبعها، أو يلبيها له الآخرون للتكيف مع البيئة¹، و تعتبر إشباع الحاجات و تلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الإتزان النفسي، الذي يساعده على إستمرار التواصل مع الغير و التكيف مع البيئة، وهذا ما يفسر سلوك الفرد في إتجاهه إلى إشباع الحاجات التي يفتقدها في تعامله مع الغير بشكل مباشر أو غير مباشر، و ذلك من خلال اللجوء إلى إستخدام وسائل الإعلام ،و عليه توجد طريقتان لإشباع الحاجات و الدوافع².

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص277.

² تسعديت قدار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الاذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات و الاشباعات لدى الشباب، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الاعلام والاتصال، سنة 2010، ص85.

الطريقة الطبيعية: المتمثلة في اللجوء إلى التفاعل الإجتماعي ،من خلال الإتصال في وضعية وجه لوجه، مع أفراد الجماعة الأولية(أفراد الأسرة)، و أفراد الجماعات الثانوية(أصدقاء،أقارب، نوادي، مقاهي...الخ)

الطريقة البديلة للطريقة الطبيعية: تتمثل في استخدام وسائل الإعلام،، و كلما غابت وسائل الطريقة الطبيعية، إلا و لجأ أفراد الجمهور إلى الطريقة البديلة، أي أن الفرد يستعمل وسائل الإعلام عندما لا يجد سبيلا لاستعمال الطريقة الطبيعية، لإشباع الرغبات التي تتولد لديه، فالبديل الوظيفي هو بمثابة إستراتيجية تلبي حاجات الفرد التي وجدت طريقا مسدودا لتلبيتها عن طريق السبيل الطبيعي¹، لهذا يبقى الأفراد خاضعين لبدائل الطريقة الطبيعية ما دام المحيط الإجتماعي و النفسي لا يقدمان للأفراد الفرص و الإمكانيات اللازمة² بطريقة كافية لتلبية حاجاتهم الموجودة .

وقد إعتبر كاتز وزملاؤه سنة 1973 م ، أن الأفراد يستخدمون وسائل الإتصال الجماهيري للإتصال بالآخرين ، وقاموا بتجميع 35 حاجة من البحوث السابقة ، وذلك لتحديد الوظائف الإجتماعية والنفسية لوسائل الإتصال الجماهيري، يمكن تجميعها في خمسة فئات وهي:

- الحاجات المعرفية: إكتساب المعلومات، المعرفة ، الفهم.
- الحاجات العاطفية: العواطف، الإستمتاع ، الخبرة الجمالية .
- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصدقية ، الثقة، الإستقرار.

¹محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره،ص289.

²رضا عبد الواحد امين ، الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره،ص،ص40،39

- الحاجة للتكامل الإجتماعي: تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء .

- الحاجة لتخفيف التوتّر: الهروب والترفيه .

وهناك خلاف بين الباحثين في دراسة التعرض لوسائل الإعلام، فهناك وجهة نظر ترى أنه من الممكن النظر إلى الدوافع على أنها حالة داخلية، يمكن للجمهور إدراكها وفهمها مباشرة، من خلال منظور مدخل القيمة المتوقعة فإن دوافع الفرد للتعرض لوسائل الإتصال تعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة، أو خصائص ذات قيمة في الوسيلة، تدفع الجمهور للتعرض إليها، وبالتالي فإن الفرد يكون قادرا على التعبير، وبشكل لفظي عن أسباب استخدامه لوسائل الإعلام .

بينما هناك وجهة نظر أخرى ترى أنه ليس من الممكن فهم وإدراك دوافع الجمهور مباشرة، فالدوافع لا يمكن فهمها مباشرة نتيجة تمتعها بدرجة عالية من التجريد، وبالتالي يجب إستنباط الدوافع من المبحوث عن طريق إستخلاصها من الأفكار والسلوك، وبالتالي تختلف الحاجات والمشكلات والدوافع بإختلاف الأفراد والجماعات.

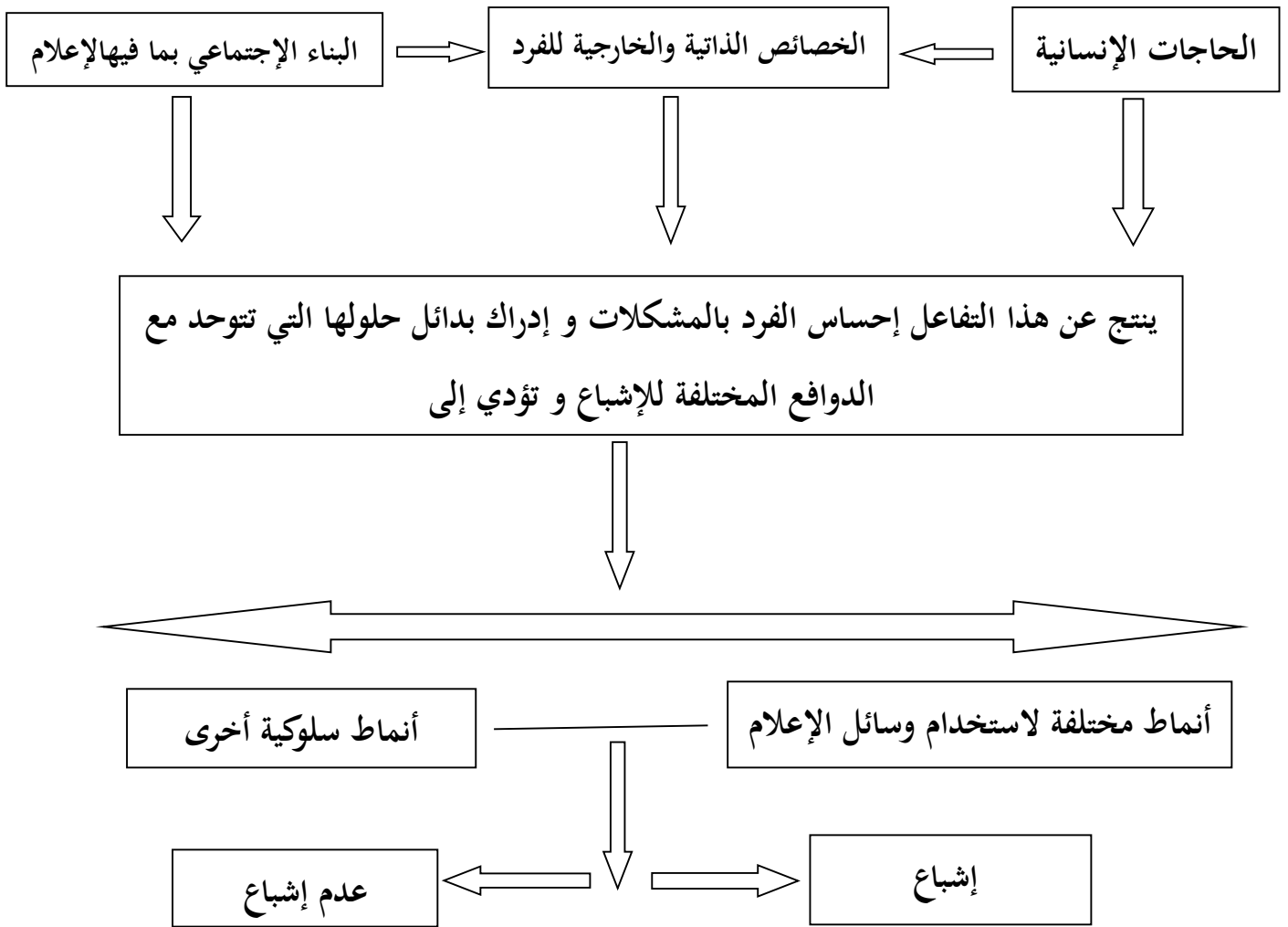
و مع فهم الباحثين لتأثير الحاجة و حركة الدوافع و علاقتها بالسلوك الإنساني ظهرت إتجاهات عديدة في علم النفس لتصنيف الحاجات و الدوافع و من أهمها تصنيف "إبراهيم ماسلو" الذي صنف الحاجات إلى خمس فئات، تبدأ بالحاجات الأولية (فسيولوجية)، ثم تليها الحاجات الثانوية الحاجة إلى الأمن والإستقرار، الحاجة إلى الإنتماء، الحاجة إلى تقدير الآخرين، الحاجة إلى تقدير الذات¹، و قد قام الباحث

¹محمد فرغلي فراج وآخرون، السلوك الإنساني، نظرية علمية، القاهرة، دار الكتب الجامعية، (دون ذكر الطبعة)، سنة 1997، ص 116.

Kail Rosengren ببناء نموذج الاستخدامات و الإشباعات، حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في

أعلى هرم ماسلو، و مدى إرتباطها بنموذج الاستخدامات و الإشباعات مقارنة بالحاجات العضوية

والنفسية الأساسية .



شكل رقم 1: يوضح نموذج روزنجرين للإستخدامات والإشباع

و هناك من أدرج الحاجات و الدوافع في فئتين، ذلك حسب ما توصلت إليه معظم دراسات الاتصال¹.

دوافع منفعية: تستهدف التعرف على الذات، و إكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات، إذ

تعكسها (الدوافع) مضامين الواقع المتمثلة في نشرات الأخبار، البرامج التعليمية و الثقافية.

دوافع طقوسية: تستهدف الترفيه، الإسترخاء، الهروب من المشكلات، قضاء الوقت،... إلخ، إذ

تعكسها مضامين الخيال، مثل الأفلام، المسلسلات، المنوعات و برامج الترفيه المختلفة، و حسب

لورنس وينر، فإنه هناك نوعين من الإشباعات:

إشباعات المحتوى: الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، و تنقسم إلى نوعين:²

إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات.

إشباعات إجتماعية: يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الإجتماعية.

الإشباعات العلمية: تنتج عن عملية الإتصال، و الإرتباط بوسيلة محددة، و لا ترتبط مباشرة

بخصائص الرسالة، و تنقسم إلى نوعين:

-إشباعات شبه توجيهية: تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، الدفاع عن الذات و تنعكس

في برامج الترفيه و التسلية و الإثارة.

¹ محمود عبدالله الخوالدة، علم النفس السياسي و الإعلامي، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، سنة 2009، ص259.

² تسعديت قدوار، مرجع سبق ذكره، ص 88.

إشباعاً شبه إجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، و تزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الإجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة.

المطلب الثاني: الأصول النفسية و الإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام و التوقعات منها:

الأصول النفسية و الإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام :

يتضح هذا العنصر من خلال التفاعل الذي يحدث ما بين جمهور وسائل الإعلام و البيئة الإجتماعية، و من خلاله (التفاعل) تتولد لدى الفرد الكثير من الرغبات تشبعها له وسائل الإعلام إما كلياً أو جزئياً، و هذه العملية الإجتماعية التي يتصف بها جمهور وسائل الإعلام، لا تؤثر فقط على سلوكه الإتصالي في إستخدامه لهذه الوسائل، بل تؤثر أيضاً على تفسيره لمعاني الوسائل الإتصالية التي يتعرض لها.¹

أ. **الأصول النفسية:** لقد أجريت العديد من الدراسات بهدف الكشف عن العوامل و المتغيرات النفسية، و أثرها على إستخدام وسائل الإعلام و الإتصال، و الإشباعات المتحققة منها، و وجدوا أن المراهقين المعزولين عن جماعات الأفراد أكثر عرضة للتأثر بالمسلسلات الإجتماعية.

ب. **الأصول الإجتماعية:** أظهرت العديد من الدراسات التي توضح دور الحالة الإجتماعية في تحديد دوافع التعرض لوسائل الإتصال، و قدمت الدراسات دلائل على دور العوامل الإجتماعية، كالأسرة و الأصدقاء، و العوامل الديمغرافية (النوع، السن) في التعرض لهذه الوسائل، و توصلت

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 39 .

بعضها إلى أن هناك علاقة إرتباط بين الخصائص الديموغرافية (السن، المهنة، الحالة الإجتماعية)

ودوافع و إشباعات التعرض لقنوات التلفزيون الدولية.¹

التوقعات من وسائل الإعلام:

تعد توقعات الجمهور من وسائل الإعلام و الإتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية و الإجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإتصال، و يمكن أن تساعد نظرية القيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهور، و المؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال، و ذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته، و سلوك التعرض لوسائل الإتصال، ضمن متغيرات أخرى، قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد.²

كما تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإتصال وفقا للفروق الفردية، و كذا وفقا لإختلاف الثقافات، و يندفع الفرد المستخدم لوسائل الإعلام إلى إستخدام هذه الوسائل إنطلاقا من مداركه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له، و من ثم تقييمه لذلك المحتوى، و إن عملية التوقع و التقييم في إستخدام وسائل الإتصال يعد محورا مهما مبني على أسس إجتماعية و نفسية و يقوم على أساس السلوك الفردي، و الإتجاهات هي نتاج ل:³

¹سوزان محمد عبده جميل، إستخدامات طلاب الجامعات لمواقع الصحافة المصرية على شبكة الانترنت و الإشباعات المتحققة منها دراسة ميدانية مذكرة ماجستير في الصحافة، جامعة طنطا، مصر سنة 2006 ص 58.

² ليلي حسين محمد السيد، استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية و مدى الاشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الاذاعة و التلفزيون، سنة 1993، ص 102

³ ندى محي الدين الساعي، استخدام شبكة المعلومات و أثره على معدلات التعرض للتلفزيون، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات مذكرة ماجستير ،جامعة القاهرة (كلية الإعلام) 1997 ص 48 .

أ. **التوقع:** إعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعا، أو سلوكا، أو حالة خاصة معينة سوف تؤدي إلى نتائج معينة.

ب. **التقييم:** وهو التقدير السلبي أو الإيجابي لخصائص معينة، أو نتائج معينة.

المطلب الثالث: التعرض لوسائل الإعلام و الإشباعات المتحققة منها:

التعرض لوسائل الإعلام:

يرى الباحثين أن استخدام الفرد للوسيلة ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، و لذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، و لكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام،... إلخ¹.

أشارت العديد من الدراسات أن هناك علاقات إرتباط بين البحث عن الإشباع، و بين التعرض لوسائل الإعلام، فكلما زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، دل ذلك على نشاط هذا الجمهور ، وقدرته على إختيار المعلومات التي تلبي إحتياجاته، و تتم عملية التعرض لوسائل الإتصال بالنسبة للأفراد الذين ليست لديهم القدرة على إشباع حاجاتهم من خلال التعامل الطبيعي، فتكون لديهم دوافع لإستخدام أنماط معينة من المضمون الإتصالي، لإشباع هذه الحاجات ، و حيث أن الحاجات تختلف من فرد إلى آخر، و من جماعة لأخرى، فإن ذلك ينتج عنه أنماط مختلفة من التعرض.²

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره ص 228

² محمد العويني، نماذج الاتصال و تطبيقاتها في الإعلام الدولي، مكتبة الانجلو المصرية، دون ذكر الطبعة، سنة 1995، ص 105

و تتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم لشبكة الأنترنت فيما يلي:

● الإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام:

هناك ثلاثة مراحل ليتحقق الإشباع:

المرحلة الأولى: التعرض لوسيلة في إطار ينتج عنه الإستمتاع بالوقت والإسترخاء ..

المرحلة الثانية: في إطار سياق إجتماعي يتسع الحاجة إلى التعامل الإجتماعي والمنفعة

الإجتماعية.

المرحلة الثالثة: في إطار سياق إجتماعي لنوعية المضمون حيث أن كل مضمون أكثر احتمالا

لتحقيق إشباع معين أكثر.

وهناك ثلاث قوى أساسية تعيق إشباع دوافع الفرد وهي:

■ **الواقع:** قد يكون الواقع الخارجي غير ملائم للإشباع ، وقد يفرض للمجتمع قيودا صارمة لمنع

بعض أنواع الإشباع.

■ **الأنا الأعلى أو الضمير:** عادة ما تعارض الشخصية في إشباع دوافعها خاصة إذا كان الواقع

يخالف الضمير، كأن يضطر الفرد للسرقة لإشباع حاجاته.

■ **عجز الفرد:** نتيجة للقصور في إمكانياته الذاتية ، مثل ضعف قدراته العقلية، أو إمكانياته

الحسية ،المادية، طاقته الحركية.... إلخ

من خلال العناصر الأساسية لنظرية الاستخدامات و الإشباع يتبين أن هناك علاقة ما بين الاستخدام و الإشباع ، و برزت عدة اتجاهات لتفسير هذه العلاقة:

-إتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في التعرض لمضمون معين، يكون بشكل غير مخطط بدافع العادة.

-إتجاه يرى أن الدافع هو شيء داخلي، يؤثر مباشرة في الفرد، لذا فمن الصعب تحويله إلى شيء ما متمثل في سلوك معين.

-إتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر في الفرد بوصفه حاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن يتم إشباعها.

المبحث الثالث: نظرية الاستخدامات و الإشباع بين الإنتقاد و التطور:

على الرغم من الإسهامات الجادة التي قدمتها نظرية الاستخدامات و الإشباع، و بعد التطور الملحوظ في البحوث الخاصة بالإستخدامات و الإشباع خلال السبعينات و ما بعدها، و بعد أن قدمت النظرية إستراتيجية جديدة لدراسة و تفسير إستخدامات الجمهور ، و إشباعاته، إزداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الإستخدام النشط للجمهور المتلقين، بإعتباره عاملا وسيطا في إحداث الأثر، سواء كان كبيرا أم محدودا، و على الرغم من تطور أساليب البحث و الإستقصاءات، المنهجية والموضوعية في هذا المجال، إلا أن صورا من النقد وجهت إلى هذه النظرية ، وتطبيقاتها كما قوبلت بالرد من قبل آخرين .

المطلب الأول: الانتقادات الموجهة للنظرية والرد عليها.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع: تعرض مدخل الاستخدامات والإشباع

إلى عدد من الانتقادات منها:

- يرى عدد من الباحثين بأن نظرية الاستخدامات و الإشباع لا تزيد عن كونها إستراتيجية تجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية، التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الإستقصاءات،¹ وهناك من إنتقدها من زاوية صعوبة قياس الحاجات، مما يجعل عملية إستنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في إستخلاص العلاقة بين الحاجة، الإشباع والإستخدام².

وبالرجوع إلى فروض هذه النظرية فإن سلوك الأفراد إتجاه الوسيلة يعتمد على الإختيار الواعي و العقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الإستخدام هي الموجهة له³، و من بين الإنتقادات الموجهة لهذه النظرية أيضا أنها لا تشكل نظرية مستقلة، و إنما هي إعادة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الإصطفائي⁴. ويرى هربرت شيلر أن حرية الإختيار مجرد وهم، وذلك بسبب الخلط بين وفرة الكم الإعلامي، و بين تنوع المضمون⁵.

¹ فضيل دليو، الإتصال، مفاهيمه، نظرياته، ووسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، سنة 2005، ص31.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص45.

³ فضيل دليو، المرجع نفسه، ص، ص32، 31.

⁴ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص156.

⁵ حمدي حسن، الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام، دار الفكر العربي، (دون ذكر الطبعة)، مصر، سنة 1991، ص33.

-هناك العديد من المتغيرات يجب أخذها في الاعتبار مثل الإطار الإجتماعي و الإقتصادي للفرد، وحالته التعليمية و غير ذلك من العوامل الديموغرافية، التي يختلف على أساسها إختيار الأفراد للوسيلة الإعلامية إلى جانب دوافعه و حاجاته .

-إن الحرص على تلبية حاجات أفراد الجمهور في مجالات التسلية و الترفيه، و الهروب يؤدي إلى إنتاج مستويات هابطة من المضمون مما يؤثر سلبا على الإطار الثقافي¹.

-تصف نظرية الاستخدامات و الإشباعات، الجمهور بالنشاط، و هذا النشاط مرتبط بالانتقائية، و إختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع إفتراض آخر لهذا المدخل؛ وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف و الخبرات الإجتماعية، كما أن هناك بعض الدلائل تشير الى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية كالتلفزيون مثلا غير انتقائية².

إن التفرقة بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، و الإشباعات التي تتحقق له بالفعل، لم تلق العناية الكافية حيث تناول الباحثون هذه الظواهر بدون التفرقة بين هذين النوعين من الإشباعات، رغم التفرقة بينهم، لأنها تتصل بالإفتراض الذي يتبناه العديد من الباحثين، الخاص بانتقائية أفراد الجمهور³.

¹ محمد عبد الله الخوالدة، مرجع سبق ذكره، ص275.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص46

³ أشرف جلال حسن، واقع استخدام الجمهور المصري للاعلان التلفزيوني و اشباعاته، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1995، ص122

-تطبيق هذا المدخل يطرح تساؤلا حول قياس الاستخدام حسب بلومر، هل يمكن قياسه بالوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض؟ و هل تؤثر الكثافة على قوة الدافع؟ مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض¹.

ومن بين أهم الانتقادات التي وجهها الباحثون لنظرية الاستخدامات و الإشباعات تمثلت في الفشل في قياس الفرق بين توقعات الجمهور، و الإشباعات التي يسعون لتحقيقها، و الإشباعات التي يحققونها بالفعل، بعد استخدام وسائل الإعلام، حيث لم يتمكن الباحثون عمليا من التمييز بوضوح بين الإتجاهين السابقين. إضافة إلى أن دخول وسائل تكنولوجية جديدة، يتطلب إطارا و مفاهيم جديدة، يمكن الفهم من خلالها العلاقة بين هذه الوسائل و جمهورها².

الرد على الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات و الإشباعات:

يدافع مؤيدوا مدخل الاستخدامات و الإشباعات عن هذا المدخل، بأنه ليس وظيفيا بطبيعته، فإن مصادر التغيير قائمة، سواء في سلوك الجمهور إتجاه وسائل الإعلام و الإتصال، أو في محتوى هذه الوسائل، و يعتبر هؤلاء المؤيدون³، أن كل ما أثير حول المدخل لا يمكن أن يلغي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام، و ينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغييرات في سلوك الجمهور إتجاه الوسيلة الإعلامية، التي يمكن أن يتغير مضمونها و نوعها بغية إرضاء المتلقي.

¹ملفين ديفلير ساندرا روكيتش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر و التوزيع، مصر، سنة 1993، ص268

²سوزان محمد عبده جميل، مرجع سبق ذكره، ص45.

³حسن حمدي، مرجع سبق ذكره، ص205.

و بالتالي فإن هذا المدخل يربط بين النظريات التي تحكم عمل مؤسسات الإتصال الجماهيري، والملاحظات المستمدة من واقع هذه المؤسسات .

-إن كل الانتقادات ساهمت بشكل أو بآخر بتطوير نظرية الإستخدامات و الإشباعات، و أدت إلى ظهور إتجاهات جديدة، في محاولة لإستدراك النقائص المسجلة¹ وفيما يتعلق بصعوبة قياس الجمهور، فإن هناك تطوير مستمر للإجراءات البحثية عن طريق إستخدام أكثر من أسلوب أو منهج للدراسة، للوصول إلى إشباعات الجمهور، و هو ما يطلق عليه الأسلوب النقدي، حتى تضمن الإستفادة من مميزات هذه الأساليب مجتمعة .

وقد أعتبر هذا المدخل جزءا من السعي المستمر لبحوث الإعلام، بعيدا عن نماذج الإتصال البسيطة ذات التأثير المباشر(المثير...الإستجابة)، نحو محاولات أكثر تعقيدا و تقدما لمفهوم العلاقة بين القائم بالاتصال و الجمهور و وضعهما في إطار اجتماعي أوسع.

ومن جهة أخرى يمكن التغلب على مفهوم الجمهور النشط من خلال تقسيم إيجابيته إلى ثلاثة مراحل، تتمثل في الإنتقاء قبل التعرض، الإهتمام أثناء التعرض و زيادة المعرفة و النقاش بعد التعرض.²

¹ بادس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين و الانترنت، دراسة في استخدامات و إشباعات طلبة جامعة منتوري، قسنطينة،(مذكرة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية، قسم علوم الاعلام و الإتصال، سنة 2007، ص36.

² رضا عبد الواحد أمين، استخدامات النخب المصرية للصحافة الالكترونية و تأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، دراسة ميدانية(رسالة دكتوراه)، جامعة الأزهر، شعبة الصحافة و النشر، سنة 2005، ص56.

-ولقد تم تجاوز الشكوى حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم، عن طريق وضع

قائمة من الإشباعات و الحاجات التي يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له¹.

و من هنا يتضح أن نظرية الاستخدامات و الإشباعات ما تزال تطبق في العديد من الدول في العالم وبشكل كبير، و كل الإنتقادات لم تقلل من حيوية المدخل و إثرائه للدراسات الإعلامية، و إضافة لزوايا جديدة .

المطلب الثاني: الإتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات و الإشباعات

من منطلق الإنتقادات المختلفة التي وجهت لنظرية الاستخدامات و الإشباعات ظهرت إتجاهات عديدة(جديدة) في محاولة لإستدراك النقائص المسجلة، بين إتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات، و أنواع الاشباعات و طبيعة المضمون، و طبيعة الوسيلة المستخدمة، و إتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية و الإجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل، و إتجاه آخر يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الإستخدم و بين سلوكيات تلك الوسائل و إتجاهها .

الإتجاه الأول: دراسة مفهوم نشاط الجمهور وأبعاده، وخصوصا في ضوء البيئة الجديدة لوسائل الإعلام التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة، وتقدم البحوث إطارا نظريا لإكتشاف سلوك الفرد إتجاه وسائل الإعلام، وأصبح المدخل يرتكز على فرض أساسي هو أن الجمهور نشيط، ويبحث في مضمون وسائل

¹كمال ربيع الحاج، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون و الاشباعات المتحققة منها، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1998، ص.32

الإعلام لإشباع حاجاته ورغباته خاصة مع التطور الهائل الذي حدث في تكنولوجيا الإتصال ، مما يسهل الوصول إلى كمية أكبر من البرامج لدى الجمهور، وإستبعاد مالا يتوافق معهم من مضامين والبحث عن المضامين التي يفضلونها.

- نشاط الجمهور في عملية الإتصال الجماهيري لم يعد نوعيا ووقتيًا، والبعد الذي تركز عليه الدراسات الحالية هو البعد المؤقت الزمني، وهو تقسيم نشاط الجمهور في عملية الإتصال على أساس بذل هذا النشاط قبل وأثناء وبعد التعرض.

الإتجاه الثاني: يهتم بدراسة تأثير العوامل والأصول الإجتماعية والنفسية على تعرض الأفراد للوسائل مثل : المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض، وكذلك النشاط الإجتماعي والتعامل الشخصي.

والجديد أن يدرس تأثير الظروف النفسية والإجتماعية مجتمعة وليس بشكل منفرد ،لأن هذه العوامل تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل في النهاية السلوك الإنتقائي للأفراد.

الإتجاه الثالث: إتجاه يهتم بالربط بين دوافع الإستخدام وأنواع الإشباعات، طبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، فتعرض الفرد لوسيلة معينة، ومضمون معين سيؤدي إلى إشباعات معينة، ترتبط بدورها بدافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية.

وهناك توجه جديد في مدخل الإستخدامات والإشباعات أن المدخل خضع للتحديث والتعديل من بعض جوانبه، وإتضح ذلك في التركيز على مفهوم إحتياجات الجمهور نظرا لصعوبة البحث في هذا

المفهوم، وأوضحت الاتجاهات الحديثة ضرورة تركيز الإهتمام قي بحث ملذات ومتع أفراد الجمهور، لما لها من أهمية كبرى في هذا المعيار، و المشاهد تتوافر لديه درجة من الوعي لإختيار البرامج .

الاتجاه الرابع: ركز على عدد كبير من الدراسات التي أجريت على وسائل الإعلام المختلفة، والدوافع وإشباعات إستخداماتها مثل: التلفزيون، البريد الإلكتروني، الأنترنت، التليفون المحمول، حيث إتجه عدد كبير من الدراسات حاليا إلى دراسة هذه الوسائل الجديدة التي غيرت في عملية الإتصال، وعلاقة أفراد الجمهور بهذه الوسائل.

وذهبت بعض الدراسات إلى التعرض لمفهوم تكرار المشاهدة وربطه بنشاط الجمهور، فالجمهور نشط ومحتوى وسائل الإعلام متنوع دائما وهناك تساؤل حظي بإهتمام كبير في السنوات الأخيرة، وهو كيف يقرر الجمهور ماذا يشاهد؟ مع الإختلاف والتغيير الواضح في القنوات في بيئة وسائل الإعلام، وزيادة البرامج داخل عدد كبير في القنوات، وبناءا على مدخل الإستخدامات والإشباعات ، فإن المستخدمين يختارون المواقع بحذر وبشكل دقيق ، بما يتفق وحاجاتهم ورغباتهم.

الاتجاه الخامس: دراسة دوافع وإشباعات وسائل إتصال جديدة .

أظهرت إحدى الدراسات أن إستخدامات الفيديو تزيد من قدرة الجمهور على الإختيار والإنتقاء للمضمون الذي يشاهده، ويرتبط بعامل النشاط في المشاهدة .

ورصدت بعض الدراسات العلاقة بين إستخدام الجمهور لأجهزة التليفون وحصولهم على بعض الإشباعات الشخصية والجماهيرية، ودراسة تأثير بعض المتغيرات على هذه الإشباعات .

المطلب الثالث : تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباع على استخدام شبكة الأنترنت :

تعد هذه النظرية من أنسب النظريات لدراسة المظاهر الإتصالية الجديدة التي أفرزتها تكنولوجيا الإتصال خاصة مع ازدياد عدد مستخدمي شبكة الأنترنت بشكل كبير منذ سنة 1997 ب 1,3 مليون مستخدم في مسح شامل من الولايات المتحدة الأمريكية ، و إرتفع هذا العدد إلى 2,7 مليون مستخدم سنة 2000 ، وكان أهم استخدام لهذه الشبكة هو إرسال وتلقي الرسائل الإلكترونية ، كقاعدة يومية للإتصال ، و لقد إتضحت الرؤى بشأن هذه النظرية في السبعينات من القرن الماضي ، وأدت تكنولوجيا الإتصال المعاصرة إلى إحياء الإهتمام بهذا الإتجاه لكونها تقدم للجمهور فرصاً أوسع من الخيارات، وعدداً أكبر من الاستخدامات و الإشباع، و نتيجة لذلك أجريت دراسات عديدة حول الاستخدامات و الإشباع لوسائل الإتصال التقليدية و الحديثة بصفة خاصة ، خاصة شبكة الأنترنت بما تحمله من خصائص و مميزات جديدة ، بما فيها الصحافة الإلكترونية كوجه جديد و حديث "المولود الإعلامي الجديد" بخصائصها المختلفة من "تفاعلية ، صفة اللاتزامنية" و عليه عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات و الإشباع.¹

يرى بعض الباحثين في هذا المجال أن شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) ، يجب أن تدرس ضمن سياق الوسائل الإعلامية الأخرى - كوسيلة جديدة - حيث أصبح من الضروري دراستها مع الإزدياد الكبير في عدد المستخدمين² ، فالفرد ينتقل بين عدد محدود من القنوات التلفزيونية ، أو يترك جهاز

¹ بسيوني إبراهيم حمادة ، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، الطبعة الأولى، عالم الكتب ، مصر ، سنة 2008 ، ص 134 .

² سوزان محمد عبده جميل ، مرجع سبق ذكره ، ص 49.

التلفزيون مفتوحا طوال اليوم ، لكن إذا كان عليه أن يدفع مقابل الإستخدام مثل "الهاتف، الإتصال بالإنترنت" فسيكون هنالك إحتمال أكبر و أكيد على أنه سوف يقوم بإختيار المضمون الذي يتعرض له. و من بين الدراسات التي أجريت بتطبيق نظرية الإستخدامات و الإشباعات إبتداء من السبعينات: دراسة رونالد كومبس عام 1980 ، توصل إلى ترتيب الإشباعات التي تحققها المسلسلات التلفزيونية على النحو التالي : التسلية ، العادة ، ملء الفراغ ، تحقيق التفاعل الإجتماعي ، الهروب من المشكلات ، إزالة التوتر ، الهروب من الملل ، إستكشاف الحقيقة و الحصول على النصيحة¹.

دراسة صونيا ليفنقسطن و بوبر: تم التوصل من خلال هذه الدراسة، إلى وجود علاقة ارتباطية بين الإستخدام الإلكتروني و متغير السن، حيث كشفت الدراسة أن المراهقين الأكبر سنا يستخدمون شبكة الانترنت من أجل الاتصال بشبكتهم الشخصية، أما المراهقين الأقل سنا فيستخدمون الانترنت من أجل الاتصال بالغير، و التلاعب بالهويات، كما توصلت الدراسة إلى أنه من بين دوافع استخدام الإنترنت هي الهوية، حيث يقوم الأطفال بتمثيل أو تجريب عدة هويات ،وفقا لظروف الطرف الأخر الذي يتواصل معه عبر شبكة المعلومات الدولية².

دراسة لويزاها و لينكولن جيمس 1998: التي إستهدفت قياس التفاعلية المتاحة على مواقع الواب الإقتصادية، و حاولت هذه الدراسة التعرف على أبعاد التفاعلية الأكثر إنتشارا على هذه النوعية من

¹ أمين سعيد عبد الغفار ، وسائل الاعلام الجديدة ، و الموجة الرقمية الثانية ، الطبعة الثانية ، أيتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، مصر ، سنة 2008 ن ص 261

²السعيد بومعيرة، زعموم خالد، التفاعلية في الاذاعة، أشكالها ووسائلها ،مجلة اتحاد الاذاعات العربية، تونس، سنة 2007.

المواقع، حيث أجريت على 110 موقعا إقتصاديا و ذلك بغية فحص أبعاد التفاعلية و التي تمثلت في الترفيه (مدى إتاحة بعض الألعاب الترفيهية، وبعض المحتويات الإعلامية التي تحمل طابعا ترفيهيا)، الإختيار(مدى إتاحة الإختيار بين البدائل المختلفة المتاحة على المواقع الاقتصادية)، الإرتباط(الشعور بالقرب و إمكانية الإبحار داخل الموقع و خارجه) ،جمع المعلومات (أي جمعها من الجمهور حول إهتماماته، ميوله و المستويات المعرفية لأفراده ،لصياغة رسائل إعلامية تناسب و طبيعة هذا الجمهور)، الإلتصال التبادلي(أي الإلتصال ذو الإتجاهين)¹.

دراسة سوزا سنة 2003²، التي عنت بفحص الأنترنت كأداة إتصالية جديدة و حديثة نسبيا، في القارة الإفريقية، حيث ناقشت الدراسة حالة الجرائد الإلكترونية في نيجيريا، محددة في ذلك المؤسسات التي تتيح التفاعلية على الخط المباشر، و طبيعة عملية تلقي الأخبار، حيث إنتهت الدراسة إلى وجود إختلافات طفيفة بين الجرائد الإلكترونية و الجرائد المطبوعة، إضافة إلى إن الصحف محل الدراسة إستخدمت المواد الإخبارية المنشورة في الإصدارات المطبوعة التي تضعها في طبعاتها الإخبارية الإلكترونية، و وجدت الدراسة كذلك أن التفاعلية تعد إدارة تكنولوجية أساسية لتحويل النموذج التقليدي للجريدة إلى "طباعات إخبارية إلكترونية".

¹شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المكتبة الاعلامية،الدار المصرية اللبنانية، ط1 ، أكتوبر2005،ص88.

²المرجع نفسه،ص،ص101،100.

الفصل الثالث

الفصل الثالث: مستقبل الصحافة الورقية في ظل تطورات الإعلام الجديد:

إن أهمية الصحافة المكتوبة الورقية كمادة إعلامية تكمن في كونها حقل من الحقول المعرفية المساهمة في تنمية العقول البشرية، فهي المؤسسة الاجتماعية، التي تمارس دورا مهما وكاملا في حياة أفراد المجتمع، ومع ظهور تكنولوجيا الإتصال الحديثة والتطور الذي أحرزته وسائل الإعلام والإتصال في الآونة الأخيرة خاصة شبكة الأنترنت، أضفى تحولا كبيرا ساهم في تطوير الصناعة الإعلامية عن طريق الإستخدام الأمثل للتقنيات قصد تمكينها من إحتلال مكانة أكثر أهمية في المجتمع، بإعتبارها قناة للرسائل التي توجه إلى الجماهير العريضة، وهذا قصد جلب الإهتمام والسيطرة والتأثير على الأفراد، إذ لم يعد من الصعب نقل الأخبار من دولة إلى أخرى، أو من مكان إلى آخر، بعد إستخدام الشبكة، حيث أصبح بمقدور الصحفي كتابة الموضوع أو المقال الذي يرغب في نقله، وبسرعة إلى المحررين في الصحيفة، كما أن هذه التكنولوجيا الحديثة ساهمت في تطوير وتغيير تقنيات الإخراج الصحفي والتي أضحت الصحافة تسعى بصورة أو بأخرى إلى الإستفادة من هذا التطور لخدمة أهدافها.

وهذا ما يدفعنا إلى التطرق في هذا الفصل إلى أهم المفاهيم والمعايير الأساسية والمميزات الخاصة التي تتسم بها الصحافة المكتوبة كذلك طبيعتها، صناعة، تجارة، رسالة، في مبحثه الأول، أما المبحث الثاني فسندرج فيه العلاقة الوظيفية ما بين الصحافة المكتوبة وشبكة الأنترنت، بعرض أهم جوانب الأنترنت ومزاياها وعيوبها، ليبقى المبحث الثالث مخصصا للوسيلة الإعلامية والإتصالية الجديدة المتمثلة في الصحافة الإلكترونية وذلك بعرض مفاهيمها وخصائصها، كرونولوجيتها بالإضافة إلى مختلف الخدمات التي تقدمها.

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة:

لقد عرفت الصحافة الورقية تعاريفاً ومفاهيماً مرت بمحطات تاريخية، إلى أن انتهت هذه الأخيرة، متفقة على أن الصحافة الورقية، هي ذلك الجمع بين المهنة أو الوظيفة أو المادة الإخبارية الصحفية، وأنها الفن والعلم، وأنها صناعة وتجارة ورسالة، في الوقت ذاته، كما يصعب تحديد الخدمة أو مجموع الخدمات التي تقدمها الصحيفة إلى الجمهور، ويزيد من صعوبة تحديدها وتنوعها، وتنوع قرائها وتشابك محتواها.

فالوسيلة الإعلامية لا سيما الصحافة الورقية منها، غدت اليوم مؤسسة إجتماعية تمارس دوراً كاملاً في حياة أفراد المجتمع، إذ تؤدي وظائف تربوية وتعليمية من شأنها أن تقلل من حدة الفوارق الثقافية، وتحدث تجانساً فكرياً من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية .

وفي هذا المبحث مررنا بثلاث مطالب يحتوي منها المطلب الأول مفهوماً للصحافة المكتوبة، والمطلب الثاني بعنوان معايير تصنيف الصحافة المكتوبة وعوامل نجاحها، أما المطلب الأخير فحمل عنوان الصحافة المكتوبة صناعة، تجارة ورسالة.

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة .

1- الجريدة: لقد عرفت الصحافة الورقية تعاريف متعددة منذ أن ظهرت كورقة، فالصحيفة هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفحتان أو صفيحتان فسميت صحيفة ومنها جاءت كلمة صحافة، حيث تسمى بالانجليزية **Journalism** من أصل أحد

مشتقات كلمة **Jour** أي يوم، وكلمة جورنال في الفرنسية تعني في الأساس يومي،¹ أما الجريدة فتسمى بالفرنسية **Journal** أي يومية وبالإنجليزية **Newspaper**، وهي كلمة من الكلمات الإنجليزية المركبة من **News** أي الأخبار و**Paper** أي الورق، ومعناها ورق الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة، والصحيفة هي مجموعة صفحات، تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار سياسية، إقتصادية، إجتماعية، ثقافية، وما يتصل بها حيث تعرف الصحافة أنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة.

تستخدم كلمة **Press** الإنجليزية بمعنى صحافة وتعني شيئا مرتبطا بالطبع، والنشر والأخبار والمعلومات كذلك **Journalism** بمعنى صحافة و **Journalist** بمعنى صحفي².

المفهوم الإصطلاحي للصحافة :

الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها، ونشر المواد المتصلة بها في مطبوعات مثل الجرائد والمجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية³.

أما الإستعمال الشائع للصحافة، فينحصر في إعداد الجرائد، وبعض المجلات، وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى، والصحافة كذلك هي صناعة الصحفي، والصحافيون هم القوم

¹ إبراهيم عبده، تاريخ الصحافة والطباعة في مصر، (دون ذكر دار النشر)، ط1، القاهرة، 1949، ص6

² سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1994، ص 36، 37.

³ محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات، الاساسيات والمستحدثات، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 2000، ص 5.

الذين ينتسبون إليها ويعملون بها، وأول من إستعمل لفظ صحافة بمعناها الحالي، كان الشيخ "نجيب الحداد" منشيء جريدة لسان العرب في الإسكندرية، وثم قلده سائر الصحفيين بعد ذلك¹.

إستخدم العرب والأوروبيون عديدا من المصطلحات لوصف الصحافة بأشكالها المختلفة، فعند دخول الصحافة لأول مرة في مطلع القرن التاسع عشر، كان يطلق عليها لفظة الوقائع المصرية، كما سماها رقاعة الطهطاوي، وسميت كذلك غازته نسبة إلى قطعة من النقود كانت تباع بها الصحيفة، كما أطلق عليها جورنال، وقد أطلق عليها العرب لفظ الغازته على الصحف في أوائل عهدها، تقليدا للأوروبيين، حيث يقال أن أول صحيفة ظهرت في البندقية عام 1656 كانت تسمى غازته، فشملت هذه التسمية كل الصحف بلا إستثناء، وعندما أنشأ خليل الخوري عام 1858 جريدة حديقة الأخبار، في بيروت أطلق عليها اللفظ الفرنسي جورنال، وكان الكونت رشيد الدحداح اللبناني صاحب جريدة بريجس باريس الباريسية هو أول من إختار لفظ صحيفة².

ويرى هاشم عبده هاشم أن مصطلح الدورية أو المطبوع يشمل الصحف والإصدارات بمختلف أغراضها وفترات ترددها ويقسمها إلى ثلاثة فئات؛ أولا فئة الدوريات الصادرة عن الجامعات، وأخرى دوريات العمل ودوريات تجارية.

¹ إبراهيم عبده، مرجع سبق ذكره، ص15

² المرجع نفسه، ص23، 25.

وإستعمل بعضهم كالقس لويس صابونجي لفظة النشرة بمعنى الجريدة أو المجلة، ومن المسميات التي أطلقت على الصحافة الورقة الإخبارية، والرسالة الإخبارية، وقد إستعملتها جريدة المبشر في الجزائر وكذلك أوراق الحوادث، وهو الإسم الذي أطلقه للدلالة على صحف الأخبار نجيب نادر صويا.

الجريدة : هي وسيلة إتصال مطبوعة تصدر بشكل دوري، إشتراط لها الباحث الألماني أتوجروت عام 1938 خمسة معايير أساسية تميزها عن غيرها من وسائل الإتصال وهي :

- أن تنشر بشكل دوري لا يتجاوز أسبوعا .

- أن تطبع بالآت الطباعة.

- أن أي شخص يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة، إذ ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها، أي أنها متاحة لكل شخص وليس فقط لنخبة مختارة أو مؤسسة ما.

- أن محتواها ينبغي أن يتنوع، ويشمل كل ما يهم الجماهير، بكافة طوائفها .

- أن تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها، مع شيء من الإستمرارية، ويحدد هذه المعايير مؤرخ الصحافة الأمريكي **Edouine Emri** إضافة على أن تنشر الأخبار ذات الإهتمام العام في المجالات ذات الموضوعات المتخصصة، وكذلك أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليما عاديا وأن تكون مستقرة عبر الوقت. وتشمل الجرائد كلا من الجريدة اليومية التي تصدر أربع مرات أسبوعيا على الأقل، وغير يومية التي تصدر أقل من أربع مرات أسبوعيا، أما الصحافة الجزائرية في معنى ما قاله جورج بيردو "أصبحت إنعكاسا للمجتمع، تسجل طموحاته أكثر مما توجه الطموحات"¹.

¹ Burdeau George, **Traité de science politique**, tome 2 ;la dynamique politique, Paris :librairie de droit et de jurisprud_1968 ,p 234.

تعرف الصحافة على أنها " عملية جمع وتحرير الأخبار وتقديمها من خلال وسائل الإعلام "، أو الكتابة المصممة للنشر في الصحف والمجلات، أما الموسوعة البريطانية فتعرف الصحافة بأنها عملية جمع وتحضير ونشر الأخبار والمواد التحريرية الأخرى في وسيلة إعلامية وكذلك الكتابة غير الأدبية للأخبار التي تعتمد على مصادر معروفة¹.

المجلة: تعود كلمة مجلة Magazine إلى الكلمة الفرنسية **Magazin** المأخوذة عن كلمة مخزن العربية، وقد إستعمل هذا المصطلح تاريخياً لأول مرة عام 1731 ،ليصف الصحيفة التي لها شكل الجريدة متنوعة المحتوى، وذلك لأن الجريدة مخصصة، بشكل محدد للأخبار السريعة والمحلية، بينما تقدم المجلات قصصاً ومقالات ودراسات جادة و مواد أخرى للتسلية²، ولعل أكثر التعريفات قبولا ، هو تعريف فرانك لوثر للمجلة ، بأنها مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري طويل أو قصير يصدر ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة.

-مميزات الصحافة المكتوبة عن الوسائل الإعلامية الأخرى:

لا شك أن الصحافة الورقية هي أقدر على الإحتفاظ بالمعلومات التي لديها أطول مدة ممكنة، وهي بهذا تتيح الفرصة لمستقبل الرسالة الإعلامية، لكي يشاهد المطبوع أكثر من مرة، ولكي يعيد النظر الى بعض النقاط التي يود أن يركز عليها :

¹ جاسم محمد الشيخ جابر، مرجع سبق ذكره، ص392.

² إبراهيم عبده، مرجع سبق ذكره، ص31 .

أن الصحافة المطبوعة هي وسيلة الإعلام الوحيدة التي يستطيع القارئ أن يعرض نفسه عليها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه .

تتميز المطبوعة أكثر من أي وسيلة أخرى بقدرتها على التصرف في المادة التي تتضمنها في أي حجم وبأية تفصيلات، تظهر الحاجة إليها، فهي أفضل وسيلة لتقديم الموضوعات الطويلة والمعقدة .

تستخدم بنجاح مع الجماهير المتخصصة، مثل جمهور العمال والفلاحين أو المعلمين .

تتميز المطبوعات بألفاظها وعباراتها، بحيث تتوفر لها القدرة على قيادة القارئ، كما أنها تتميز بالقدرة في تقديم العنصر الإعلامي، حيث أنها تتميز بوضوح المقاصد والأهداف لأن الكلمة المطبوعة تتطلب هذا الوضوح¹.

المطلب الثاني: معايير تصنيف الصحافة المكتوبة وعوامل نجاحها .

معايير التصنيف :

أولاً: يمكن تصنيف الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة، سواء كانت جريدة أم مجلة حسب عدد من المعايير هي كالتالي :

معايير الصدور: حيث تنقسم الصحف إلى الصحف اليومية، وهي التي تصدر بصفة دورية يوميا، إما صباحية أو مساءية، أو الصحف الأسبوعية، والصحف نصف الشهرية، والصحف الشهرية والصحف

¹ طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، دار الفرقان للنشر، ط 2، عمان سنة 1988، ص 9.

ربع السنوية أو الفصلية، وتصدر كل ثلاثة أشهر وأخرى تصدر غالباً من جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية تهتم بالبحوث والدراسات .

معيار مدى التغطية الجغرافية: ويقصد به مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها، أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول، ومن ثمة تنقسم الصحف إلى :

الصحف المحلية: هي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة.

الصحف القومية: هي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة، من دون إنتماء لإقليم، أو محافظة معينة، وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم بتغطية الأخبار الدولية والعالمية إذ أنها قد توزع في دول أخرى والصحف الدولية.

معيار المضمون وطبيعة الجمهور: ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة، سياسياً، إقتصادياً، المرأة، الطفل، الأدب، الفن، الرياضة،... إلخ، ومدى تركيز الصحيفة على إهتمامات الجمهور العام، وعلى فئات معينة كالشباب والمهندسين أو الأطباء، وتنقسم إلى صحف عامة أو متخصصة.

معيار الإتجاه السياسي للصحيفة: وتنقسم إلى صحف مستقلة أو شبه مستقلة وهي التي لا تعبر عن إتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية.

صحف حزبية: وهي صحف تصدر عن أحزاب معينة حاكمة أو معارضة لتكون لسان هذا الحزب أو إتجاهه¹.

¹ إجلال خليفة، الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، سنة 1976، ص53.

معيار حجم التوزيع: ويقسم البعض الصحف إلى:

الصحف الجماهيرية أو الشعبية: هي ذات التوزيع الضخم، وتكون رخيصة الثمن وتركز على موضوعات تهم القارئ العادي.

صحافة النخبة والمحافظه: هي صحف تتحرى الدقة والموضوعية وتميل إلى الإتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات، وتركز على التحليل والشرح، والمقالات الجادة وتوزيعها أقل، ولكن مستوى مادتها أعمق ولا تنشر الفضائح¹.

معيار الشكل الفني للصحيفة: إذ تنقسم الصحف إلى الجرائد والمجلات، وتتفق كل منهما أنهما يصدران دوريا، إلا أن هناك إختلاف وهو:

الشكل والحجم: فالجريدة عبارة عن طيات لعدد من الصفحات تأخذ إما الحجم الكبير، أو الحجم النصفي.

دورية الصدور: الجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع، أما المجلة فلا تقل دورية صدورها عن أسبوع، أما المجلة فلا تقل دورية عن أسبوع، وتستخدم كلاهما الأشكال الصحفية المختلفة، وإن كانت الجرائد تركز غالبا على ماذا حدث، أي أن المجلة تميل إلى مزيد من العمق في معالجتها الصحفية، كما تعطي مزيدا من الألوان والصور وإستخدام أنواع من الورق أكثر جودة².

ثانيا: عوامل نجاح الصحافة الورقية، يتوقف نجاح المطبوعات على ثلاثة عوامل:

¹ المرجع نفسه، ص، ص 53، 54

² المرجع نفسه، ص، ص 55، 56

المضمون: وهو الموضوع الذي تتناوله هذه المطبوعات وطريقة معالجته، حيث أن المادة التي تحتويها المطبوعات تحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية، ومن هنا يجب مراعاة الأمانة والدقة في تحرير المادة المطبوعة والتي تم كتابتها بلغة صحيحة.

المظهر: وهو الشكل الذي تظهر به والذي سيترتب عليه الإنطباع المباشر الذي سيحكم عليه الجمهور من أول لحظة.

التوزيع: ويتم توزيع المطبوعات على ضوء معرفة الجمهور الذي ترغب في التوجه إليه¹.

المطلب الثالث: الصحافة المكتوبة صناعة، تجارة ورسالة.

لا شك أن الصحافة هي صناعة يبذلها رجال الصحافة، تشارك فيها أعمال مضيئة وجهود مرهقة على مر أربع وعشرين ساعة، كما أن إصدار الصحف ما هو إلا سعي وراء الربح، ووجوب الموازنة بين الإيراد والمنصرف أمر لا مفر منه، ومما لا شك فيه في الوقت نفسه أنها أداة هامة في بناء المجتمع وبالتالي هي رسالة صادقة في نشاطها لشتى الميادين.

أولاً: الصحافة صناعة .

إن صناعة الصحف الآن أصبحت لا تقوم بغير رأس مال ضخمة، فهي تستهلك يومياً الآلاف من الأطنان من الورق، كما تستهلك هذه الصناعة وهي صناعة الصحف مئات البراميل من حبر الطباعة كل يوم، ثم إن هذه الآلات التي تحتاج إليها الصحافة غالية الثمن، معقدة التركيب، تقوم بطبع الصحف

¹ طلعت همام، مرجع سبق ذكره، ص10.

من جهة، وطيها من جهة ثانية، وإنتاج العدد الوفير من النسخ بمعدل عشرة آلاف في الساعة من جهة
ثالثة¹.

كما أن المال أصبح ضروريا لجمع الأخبار من شتى أنحاء المعمورة، ومن هذا المال تدفع رواتب
المراسلين، وأجور البرقيات التي تحملها الأجهزة للإستقبال الإلكتروني، ومرتبات المحررين، والميكانيكيين
، وموظفي الإدارة، كذلك إقتضى تطور الصحافة إقامة مباني ضخمة للطباعة، كما توظف مجموعة من
السيارات لتشارك مشاركة فعلية في سرعة التوزيع.

بهذا كله وبأكثر منه في الواقع أصبح إنتاج الصحافة صناعة بكل ما تحمل هذه الكلمة من معنى، حيث
قال نور ثكليف وهو صحفي بريطاني أنه لن يتمكن أي شخص في المستقبل من إصدار جريدة يومية
بأقل من رأس مال قدره مليون جنيه إنجليزي².

وعلى هذا ما زالت الصحافة هي الأخرى في تطور مستمر وتقدم متواصل، بحيث ما صلح منها أمس
قد لا يصلح منها اليوم، ومن ثمة لا يستطيع أحد أن يتكهن بمستقبل صناعة الصحف، ومن هنا كانت
صناعة الصحف من أكثر الصناعات الحاضرة قبولا للتطور وإستعدادا للتقدم.

فقد كانت الجريدة في السابق عبارة عن مكتب واحد يجلس عليه محرر واحد، ثم يدفع بما يكتبه الى
مطبعة كانت تدار باليد الواحدة، أما الآن فان الصحيفة الحديثة يكفيها ثلاثة من المحررين القاعدين
على مكاتبهم، بشرط أن يكون معهم ألفا من المحررين المتحركين في شتى أنحاء المدينة أو العالم كله.

¹ عبد اللطيف حمزة، ازمة الضمير الصحفي، دون ذكر مكان النشر، الهيئة المصرية العامة، سنة 2002، ص 16.

² المرجع نفسه، ص، ص 17، 16.

أما الصورة فكانت لا تعرف لها مكانا في صحف الأمس القريب، ثم أصبحت في صحف اليوم وسيلة من أكبر وسائل الإعلام، ربما تستغني بها الصحيفة عن أطول مقال وأبلغ كلام¹.

الصحافة تجارة :

إن الصحافة ضربا من ضروب التجارة، ليس ذلك نتيجة لرغبات أصحاب الصحف، فكل إنسان حر في أن يستثمر ماله كما يريد وإلى الحد الذي يريد، وبالطريقة التي يريد.

ولكن كيف تدبر الصحيفة المال الذي تحتاج إليه في نفقاتها، بحيث تتعادل هذه النفقات على أقل تقدير من الإيراد، ما لم تقل عنه، إنها تنظر في وجود هذا الإيراد فإذا به لا يتعدى ما يلي :

-إيراد يأتي من التوزيع.

-إيراد يأتي من الإشهار والإعلان .

أما من حيث التوزيع فقد أجمع أصحاب الصحف أن التوزيع لا يأتي بأكثر من 40 بالمائة من نفقات الجريدة، كما أجمعوا أن الإشهار هو الذي يمد الصحيفة بالباقي وهو 60 بالمائة من هذه النفقات². من أجل ذلك أصبح كثير من الصحف عبدا للإشهار كذلك الصحف كثيرا ما تكون سيدة الإشهار في بعض الأحيان وذلك على حسب سعة إنتشار الصحيفة.

ولكن لا يخفى على القاريء أن الطبيعة التجارية للصحف والمجلات تمنعها من تحقيق هدفها باعتبارها مؤسسة توفرت لخدمة المجتمع، وصحيح أن الصحافة بدافع من الخوف الشديد من الإفلاس مضطرة

¹ أحمد حسين الصاوي، طباعة الصحف وإخراجها، القاهرة، دار القومية للطباعة والنشر، سنة 1979، ص 42

إلى أن تلهث وراء الإشهار، وأن تتجاهل ولو قليلا بعض واجباتها نحو المجتمع، ولكن ليس معنى ذلك مطلقا أن الصحف تنساق وراء المال إلى الحد الذي يشل حركتها في هذا الميدان، وهو ميدان الخدمات التي تقدمها لهذا المجتمع¹.

الصحافة رسالة:

منذ أن وجدت الصحافة و هي تقوم بجميع المهام، على أن دورها في مجال الحرية و الديمقراطية و النظم الدستورية، و تحرر الإنسانية من أمراضها المعروفة التي هي الجهل و الفقر، فالصحافة مسؤولة عن تثقيف الشعب، حتى أن الأديب الفرنسي **Paul Ghallery** قال "إن الإنسانية في مجموعها لا تقرأ اليوم غير الصحف، و أنه يجب لذلك تحليل الجريدة تحليلا و غربلتها، فذلك في ذاته ريادة على أكبر جانب من الفائدة و القيمة".

و الصحافة مسؤولة عن الأخلاق العامة و الخاصة و العجيب من أن المجتمع الحديث أصبح يرى أن مسؤولية الصحافة من هذا الجانب، أكبر من مسؤولية المعهد و الجامعة، فالصحيفة في العصر الحديث هي المؤثر الحقيقي في السمو بالجانب الخلقى في الأفراد و المجتمعات أو الانحطاط بها².

و الصحافة مسؤولة عن السلام، و هي قادرة على تحقيقه متى أرادت، و قد أجمع الكتاب والمفكرون

¹ المرجع نفسه، ص، ص 20، 21.

² خليل صابات، الصحافة رسالة استعداد وفن وعلم، دار المعارف، ط 2، القاهرة، سنة 1995، ص 29.

على أن الصحافة كانت مسؤولة عن قيام الحربين العالميتين السابقتين ، و قالوا إنها مسؤولة عن قيام حرب عالمية ثالثة في المستقبل، و لا غرابة في ذلك في يدها سلاحان كبيران:

هما سلاح المعرفة وسلاح الدعاية،بهما تستطيع أن تمهد الأذهان للقتال، وبهما تستطيع أن تمهد الطريق للسلام¹ . فهذا معناه أن الصحافة لا يمكن بحال من الأحوال أن تكون صناعة فقط ،ولا أن تكون تجارة فقط ،بل يحتم عليها أن تكون صناعة و تجارة و رسالة في الوقت معا .

و يرى فاروق أبو زيد أن الصحافة تستخدم للدلالة على أربع معان:

المعنى الأول: الصحافة .بمعنى حرفة أو مهنة و لها جانبان: جانب يتصل بالصناعة و التجارة من خلال عمليات الطباعة و التوزيع و التسويق و الإدارة و الإعلان والاشهار، و جانب يتصل بالشخص الذى إختار مهنة الصحافة.

المعنى الثاني: الصحافة بمعنى المادة التي تنشرها الصحيفة كالأخبار و التحقيقات الصحفية والمقالات و غيرها من المواد الصحفية و بهذا المعنى تتصل بالفن و العلم.

المعنى الثالث: الصحافة معنى الشكل الذي تصدر فيه، فالصحف د وريات مطبوعة تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم،وفي مواعيد ثابتة او متباعدة.

المعنى الرابع: الصحافة .بمعنى الوظيفة، التي تؤديها في المجتمع الحديث، أي كونها رسالة تستهدف

خدمة المجتمع و الإنسان، و هي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الإجتماعي و الإقتصادي في

¹ المرجع نفسه،ص، ص 30،31.

المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة، و نوعية النظام السياسي و الإجتماعي القائم¹.

وواجب الصحافة نحو المشاركة في تثقيف الشعوب جميعها، فإنما يأتي هو الآخر عن طريق المعلومات الكثيرة التي تقدمها الصحيفة لقراءها، بحيث تسعى الصحافة أن تقرب بين الشعوب والجماعات .

المبحث الثاني: شبكة الأنترنت وإنعكاساتها على النشر الإلكتروني:

قد أصبح العالم اليوم يعيش ثورة رقمية، تلقي بظلالها على كافة الأصعدة، كأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الإتصال الحديثة، وبالأخص الشبكة العنكبوتية، وما تسببت فيه من إنتشار واسع للمهارات، والتقنيات في المجالات كافة، وإنعكاساتها بالأخص على طرق وأساليب النشر الحديثة، ومن هنا نستدرج من خلال هذا المبحث ماهية شبكة الأنترنت كعامل ومؤشر لمظاهر تكنولوجيا الإتصال من خلال المطلب الأول، ونتطرق إلى إستفادة الصحافة الورقية من شبكة الأنترنت، من خلال مستويات عديدة، في المطلب الثاني وفي الأخير نبرز ظواهر تثيرها الشبكة ومشكلات إستخدامها صحفياً.

المطلب الأول: ماهية شبكة الأنترنت :

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى الناحية الكرنولوجية و كذا الجينيولوجية لمصطلح الأنترنت بإعتباره أحدث التقنيات إضافة إلى السمات المميزة له.

كرنولوجية الانترنيت :

- في عام 1957: أمر الرئيس الأمريكي " إيزنهاور " بإيجاد قاعدة بيانات و تأمين عدم إتلافها إذا ما

¹جون ميرل، رالف لويسنتاين، الاعلام وسيلة ورسالة، تر ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، الرياض، سنة 1989، ص 70

قامت حرب نووية.

- في عام 1969 : تم إنشاء وكالة البحوث المتقدمة الأمريكية (Arpa) (Arpa)
- في عام 1971 تم ربط خمسة عشرة (15) هيئة و جامعة بالإنترنت، بما أن فيها ناسا Nasa.
- في عام 1973: إنضمت بريطانيا و النرويج إلى الشبكة أصبحت (Arpanet) شبكة دولية.
- في عام 1976 : ظهر بروتوكول،Ucpu الذي أتاح للحاسب التخاطب بنظام يونكس .
- في عام 1982: ظهر بروتوكول(Tcp_ip)، الذي بدأ البحث في تطويره منذ عام 1977¹.
- في عام 1985 إرتفع عدد مراكز المعلومات المرتبطة بالشبكة إلى 2000 مركز.
- في عام 1988 : ارتفع عدد مراكز المعلومات المربوطة بالشبكة إلى 5500 مركز.
- في عام 1989: تم ربط (كمبيوسيرف) للشبكة لتصبح أول شبكة تجارية بالإنترنت، و بلغ عدد الحواسيب المرتبطة بالشبكة حوال مائة ألف حاسوب.
- في عام 1991 (: ظهور خدمة البحث (Waits) وأول نسخة من (Grapher) .
- في عام 1991 بدأت خدمة البحث بواسطة شبكة .www
- في عام 1993: توفرت إمكانية نقل الصور العالية الجودة و الصوت عبر مسارات اتصال عالية السرعة.
- في عام 1994: بدأ الإستخدام الشخصي للإنترنت بشكل واسع، و تزايد عدد المراكز المرتبطة

¹ مجدي أحمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص، ص287، 288.

فيها إلى ثلاثة ملايين مركز.

- في عام 1995 بدأ تواجد خدمة الأنترنت في الأقطار العربية بشكل تجاري.

جينالوجية الأنترنت (المفهوم):

لقد حظي هذا المصطلح بمفاهيم عدة و كلها تصب في معنى واحد فهو شبكة الإتصالات العالمية، تربط الآلاف من شبكة الحاسوب ببعضها و يستخدمها الملايين من مستخدمي الحاسبات الإلكترونية على مدار أربع و عشرين (24) ساعة.

و يمكن إعتبار الأنترنت نظاما بريديا ضخما، أو يعد موسوعة مفتوحة على الهواء ،أو مركزا كبيرا لتجمع المعلومات العلمية و الثقافية والإخبارية و الإعلانية. و يقوم الأنترنت بشكل أساسي على فكرة المشاركة حيث إعتد تطوير التكنولوجيا التي يستخدمها الأنترنت على تعاون العديد من الأفراد و المؤسسات العلمية و الثقافية و الفنية، ولكن على الرغم من هذه المميزات إلا أنه لا يحتوي على هيكل إداري أو إشرافي، لعمل آلاف من الشبكات مع بعضها البعض مما قد يسيء إليه كشبكة معلوماتية هامة¹. كما عرفها أحد الخبراء أنها صورة الطريق السريع للمعلومات، و هي في الوقت نفسه حل علمي فعال لمشكل يصعب حله، إنها إتصال مرن و علمي للمعطيات في أدمغة إلكترونية².

سمات شبكة الأنترنت: تتجلى سمات شبكة الأنترنت في النقاط الآتية:

¹ عبد الله عمر الفرابي، تكنولوجيا التعليم والاتصال، دون ذكر مكان النشر، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 1999، ص 50.

² محمد نصر مهنا، مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، (دون ذكر دار النشر)، ط 2، القاهرة 2007 ص 142.

- سرعة إنتشار المعلومات:

فلكي يرسل الإنسان خطابا إلى أي مكان فإن ذلك يستغرق أياما، و قد يفقد في البريد وباستخدام الفاكس يستغرق ذلك دقائق، و من الممكن أن تصل المعلومة مشوهة أو غير مقروءة، و إذا إفترض أن المعلومة سوف تبلغ إلى مليون شخص في أماكن مختلفة فإن ذلك سوف يستدعي إرسال مليون خطاب، أو مليون فاكس مع عدم ضمان وصول المعلومات إل المبلغين.

و هذا ما يحدث بالفعل الآن فجميع وكالات الطيران الكبرى و المحلات العالمية و كذا الملايين من الناس تستقي الأخبار فورا و بدون إنتظار مواعيد نشرات الإذاعة و التلفزيون¹.

- سرية تبادل المعلومات:

فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الأنترنت له رقم خاص به IP، و بالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم و يضمن أن تخزن داخل هذا الجهاز فقط، و لا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة إلا صاحب الجهاز المرسل إليه، و كذلك يستطيع المرسل معرفة ما إذا كان تم استقبال و قراءة الرسالة أم لا و تاريخ ذلك، و أيضا يستطيع المرسل إليه الرد الفوري على الرسالة.

-سهولة الإستعمال:

حيث لا يحتاج إستعمال شبكة الأنترنت إلى شراء أجهزة كمبيوتر خاصة أو أجهزة إتصال معقدة، فأى جهاز كمبيوتر مهما كان نوعه أو حجمه أو سرعته، يمكن أن يستعمل في شبكة الأنترنت، طالما أمكن

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (دون ذكر مكان النشر)،الدار المصرية اللبنانية،ماي 2007،ص،ص241،242.

ربطه بخط تليفون ،ولا يحتاج إستعمال شبكة الأنترنت كذلك إلى مستوى علمي أو فني للتشغيل¹.

المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة وشبكة الأنترنت .

نظرا لإتساع بروتوكول الأنترنت ومدى قدرته على التحكم بدرجة عالية في تغيير المعلومات من وحدات التخزين الخادمة ،وهذا أهم ما يميز الصحافة على الأنترنت ،إلا أن النشاط الصحفي إتسع وتطور بتطور الأنترنت من زمن إلى آخر وعبر مختلف المؤسسات .

فمع أوائل الألفية الجديدة بدأت المؤسسات الصحفية في السعي لنشر المحتوى الإعلامي الخبري والإشعاري لها،على شبكة الأنترنت ،وبدأت هذه المؤسسات في الإستعانة بالشركات المصممة لمواقع الويب على شبكات الأنترنت ،كما بدأت أيضا في حجز مساحات لها على الشبكة إستعدادا لإستضافة مواقعها الجديدة عليها.

والأمر كان يعد مكلفا في البداية عند حجز مساحات للمواقع وبداية تنفيذ ذلك ،ولكن في الوقت ذاته وجد أن هذا النظام الذي تستخدمه المؤسسات الصحفية يتيح لها المرونة في التحكم الكامل في إدارة موقع النشر الصحفي لها على الشبكة ،ويجعل لها القدرة على التغيير المستمر في المحتوى الإعلامي الإخباري الصحفي ،وهذا هو ما يناسب العمل الصحفي.

وفي هذا الصدد وعلى إثر ذكر سمات الأنترنت وخدماتها ، يمكن للصحافة الآن الإستفادة من شبكة الأنترنت على عدة مستويات :

¹ نبيل علي ،الثقافة العربية وعصر المعلومات،رؤية للمستقبل للخطاب الثقافي العربي،سلسلة عالم المعرفة،رقم 265 ،يناير 2001 ،ص97.

المستوى الأول كمصدر للمعلومات وذلك من خلال¹:

الإستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية، أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية، وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواءا للجرائد والمجلات العربية والعالمية والمحلية وكذلك النشرات، إلى جانب مواقع وكالات الأنباء، وقواعد البيانات، ومحطات الراديو والتلفزيون، التي تقدم خدمات معلوماتية على الشبكة معظمها تفاعلي ومواقع بعض الهيئات الرسمية الحكومية.

المستوى الثاني: الإستفادة منها كوسيلة إتصال وذلك من خلال:

الإستفادة منها كوسيلة إتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين، يتم عبرها من خلال البريد الإلكتروني تلقي رسائلهم المكتوبة والمصورة، وكذلك الإتصال بمختلف الجهات الصحفية المختلفة.

الإستفادة من تقنية الأنترنت كنظام للإتصالات الداخلية للمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت خاصة في أقسام المعلومات الصحفية وقسم الأخبار .

المستوى الثالث الإستفادة منها كوسيلة للإتصال التفاعلي مع الجمهور وتوسيع فرص المشاركة لقراء الصحيفة: من خلال توفير القنوات الإتصالية للجمهور عبر البريد الإلكتروني، وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة .

المستوى الرابع: الإستفادة منها كوسيلة للنشر الصحفي: من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها، وقد تكون نصا ثابتا أو متحركا، قد تكون الجريدة نفسها أو ملخصا لها، وقواعد للبيانات، وأرشيف

¹ محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص 252.

الصحيفة، وأعدادها السابقة، أو إصدار جرائد ومجلات كاملة من الألف إلى الياء على الأنترنت مثل مجلة المراسل¹.

المستوى الخامس: الاستفادة من الشبكة كوسيط إشهاري يضيف دخلا جديدا إلى المؤسسة من خلال نشر إشهارات على موقع المؤسسة أو إصداراتها الصحفية المباشرة .

المستوى السادس الاستفادة منها كوسيلة لتسويق خدمات المؤسسة : من خلال إنشاء موقع أو أكثر لها، يقدم معلومات أساسية عنها، وعن تاريخها وتطويرها وإنجازاتها ويحدثها بشكل مستمر.

المستوى السابع الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية: من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود بخدماتها إلى أي مشترك، وتقديم خدمات تصميم المواقع، وإصدار الصحف والنشرات عليها لحساب الغير .

المطلب الثالث: ظواهر تثيرها الأنترنت ومشكلات إستخدامها صحفيا :

مزايا و عيوب الأنترنت كوسيلة لنشر الصحف:

أصبحت الأنترنت اليوم وسيلة إعلامية لها خصائص جعلت منه وسيلة لنشر الصحف، و قد سعت المؤسسات الصحفية جاهدة وراء إستخدامه في نشر صحفها من خلاله، و جعلته منافسا حقيقيا للوسائل التقليدية، و على الرغم من أنه ليس وسيلة إعلام جماهيرية، و ربما أنه ليس على درجة كفاءة وسيلة الطباعة الجماهيرية لنشر الصحف، لكنه يتمتع بمميزات خاصة جعلت منه منافسا قويا لطريقة النشر التقليدية، و لكن مع قدرته المتميزة فهو يواجه بعض المشكلات التي يتعرض لها، نتيجة كونه

¹ أحمد محمد عبد الله مجدي، مرجع سبق ذكره، ص، ص289، 290..

وسيلة إعلامية جديدة ، وقد عرفت العشرية الأخيرة من القرن العشرين تطورات كبيرة في تقنيات و برامج الأنترنت ، و تزايد أعداد مستخدميها و في السياق نفسه دخلت وكالات الأنباء عالم الإستثمار في الأنترنت، و اتخذت منه مشروعاً مستقبلياً أساسياً فتزايد عدد هذه الوكالات على الأنترنت، وبدأت تدخل إلى دور المؤسسات الصحفية كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات.¹

و فيما يلي أهم مزايا و عيوب الانترنت كوسيلة لنشر الصحف:

أ/مزايا الانترنت:

الأنترنت هو وسيلة إعلامية صحفية تفاعلية: فهو يتيح للمستخدم، أن يقوم بعمل بحث عن معلومة إخبارية معينة، و أن يختار الوقت الملائم لهذا البحث ، و أسلوب الإستخدام لعملية تصفح الصحيفة على الأنترنت ، هذا بالإضافة إلى التفاعلية من خلال الصفحات الخاصة التي تسمح بالتفاعل بين المؤسسات الصحفية و القراء.²

إن شبكة الأنترنت من خلال تغطيتها للأخبار لا تجعل من الممكن فقط تقديم شكل أكثر جاذبية للصحافة، بل إنها أيضاً تضع رقابة أكبر في أيدي الجمهور، فالحقائق التي تقدم لا تحتاج إلى كثير من التصفية من جانب الصحفيين، فالجمهور يستطيع استخلاص نتائجه الخاصة منها، أي أن الصحفيين على الأنترنت يستطيعون ترك الوقائع تتحدث عن نفسها، و هي تسمح أيضاً لمجال أوسع من الأصوات الصحفية أن تتحدث لجمهور يمتد عبر العالم، فقد ظهرت في السنوات الأخيرة العديد من مصادر

1 Tristan Mattelart, **La modialisation des médias contre la censure**, Institut national de l'audiovisuel . Bruxelles , les éditions , 2002 , p 57.

² مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص 209

الأخبار الأصلية الموثوق بها على الأنترنت، و في عصره لا يوجد فصل بين مرسل المعلومات و متلقيها ، فإن كلاهما يستطيع أن يشارك في الصحافة¹.

إمكانية التعرف على رد فعل المستخدمين: من خلال الإجابة عن الأسئلة الي يتم طرحها، فعن طريق وضع المؤسسات الصحفية لبعض الأسئلة التي تهدف إلى التعرف على رد فعل الجمهور إزاء خبر معين، من خلال عمل تصويت عن رأي الجمهور، و كذلك توصيله إلى المؤسسة الصحفية، إضافة إلى رأيه في الإعلانات المقدمة على شبكة الأنترنت، و تكون المؤسسة الصحفية قد أزلت بذلك أحد العوائق المهمة التي تواجهها، و هي الوصول إلى رأي الجمهور إتجاه قضية معينة، و بالتالي توفر هذه العملية الوقت و الجهد المبذول لمعرفة آراء الجمهور، و فيما تقدمه المؤسسة الصحفية بشكل خاص والذي يؤثر بشكل فعال على درجة توزيع الصحف.

إمكانية التعديل و التغيير بشكل خاص: و الذي يؤثر بشكل مرن في المحتوى الإخباري والإشعاري للصحيفة، و هو أهم ما يميز العمل الصحفي، و للأنترنت القدرة على إجراء هذه التغييرات الإخبارية و الإعلانية و إدخال معلومات جديدة عن الأخبار المتطورة في الوقت ذاته الذي يصل فيه الخبر إلى المؤسسة الصحفية².

يتمتع الأنترنت بحجم كبير و هائل من جمهور المستخدمين للشبكة التي لا يمكن حصرها، مما يكسبه صفة العالمية كوسيلة للنشر الصحفي من خلاله، و عندما يقدم المحتوى الإعلامي عليه، فإنه يصل في الحال إلى كل مكان حول العالم التي تتصل بالشبكة، مما يحقق التواجد للنشر الصحفي عليه،

¹ محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص284.

² مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص 210.

و يجعل الصحيفة تستفيد بوجود عدد كبير من الجمهور، أو تغيير الأخبار مما يزيد من شعبية الصحيفة حول العالم¹.

إستفادة المؤسسات الصحفية الي تمتلك مواقع لها على الأنترنت، من الشركات المعلنة لبعض السلع التي ترغب في وضع إشهارها على شبكة الأنترنت للنشر الصحفي، في مواقع الصحف التي تقوم بهذا الإعلان و الإشهار، مما يجعل منه وسيلة إعلامية إشهارية².

سهولة إدراج ملفات الصوت و الصورة الفيلمية المتحركة أو ملفات الفيديو بداخل مواقع النشر للمحتوى الإعلامي، سواء كان ذلك للأخبار أو للإعلانات الموجودة على المواقع الصحفية. و يشير التقرير الإحصائي إل أن بحث المستخدمين عن مواقع الصحف و الأحداث المصورة وصل عام 2004 إلى 80 بالمائة حول العالم، الأمر الذي لا يتوافر و طباعة الصحف و الذي يظهر تأثيره على جذب إنتباه الجمهور المستهدف لطرح المحتوى الإعلامي عليه، فيظهر الأنترنت كوسيلة صحفية تشبه التلفزيون في توصيل المحتوى للجمهور³ في قدرة مواقع الويب على الجمع بين وظائف العديد من مصادر المعلومات كالإذاعة، التلفزيون، الهاتف و الأقراص المدججة⁴.

¹ طارق محمود عباس، مرجع سبق ذكره، ص 125

² محمد محفوظ، دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال، دون ذكر مكان النشر، دار المعرفة الجامعية، سنة 2005، ص 111.

³ عبد الباسط محمد عبد الوهاب، إستخدام تكنولوجيا البث الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية وميدانية، (دون ذكر المكان)، سنة 2005، ص 96.

⁴ عبد المالك ردمان الدناني، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، مصر، سنة 2005، ص 54.

ب / العيوب (السلبات) :

على الرغم من الإيجابيات العديدة التي يتميز بها الأنترنت، إلا أنه مازال يواجه بعض العقبات التي تعوق طريقه السريع للإنتشار كوسيلة لنشر الصحف، و ذلك نظرا إلى وجود المساوي التالية:

السرعة المنخفضة لعملية تحميل بعض المواقع الخاصة بنشر الصحف على شبكة الأنترنت إلى جهاز المستخدم، و خاصة إذا ما إحتوى الموقع على صورة تكون ذات حجم كبير، و كذلك ملفات الصوت و بعض ملفات الفيديو لعرض بعض الأحداث الإخبارية، وهذه الإمكانيات التي تقدمها مواقع النشر الصحفي للأحداث (إخبارية، إخبارية) تمثل عائقا أمام العديد من المستخدمين¹.

لا يزال الأنترنت كوسيلة نشر صحفي لا يتمتع بمستوى وصول كبير إلى الجمهور، مقارنة بوسائل النشر الإعلامية و الصحفية المطبوعة، فنظرا إلى خصائص تقنيات الأنترنت الإلكترونية ، فإنها تستلزم مواصفات معينة في خصائص مستخدميها، فيقف مستوى تعليم المستخدمين عائقا أمام تحقيق الوصول الكامل لرسالة النشر الصحفي الإخباري و الإشهاري إلى جميع فئات المجتمع و خاصة العربي، حيث أن خصائص عملية الإتصال بالأنترنت لا تناسب الجمهور العربي ذو المستوى التعليمي المنخفض، أو من ليس لديهم إلا القدرة على القراءة فقط²، فهي تناسب فئة الجمهور ذي المستوى التعليمي المتوسط و العالي، بالإضافة إلى تكلفة المكالمات التليفونية الخاصة بالإتصال بالإنترنت المرتفعة، فالأمر قد يستغرق ساعة لتصفح موقع لصحيفة معينة و تصفح الأخبار و الإشهارات التي يحتويها

¹ مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص، ص 212، 213

² راسم محمد جمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، سنة 1991 ، ص 257.

موقع الصحيفة، و على ذلك تكون وسيلة النشر الطباعية أرخص من تصفح الأخبار على الأنترنت و هذه الأمور كلها تمثل عائقا و تقف كحاجز أمام هذه الشبكة التي تعتبر كوسيلة نشر صحفي إعلامية رئيسية¹.

يلزم وجود المتصفح على شبكة الأنترنت للنشر الصحفي في المكان المتواجد فيه الحاسوب الخاص بالإتصال بالشبكة، سواء في البيت أو في مكان العمل، و عند مقارنة هذا بطريقة النشر الصحفي المطبوعة، يظهر بأن المستخدمين يمكنهم شراء الصحيفة و تصفحها في أي مكان (المنزل، المواصلات العامة، المكاتب، المقهى... الخ)، هذا على الرغم من توافر الأنترنت الآن على أجهزة الحاسبات المحمولة، و التليفونات المحمولة، إلا أن هذه الأجهزة ليست لدى جميع الأشخاص.

و يطرح (Aiden White) في مقال له بعنوان " وسائل إعلام جديدة، صدام جديد": هل الأنترنت هو حقا القوة الديمقراطية التي يصورها كذلك؟، إن هناك جانبا مظلما في ثورة المعلومات، فالكثير منها المتاحة على الأنترنت خاملة أو مملة و غير موثوق بها و تافهة، و يضيف أن الصحفيين يجب أن يكونوا على حذر، و هم على عجلة للحاق بالأحداث المهمة حتى لا يتأثروا بالتحيزات ، أو تخدعهم المعلومات الزائفة التي تنشر حول هذه الشبكة ، التي أصبحت بشكل متزايد مملكة الأسماء الكبيرة في الإعلام المرتبطة باللاعبين الأساسيين في سوق الإعلام العالمي.

تشيرا الأنترنت في علاقتها بالصحافة عددا من الظواهر الهامة منها:

¹ مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص 213.

-العولمة أو الكونية: وهي محاولات تصغير العالم ودججه، من خلال التقليل من أهمية الحدود

الجغرافية والسياسية ،مع إمكانية الإتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ولعل الأنترنت هو الرمز البارز للعولمة الإعلامية التي تحمل في مضامينها محاولة عولمة الإقتصاد والسياسة والثقافة ومحاولة فرض نمط ثقافي وحيد.

ومن إشكاليات العولمة في مجال الإعلام :

أ/ الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي وعلى مواقع شبكة الأنترنت .

ب/ عولمة الإعلام لاتوفر حرية التبادل الثقافي، فلا يزال التدفق الإعلامي يأخذ منحى واحد من الشمال إلى الجنوب .

د/ تقلص دور الدول خاصة النامية في شغل فضائها الإعلامي، وحمائته من محاولة الإختراق، نظرا لضعف هياكلها التمويلية وتخلفها التقني والفني.

هـ / التبعية الإعلامية : حيث رسخ الأنترنت مفهوم التبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية، وطبيعة توظيفها وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع أم لغير صالحه؟ وهل إختراقها للحدود جاء على حساب إنتهاك خصوصية الأفراد وحرمانهم؟ أم جاء لصالح المجتمع وتطوره؟¹.

¹ ندا أيمن منصور: الإختراق الثقافي البث الوافي ، دراسة مسحية لإدبيات الإختراق بحث مقدم إلى ندوة الإختراق الإعلامي ، القاهرة ، معهد للبحوث الإعلامية العربية ، نوفمبر 1990

ن/ التفاعلية: كذلك من الظواهر التي يثيرها الأنترنت في العملية الصحفية، بين الصحفي وقرائه، حيث أضحى الإتصال عملية تفاعلية ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا، بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في العمل الصحفي، كما أصبح بمقدوره التحكم في المضمون الصحفي، من خلال عمليات الإنتقاء والإختيار، مما يعطيه بساطة أكبر على الأداء الصحفي.¹

إن شبكة الإنترنت كوسيلة إتصال بدأت تعيد توزيع القوة من منتجي الأخبار إلى مستهلكيها، وتخلق نموذجا جديدا في الإعلام، يتيح لكل شخص أن يصبح صحفيا أو قائما بالإتصال بتكلفة قليلة، بدلا من النموذج القديم الإحترافي الذي تقدم فيه الشركات الكبرى للجمهور ما تريد .

وجاءت الإفادة المتسعة للصحافة من شبكة الإنترنت على النحو التالي²:

- كوسيط نشر نسخ من الصحيفة المطبوعة.

- كأداة فعالة في عملية التغطية الصحفية.

- كوسيط لإطلاق صحف إلكترونية على الشبكة.

- كوسيط لإطلاق مواقع جديدة لا تقدم نسخة إلكترونية من الصحيفة، ولكن تقدم خدمات إعلامية متكاملة، ومتعددة الوسائط.

¹ رضا عبد الواحد أمين: إتجاهات الصحافة المصرية نحو ظاهرة العولمة ، دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية، 2002، ص 39.

² محمود علم الدين ، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ، (دون ذكر دار النشر) ، الطبعة 2 ، سنة 2009 ص، ص 353، 354.

- في عملية تسويق الصحيفة.

- في التفاعل المستمر مع القراء من خلال المنتديات، والشبكات الإجتماعية.

- إستيعاب المدونات كشكل إعلامي جديد.

المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت:

لقد أتاح التطور الهائل في شبكات الإتصالات والمعلومات المزيد من الإنفتاح الإعلامي والمعلوماتي وتجاوز الحدود والحواجز التقليدية، لاسيما وأن شبكة المعلومات الإلكترونية (الأنترنت) تعد من أبرز شبكات المعلومات بحيث يجمع العلماء والمتخصصون على أن إنشاء هذه الشبكة يعد أهم إنجاز تكنولوجي تحقق، إذ إستطاع الإنسان أن يلغي المسافات، ويختصر الزمن، ويجعل من العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة، وبذلك أصبح الإتصال إلكترونيا، وتبادل الأخبار ونقل المعلومات بين شبكات الحواسب حقائق ملموسة، حيث تمثل إحدى المقومات الأساسية للنمو الإقتصادي، الإجتماعي والثقافي، مما أتاح بروز وسيلة إتصال جديدة على الساحة يمكن للمشاركين فيها متابعة أحداث العالم وتطوراتها، من خلال شاشة الحاسوب بواسطة الأنترنت، بل يقف المرء على حقائق العالم المترامي الأطراف، وهو جالس في منزله أو مكتبه وبأسرع من لمح البصر، وتتمثل هذه الوسيلة في "الصحافة الإلكترونية".

وتشكل تكنولوجيا الإتصال الحديثة حجر الزاوية في الثورة التي شهدتها وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت الراهن، حيث يعود الفضل إلى هذه التكنولوجيات في حالة التزاوج التي شهدتها

الوسائل الإعلامية لأول مرة في التاريخ الإنساني بين الوسائل المطبوعة ، والوسائل المسموعة والمرئية ؛ الأمر الذي إنعكس على شكل الإتصال ومحتواه ، وأساليب إنتاجه وتمثلت هذه الثورة في أنها مكنت الأشخاص والمؤسسات والدول من إرسال وإستقبال المعلومات عبر أي مسافة، في أي وقت، وأي مكان، وفي ظل هذه الثورة حرصت أغلبية المؤسسات الصحفية على إنشاء مواقع إلكترونية لصحفتها على الشبكة، وفي هذا المجال ظهر ما يسمى بالصحافة الإلكترونية.

وبناء على هذا ، تم ادراج في هذا المبحث أبرز المفاهيم والخصائص للصحافة الإلكترونية في المطلب الأول، أما المطلب الثاني فخصصناه لنشأتها وتطورها، أما المطلب الأخير فقد خصص للخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها:

مفهوم الصحافة الإلكترونية:

إن ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة نسبيا شهدت إجراء العديد من الأبحاث والدراسات التي تركز الضوء عليها، سواء كانت دراسات عربية أم أجنبية، في محاولة لإستكشاف طبيعة هذه الوسيلة التكنولوجية الجديدة، وتحديد مفهومها، وخلصت الدراسات التي أجريت إلى تنوع مفاهيم ورؤى الباحثين في تحديد وتعريف مفهوم الصحافة الإلكترونية بحيث يعرفها أحد الباحثين أنها تعد النشر الإلكتروني **Electronic Publishing** ، الذي لا يعني فقط مجرد إستخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأدواته **Desk Top Publishing** ، أو أنظمة **Computer to Plate** المتكاملة، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني الآن ليشمل أيضا النشر عبر الأنترنت **On line Publishing** أو توزيع

المعلومات والأخبار من خلال وصلات إتصال عن بعد **Telecommunication** ، أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة، وغيرها من النظم الإتصالية، التي تعتمد على شبكات الحاسبات¹.

وتعتمد أنظمة النشر الإلكتروني عموماً التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص، والصوت والصورة معاً بمعدلات عالية من السرعة، والمرونة والكفاءة.

كما تعرف نجوى عبد السلام الصحافة الإلكترونية بأنها : " منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية، سواء المرتبطة بموضوعات عامة، أو موضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر، وغالباً ما تكون متاحة عبر شبكة الأنترنت"².

فيما يعرفها كل من خليل صابات وجمال عبد العظيم: "بأنها تلك التي يتم إصدارها بطريقة إلكترونية متكاملة، بدءاً من تلقي الأخبار من وكالات الأنباء، والمراسلين والبحث عن المعلومات، والصور وإستسقائها من بنوك المعلومات الدولية، ومروراً بمعالجة الأخبار والتقارير، وكتابة المقالات، وتحريرها وتصحيحها، وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافية، وإعدادها، وترتيب الصفحات، وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة"³.

إن تعدد وإختلاف التعاريف للصحافة الإلكترونية، يوضح إختلاف توصيفات الباحثين

¹ سعيد الغريب، الصحافة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، سنة 1991، ص 187.

² نجوى عبد السلام تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، المجلة العلمية لبحوث الاعلام، القاهرة، كلية الاعلام، ديسمبر 1998، ص 204.

³ خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال، نشاتها وتطورها، ط 9، القاهرة، الانجلو مصرية، سنة 2001، ص 53

لظاهرة هذه الصحافة، حيث أطلقوا عليها مسميات عدة (الصحافة الإلكترونية، الصحافة الفورية، النسخ الإلكترونية، الصحف الرقمية، الصحف اللاورقية، الصحف التفاعلية) فمنهم من يرى أنها وسيلة إتصال عبر شبكة أو منشور دوري إلكتروني، وآخرون يعتبرونها نسخة كمبيوترية للصحيفة... إلخ من التعاريف المختلفة لها، وعليه من خلال جل التعاريف للصحيفة الإلكترونية قد رصدت بعض المؤشرات قد تصب إلى تعريف بسيط وموحد لها منها:

- إنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية.

- يتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الأنترنت.

وعندما صار الأنترنت ظاهرة، وخرجت من إطار الإستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة، ظهر ما يسمى بالنشر الإلكتروني، الصحف، والمجلات ومواقع المعلومات، والأخبار، الذي أتاح الفرصة أمام الصحف لتوسيع نطاق تغطيتها الجغرافية وذلك من خلال إصدار طبقات إلكترونية من إصداراتها اليومية، لتبث إلى المشتركين في منازلهم عبر شبكات حاسوبية خاصة، تتيح لهم الإطلاع على المواد الصحفية المنشورة بإستخدام شاشات العرض الخاصة بحساباتهم الشخصية¹.

خصائص الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص والمميزات تتمثل في:

التغطية الصحفية التفاعلية: interactive coverage: فتتيح الأنترنت إمكانيات التفاعل

الإيجابي بين القراء والصحفيين، بحيث تزيد من مشاركة القراء في أداء الأعمال الصحفية والرد على

¹ فهد العسكر، التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، دار عالم الكتب، الرياض، سنة 1998. ص13

الآراء والمعلومات المنشورة والإدلاء برأيهم، و هي مدى قدرة الشخص على الدخول في معالجة إعلامية بصفة نشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلامية أو المعلنين¹.

التغطية الصحفية الرقمية Digital Coverage : توجد على شبكة الأنترنت العديد من المواد

الصحفية، والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمي قابل للمعالجة والإستخدام الفوري، دون الحاجة إلى إعادة إنتاجه كما يمكن تخزينها في الأرشيف، وإسترجاعها في أي وقت، مما يوفر الجهد والوقت، ويفتح آفاقا رحبة لأداء العمل الصحفي بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.

التغطية الصحفية الذاتية : تجمع الأنترنت بشتى مفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة

الصحفية، إذ هي مصدر صحفي يزود بالمعلومات وأداة إتصال بالمصدر (كالتلفزيون، البريد الإلكتروني، جماعة النقاش)، وهي وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات، وأرشيف ضخم ، كل هذه العناصر تمكن الصحفي من القيام بتغطية متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه².

التغطية الصحفية المتعددة الوسائل Multi Media Coverage : إنه ما توفره الشبكة من وسائل

تفاعلية (مثل الصوت، الصورة، الألوان، الجرافيكس، واللقطات المرئية المتحركة) قد تفعل عملية الإتصال الصحفي، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من أخبار، وشرح، وتفسير، فضلا عن القدرة على التحكم في طريقة العرض، والأحجام والخلفيات، والمساحات.

التغطية الصحفية المؤلفة Customized Coverage : يمكن من خلالها توليف وتوفير التغطية

الصحفية التي توفرها الشبكة، وفقا لإحتياجات القراء من الأخبار والمعلومات، وتفضيلاتهم

¹خالد زعموم، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص55

² ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص 144

الصحفية، وإهتماماتهم وأوقاتهم ، وتنقلاتهم، كما يمكن أن تؤلف الصحيفة مصادر الأنترنت ، بما يتوافق وإحتياجاتها الصحفية وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية.

التغطية الصحفية الموضوعية Objective Coverage: تتواجد مختلف المصادر التي تتناول الحدث

نفسه على شبكات الأنترنت ، بحيث يمكن مقارنة توجيهاتها ، ورؤيتها ومعالجتها له ، وهذا ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات¹.

تحدد ميزات الجريدة الإلكترونية بشكلها العام في النقاط التالية²:

إمكانية إرسالها: وبالتالي تعرض القارئ لها طوال اليوم، فيما ينتظر القارئ يوماً كاملاً

للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية، مثلاً في الحالة الفلسطينية قد

ينتظر أسبوعاً أو أكثر، بسبب الحصار الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية.

إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت، خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم

إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم.

إمكانية إنتاجها حسب طلب المستخدم: بحيث قد تنقل له الأخبار والموضوعات عند طلبها وفي

الوقت الذي يحدده ، كما تمكنه من إختيار المعلومات التي يريد مطالعتها من بين تلك كثيرة

التي تقدمها الصحيفة.

إمكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم الفردية: لكونها لا تحتاج إلى توزيع جماهيري تقليدي،

¹ المرجع نفسه، ص145.

² Yannick Estienne ,Le journalisme après l'Internet ,préface Derick neveu ,l'harmattan et civilisation,2007,p140

فيما عرف بشخصنة الصحف الإلكترونية، إذ يمكن لمنتجها أن يجهز قائمة بالأخبار التي يختارها المستخدم مسبقاً، لتكون جاهزة للعرض فوق قيامه بالدخول إلى موقع الصحيفة، كما يمكنه أن يطلب الأخبار والموضوعات التي يريدتها من قائمة العناوين الرئيسية، أو البحث داخل الصحيفة باستخدام كلمات مفتاحية.

إن عملية الإطلاع على الصحف الفورية تتضمن قراءة النص: ومساعدة الصور الفوتوغرافية واللقطات المصورة (الفيديو) والإستماع إلى اللقطات السمعية ، وبالتالي يمكن القول إنها عملية إبحار **Navigation** داخل الموقع وليست مجرد قراءة مثلما يحدث للنسخة المطبوعة.

فإذا كانت الصحافة الإلكترونية تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى في العديد من الأمور الجوهرية فإن القاسم المشترك بين إهتماماتها، يتمثل في المضامين التي تعتبر مؤشر نجاح الأنباء فسيظل دائما هو صاحب الأهمية الأولى، وعليه فإن ما يميز الجرائد الإلكترونية هو تقديم أكثر المعلومات شمولاً، وأفضل الوسائل للوصول إليها¹. وهذا كونها تعد من الأكثر إستفادة من الحدود الجغرافية للعالم بأسره ، وباتت تعني القمة في التعبير عن حرية الرأي، بعيداً عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر.

مميزات الصحافة الإلكترونية التي تسهل المقروئية :

على الرغم من قصر عمر الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية إلا أن كثيراً من الدراسات العلمية و الملاحظات أبرزت مميزات متعددة مرتبطة بهذا النوع من الصحافة، حيث يقول محمود علاء الدين، أن الصحافة الإلكترونية تمتلك مجموعة من المميزات في مقدمتها التغطية الخيرية للأحداث

¹ فرانك كليش، تر حسام الدين زكرياء، ثورة الانفوميديا، الوسائط المتعددة وكيف تغير عالمنا وحياتك ،مجلة عالم المعرفة سنة 2000، العدد 253 ص 407.

بالصوت و الصورة من موقع الحدث، وهناك مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية مثل سرعة تحديث الأخبار، غرف الدردشة، ساحات الحوار و أقسام المنتديات المختلفة، و هذه المميزات كانت وراء زيادة فهم و استيعاب قراء الصحف الإلكترونية حتماً¹.

العمق المعرفي: حيث تتسم الصحف الإلكترونية بالعمق و الشمول، و ذلك نظراً لعمق المساحة المتاحة لهذا النوع من الصحف، حيث أنها تقدم خدمات إضافية من شأنها تقديم خلفيات للأحداث و ربطها بالقضايا المتعلقة بها، مما يزيد من عملية الفهم لدى القارئ، و يتمثل ذلك في:

- تصفح المستخدم الروابط ذات الصلة بالموضوع الذي يقرؤه.

- إمكانية الرجوع لأرشيف الصحيفة للإطلاع على الأعداد السابقة لزيادة الفهم.

- لإطلاع على عدد من بعض الطبعات التي تصدرها الصحيفة².

المطلب الثاني: نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية :

نشأة الصحافة الإلكترونية في الغرب:

يعيد الكثير من الباحثين تاريخ ولادة الصحافة الإلكترونية إلى بداية السبعينيات، وظهور خدمة

التيلتكست عام 1976 بالتعاون بين مؤسستي **BBC et L'indépendante**.

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 108.

² أسامة محمود شريف، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، عمان، سنة 2000، ص 69.

لا يوجد إتفاق حول أول صحيفة إلكترونية تم إنجازها في العالم، لكن التاريخ الحقيقي لظهور الصحافة الإلكترونية حسب شيدن في عام 1981، وهذا عندما قدمت شركة "كميو سرف" خدماتها الهاتفية¹ مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوسيدريس.

كانت أول صحيفة إلكترونية تقدم خدماتها للجمهور هي كولومبس ديسباتش، أما الصحف الأخرى فتشمل واشنطن بوست، ونيويورك تايمز، إلا أن هذه الصحف توقفت سنة 1982 بعد إنفضاض الشراكة مع الشركة "كومبريسيف" وتبع ذلك ظهور خدمات صحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية مثلاً: أل بي ب سي في سنوات 1985، 1988.

لكن هذه المحاولات سرعان ما باءت بالفشل ولم تلق النجاح المنتظر منها ما يفسر الإنطلاقة الحقيقية للصحافة الإلكترونية، في بداية التسعينيات .

وتعتبر صحيفة **Helzburg Dajilad** السويدية أول صحيفة في العالم التي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الأنترنت سنة 1990²، وحسب الباحث الأمريكي **Marc Dioza** في دراسة له حول تاريخ الصحافة الإلكترونية فإن أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية، دشنت نسختها الإلكترونية لها على شبكة الأنترنت، كانت " شيكاغو تريبيون عام 1992 مع نسختها " شيكاغو أون لاين".

¹عباس مصطفى : التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية وفي الأنترنت، ورقة بحث مقدمة لمؤشر الصحافة في الفراغ العربي، جامعة الشارقة، نوفمبر 2005، ص3.

² أمينة نبیح: المدونات العربية الإلكترونية المكتوبة بين التعبير الحر والصحافة البديلة، مذكرة ماجستير 2008، 2007، ص 68

كان لمركز أبحاث **Marie Curie** أثرا بالغا في تطوير بعض الجرائد الإلكترونية مع البدايات الأولى لهذا النوع ، حيث أتاح المركز صحيفة " سان جوزيه مريوري نيوز " على الخط مباشرة 1993 ،¹ لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الواب، والتي أتاحت خدمات إضافية مثل : أرشيف الأخبار، ولوحة النشرة الإلكترونية للقراء، للإتصال بالمحررين وخدمات أخرى لم تكن معروفة من قبل.

كما أن صحيفة **Electronic Telegraph** التي هي بمثابة نسخة إلكترونية من صحيفة: ديلي تليغراف" كانت من الصحف الإلكترونية الأولى الرائدة في بريطانيا والتي ظهرت سنة 1994²، وتلتها صحيفة **Times** في سبتمبر من العام نفسه، حيث تضمنت أول ندوة نقاش تفاعلية .

في السياق ذاته كانت الصحف الإلكترونية سابقة إلى مرحلة " الكل الرقمي " حيث سارعت العديد من الصحف والمجلات إلى حجز مكان لها على شبكة الأنترنت، وهذا بالتعاون مع الشركات التجارية مثل: أمريكا أون لاين ، بروديجي³

ففي شهر أفريل من عام 1995 أسس الممثلون الثمانية الرئيسيون للصحف الأمريكية جمعية الصحف الإلكترونية تسمى " **News Centry Net Work** وتهدف إلى مساعدة الصحف الصغرى على إنشاء طبعة على الخط، ويتعلق الأمر بالمحتويات الصحفية التالية: **Advance Publications ,Ridder ;**

. **Times Miron , Tribune**

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 27

² المرجع نفسه، ص 28

³ محمد لعقاب ، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، الجزائر دار هومة ط1، 2007، ص 12.

أما في فرنسا فمند عام 1994، بدأت تظهر أول صحيفة إلكترونية مئة بالمئة، والتي لا تملك أصلا طبعة ورقية وهي جريدة "la vague interactive" التي كانت توزع على الأقراص المضغوطة وتصدر أربع مرات في السنة، ثم تنشر على الأنترنت.

في جوان 1995 ظهرت أو جريدة فرنسية على الخط وهي "Cyber sphere" لتسارع أغلبية الصحف الكبرى المعروفة بفرنسا لإنشاء مواقع لها على شبكة الأنترنت، مكملة للطبعة الورقية، منها: **Le monde ,Le figaro,La croix ,Liberation**،¹ وهكذا فقد إزداد عدد الصحف المنشورة على الأنترنت مند عام 1996، إلى يومنا هذا بشكل متسارع ومذهل، وتجدر الإشارة هنا أن الصحافة الإلكترونية بشكلها الحالي مرت خلال مراحل تطورها بثلاث موجات:²

الموجة الأولى: كانت كبريات الصحف التي تنتشر على شبكة الأنترنت تملك مواقع مطابقة للنسخة الورقية، حيث تم الإستعانة بملفات **PDF** لنشر محتوى الصحيفة الورقية، وهي نوعية الملفات نفسها المستخدمة في عمل التجهيزات الفنية في الطباعة، ثم تحميلها من قبل المتلقي لقراءتها، وتميزت الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة بفريق عمل مكون من مجموعة من الفنيين المختصين برفع المحتوى على الموقع، بينما تقوم غرفة أخبار الصحيفة الورقية الأم بكل مراحل العمل الصحفي، وتتسم أيضا بكون زمن تحديث النسخة الإلكترونية مرتبط بدورية صدور النسخة الورقية .

¹ Yannick Estienne , ouvrage précédent , p 60

² محمد سلامة، الصحافة الإلكترونية السلطة الخامسة، مجلة القن والإعلام، إتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 1957 جانفي 2010، ص، ص 83:82.

الموجة الثانية: تم تطوير الصحف الإلكترونية بإضافة خدمات أخرى حيث تم إعادة إنتاج المحتوى الإلكتروني وفقا للغة الأنترنت المعروفة بـ **Html**، والتي تسهل عملية البحث في النصوص وسهولة التصفح دون التحميل وإستخدام خصائص النص الفائق **Hypertext** في ربط الموضوعات والأخبار ذات الصلة.

الموجة الثالثة: تميزت بالإستخدام المكثف لتقنيات الأنترنت ، حيث ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية البحثية، وكذا حدوث شراكة بين الصحيفة الإلكترونية والمتلقي من خلال إمكانية التعليق على الأخبار ، والتقارير المنشورة والمشاركة في منتديات الحوار والنقاش.

نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

عندما دخلت الأنترنت العالم العربي؛ توسع الوجود العربي في الشبكة من جانب الأفراد والمؤسسات فأنشأت الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية مواقع لها تعبر عن إهتماماتها.

تتواجد الصحف العربية على الأنترنت كنسخة إلكترونية للصحف المطبوعة اليومية أو الأسبوعية في غالب الأحيان، وتم تحديث معظمها يوميا أو دوريا بالنسبة للصحف الأسبوعية، كما تتواجد الصحف الإلكترونية، و يعود الفضل في ظهورها إلى الأنترنت دون تواجد نسخ ورقية لها.

كان أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الأنترنت في سبتمبر 1995 ، أين صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة الشرق الأوسط، وكانت على شكل صور.

تم ظهرت جريدة " النهار " اللبنانية في جوان 1996، والثالثة هي " الحياة " التي صدرت في الفاتح من جوان في العام نفسه، والرابعة هي " السفير اللبنانية " وجريدة الأيام البحرينية في أواخر عام 1996¹.

وفي فبراير 1997 ظهرت " الجمهورية " كأول صحيفة مصرية على الأنترنت تم تلتها الأهرام، 1998، فصحيفة الأخبار سنة 2000.

وهكذا فقد إزداد عدد الصحف العربية على الشبكة، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية عربية مع حلول 2000 وهو عدد قد تضاعف بعدها.

تجدر الإشارة أن ظهور الصحافة العربية الخالصة على الأنترنت والتي لا تملك مقابلا ورقيا كان متأخرا نوعا ما ، حيث تعتبر صحيفة " الجريدة " أول صحيفة إلكترونية عربية خالصة صدرت في جانفي 2000، تلتها جريدة " إيلاف " اللبنانية التي إنطلقت في ماي 2001 من لندن.

وأضحت الدراسات الإعلامية التي رصدت تطور الصحافة على الأنترنت بأن ذهنية النشر الورقي هي السائدة في الصحافة الإلكترونية العربية، وأن أغلبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخ إلكترونية كربونية للصحف التي صدرت بالصباح².

¹ حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط1 رخصة برس لطباعة والنشر، 2007، ص 78

² محمد مليك ، النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة، دراسة نظرية وصحفية جامعة الجزائر ، 2006، 2005، ص 8

كما تشير الدراسات الخاصة بالصحف الإلكترونية العربية إلى أن غالبية هذه الصحف تحتوي على 90% من المادة المتحررة المطبوعة¹، حيث تتابع دخول الصحف العربية إلى شبكة الأنترنت ليصبح لكل صحيفة عربية تقريبا موقعا على الشبكة، كما ظهرت الصحف الإلكترونية البحتة التي لا تملك نسخة ورقية، وتوفر خدمات إتصالية وتفاعلية متطورة.

وتشير الإحصائيات الحديثة إلى وجود أكثر من 65 مليون موقعا على الأنترنت حتى سنة 2000، منها 7000 موقعا باللغة العربية²

وتشير الإحصائيات لعام 2007 التي قدمتها رابطة الصحف الأمريكية، إلى أن عدد مستخدمي الأنترنت المتكلمين باللغة العربية وصل 28,5 مليون أي نحو 2,5% من تعداد المستخدمين في العالم، كما شهد عدد مستخدمي الأنترنت باللغة العربية أكبر وثيرة نمو في تاريخه بين عامي 2000 و 2007 حيث بلغت نسبة النمو 8,93% مما يدل على مستقبل جديد في عالم الصحافة الإلكترونية بالمنطقة العربية.

¹ محمد إبراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة العربية في ثلاث مواقع إعلامية إلكترونية، الشارقة، جوان، 2006، ص 6

² عماد بشير: إسهام الصحافة اليومية المطبوعة في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الأنترنت، ورقة بحث مقدمة في أشغال إجتماع الخبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي، المجلس الإقتصادي والإجتماعي، بيروت، 2005، ص 3

ومن بين أهم الأبحاث الحديثة التي تناولت تطور الصحافة الإلكترونية العربية، توجد أطروحة دكتوراه في 2010 خلصت إلى أن الصحافة العربية على الأنترنت لازالت بعيدة كل البعد عن نظيرتها في العالم، وتحتاج إلى التقنين من خلال تشريعات تضبط هذا العمل الإعلامي¹.

وفي هذا السياق يشير الباحثين في هذا المجال إلى جملة من الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية ومنها :

- عدم وجود عائد مادي من الإشهارات والإشتراكات أو التسويق مثل: الذي توفره الصحافة الورقية.
- ندرة وجود الصحافي الإلكتروني المدرب وإلمامه بالتقنيات الرقمية المتعددة، التي تحتاج إلى مهارة ودراسة وتدريب .
- تأخر دخول الصحافة الإلكترونية إلى الكثير من الدول العربية.
- عدم وجود قاعدة جماهيرية واسعة لمستخدميه وغياب الأنظمة والقوانين العربية التي تنظم الصحافة الإلكترونية .

المطلب الثالث: الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الأنترنت جذبا للقراء، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون، أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر

¹ هيا صالح، الصحافة الإلكترونية العربية بين الإلتزام والإنقلاب في الخطاب ، جريدة القدس العربي، 2011/01/24

نما وحركة بين مواقع الأنترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، ووجدت لدراسة أن عشرة صحف أمريكية إستأثرت بالنصيب الأكبر للزوار، حيث تضاعف عدد زوارها إلى الضعف في ستة أشهر، متجاوزة بذلك مواقع عالمية شهيرة، وأوضحت أنها وجدت من قبل الزوار إستعدادا لإنفاق المزيد من الأموال في سبيل الحصول على المعلومات من تلك المواقع، إلا أنها أشارت إلى أن قراءة النسخة الإلكترونية سيؤثر على مبيعات الصحيفة المطبوعة نفسها.

وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ومنها:

خدمة البحث: حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، وبعض الصحف تتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوعات، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى.

خدمة البحث في الأرشيف: وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتعاون خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها.

خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة: وتقتصر هذه الخدمة على الصحف

الإلكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة

الورقية، وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات الصحيفة الإلكترونية، فعلى سبيل

المثال تقدم صحيفة **USA Today** الأمريكية هذه الخدمة ، تحت عنوان **Prink Edition** ضمن ما قدم

من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية ويتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس.

خدمة البريد الإلكتروني **Electronic mail**: وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ،

فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر على إتاحة الفرصة للمستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى المحررين،

أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني

شخصي على الموقع، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا على بريد المستخدم، وتهدف من وراء

ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الإستخدام ، حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد

الإلكتروني من مواقع أخرى .

خدمة مجموعات الحوار: وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير، عن آرائهم في القضايا

والموضوعات، التي يهتمون بها، وتنقسم مجموعات الحوار إلى :

- حوار حول آخر الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.

- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل:

الأخبار، الإقتصاد، الرياضة، التكنولوجيا وغيرها .

خدمة الإرشاد الى الأخبار الجديدة والموضوعات الهامة: وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة، التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

خدمة خريطة الموقع Sit map وتعني هذه الخدمة بتقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل والخدمات، مثل: مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحاً FREQUENTLY ASKED QUESTION : وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الإستعراض او المشكلات التي قد يواجهها أثناء إستعراض الموقع.

خدمة الربط بالمواقع الأخرى: وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عدداً من المواقع التي تراها مهمة له، وغالباً ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة، أو بينها وبين الصحيفة إتفاق على تبادل إقتراح المواقع على المستخدمين.¹

خدمة الإشهارات المبوبة: وتشمل هذه الخدمة إستثمارات السيارات والمزادات، وإشهارات العقارات، وخدمات التسوق... إلخ.²

¹ حسين محمد نصر، الأنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، العين، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص 123.

² المرجع نفسه، ص 110.

حاول العديد من الباحثين في دراستهم للظاهرة الإتصالية الجديدة (الصحافة الإلكترونية) التفرقة بينها وبين نظيرتها الورقية، بناء على عناصر الإتصال، فبالنسبة للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية يجب عليه أن يلم بكيفيات إستخدام الكمبيوتر وجميع البرامج المتطورة المتعلقة بإستخدام شبكة الأنترنت، أما المحرر في الصحيفة المطبوعة فيكفيه فقط التحرير على الورقة، وليس بالضرورة معرفته إستخدام الكمبيوتر والأنترنت، أما الرسالة بصفقتها عنصرا مهما في العملية الإتصالية، فإن مضمونها لا يختلف كثيرا في الصحافة الإلكترونية، لكن الفرق يكمن في سهولة التعامل معها والوصول إليها كذا حفظها وتخزينها، وذلك كونها غير جامدة مدعومة بصور ثابتة ومتحركة وحتى الصوت والرسوم المتحركة، فيما تبقى نصية جامدة في الجريدة المطبوعة¹.

وبالنسبة للوسيلة فالشكل الذي تصدر فيه الصحيفة التقليدية يكون في صيغة مطبوعة على الورق على شكل نصوص وصور ثابتة فقط، أما الصحافة الإلكترونية فتعتمد على تقنية إخراج متطورة، بإعتمادها على مستويات عديدة، وفيما يخص المستقبل كطرف أساسي في العملية الإتصالية، فإن المعطيات المتاحة في الصحيفة الإلكترونية بشكلها المتطور تمكن من تخطي مشكلة القراءة، فبإمكان المتلقي الإستعانة بتقنيات جهاز الحاسوب لقراءة مضمون المادة الصحفية داخل النسخة الإلكترونية بمجرد إستخدام لوحة المفاتيح²، زيادة على ذلك فإن التغذية العكسية في الصحيفة الإلكترونية تكون مرئية

¹ زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار اسامة للنشر، ط1، عمان، 2009 ص55.

² نجوى عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص57.

منقولة بالصوت والصورة، ومباشرة بين المرسل والمستقبل، عكس المطبوعة التي يتم فيها فقط نقل المعلومة من المصدر الى الجمهور.

بالإضافة إلى خاصية التفاعلية بصفتها أهم الفروق بين الوسيطتين، فالصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى مسبق من التفاعل، الذي يبدأ بالبحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية، أي أنها تفتح المجالات للحوار والمناقشات للقاري¹.

فكل المميزات التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية دفعت بها بأن تمارس بالإضافة إلى دور الرقيب؛ دوراً آخر وهو "القيادة"، الذي يساعد الفرد ويتيح أمامه فرصة الاختيار المناسب من المصدر أو المحتوى، بالإضافة إلى أن المبادرة لم تعد بين الصحف أو الصحفيين، بل أصبح للجمهور والمجتمع دوراً في إنتاج المحتوى الخبري والمعلوماتي، ولذلك فإن هذا النوع الجديد من الصحافة، أصبح يطلق على القاريء أو المستخدم صفة المؤلف المشارك، أو المنتج المشارك، وفي تقرير أصدرته في أبريل الجمعية الدولية للصحف، حددت مجموعة من الاتجاهات المستقبلية للصحافة من بينها:

إتساع الصحافة المشاركة، والمحتوى الذي ينتجه المجتمع والجمهور

زيادة بحوث الجمهور التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية، لدراسة طرق استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.

¹ ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2008، ص129.

الفصل الرابع

الفصل الرابع :القضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي .

يرتكز مفهوم الإعلام أساسا على مهمة توجيه الرسائل من المرسل إلى المستقبل ،وقد آن لهذا التوجه أن يتغير في ظل تكنولوجيا المعلومات ،ليصبح تواسلا لا مجرد إعلام أحادي الإتجاه ،يصب رسائله على مستقبله،فبالرغم من من إستفاداة الصحافة المكتوبة من تكنولوجيا الإتصال ،والمتمثلة في صناعة الطباعة منها الطباعة الرقمية،والتي أحدثت ثورة حقيقية في مجال الطباعة ،خاصة في توفير عاملي الوقت والجهد ،مع تحقيق الجودة العالية،إلا أنه في ظل التحدي الذي أفرزته شبكة الأنترنت ،فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها على الساحة الإعلامية العالمية والعربية بوجه عام، وظهرت في شكل أكسبها صبغة المنافس القوي للصحافة الورقية ،نظرا لما تتميز به من مميزات كثيرة ،فقد تراجع توزيع الصحف وتقلص عدد قرائها، خاصة بين الشباب ،وأضحت هذه الوسيلة -أقدم وسيط إعلامي تواجه موقفا صعبا أمام هذه التحديات .

ومع إتجاه غالبية الصحف الورقية في العالم إلى إصدار نسخ إلكترونية ،بدأت تطرح فكرة مدى إمكانية أن تصبح الصحافة الإلكترونية بديلا للصحافة المطبوعة الورقية ،وزادت حدة المنافسة بين الصحف المطبوعة والإلكترونية ،بشكل أصبحت هذه الأخيرة خطرا على بقاء وإستمرار الصحف المطبوعة .

وهذا ما سيتم تبياناه في هذا الفصل تحديدا في مبحثه الأول،أما المبحث الثاني فخصصناه للتفاعلية ولجمهور الصحف الإلكترونية،ليبقى المبحث الأخير في الإطار النظري متضمنا رؤية مستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية.

المبحث الأول : مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية:

عرفت الصحافة تحولات واسعة تطول أشكال الصحف، ووظائفها تفوق تلك التي أحدثتها الطباعة ناقلة الكتابة من النسخ إلى التنفيذ الآلي، وباتت الصورة العامة تنذر بسقوط الكتابة وإنحدار الصحافة سلطة رابعة في العصر الإلكتروني، وما يلاحظ في هذا الإطار هو إختلاف وجهات النظر بالنسبة لمنظور مستقبل الصحافة، بين جهة ترى أن الصحافة المكتوبة الورقية أصبحت حرفة من الماضي ووسيلة إعلام من عصر الصناعة في طريقها إلى الزوال، ووجهة نظر ترى عكس ذلك، وبات السؤال جديا حول ما إذا كانت الأنترنت بصحافتها قد قتلت الصحافة المكتوبة أو أحييتها؟ ونظرا للإحصائيات التي تشير إلى أن الصحافة المكتوبة هي وسيلة الإعلام الوحيدة التي يتراجع وضعها في كل أنحاء العالم من حيث نسبة التوزيع في الولايات المتحدة الأمريكية، الإتحاد الأوروبي و كذلك في البلدان النامية هذا ما أثار مناوشات عدة من قبل خبراء مختصين في هذا المجال حول مستقبل الصحافة الورقية في ظل وجود الصحافة الفورية الموجودة على شبكة الأنترنت.

المطلب الأول: الصحف الإلكترونية بديلا عن الصحف الورقية :

عادة ما تثار عدة مناوشات وقضايا كلما ظهرت وسيلة إعلامية جديدة، ففي مثل هذه الأحوال غالبا ما يكون هناك شك في صمود القديم أمام الجديد، ومع إنتشار مفاهيم النشر الإلكتروني بأنواعه المختلفة، أثير قلق واسع النطاق بشأن الصحافة المطبوعة، ويقوم هذا الإتجاه على أساس أن الصحف الإلكترونية تمثل بديلا مهما عن الصحف الورقية، وسوف تحل محلها، وهناك عدة مبررات من يؤيد هذا الإتجاه.

تشهد الصحافة الإلكترونية ميلاد مواقع كثيرة تواكبها زيادة في عدد زوارها وتستفيد من الأزمات التي تمر بها الصحافة التقليدية، ومن بينها الرقابة عليها، ومنع المواد الصحفية من النشر¹. فقد كانت السمة المميزة للورق ، هي قدرته على نقل الخواطر والأفكار، فعن طريق تدوين المعلومات أمكن تخزينها وإسترجاعها حسب الرغبة، وإتسم بالمرونة إلى درجة مكنته من إستيعاب وتداول كمية كبيرة من المعلومات بكفاءة، ورغم كل هذه الفوائد وكل ما أداه للجنس البشري عبر آلاف السنين إلا أنه إستبدل بوسائل أخرى²، فلم يعد الوسيط الأمثل لحفظ المعلومات وتداولها وإدارتها فقد تكون المعلومات المطبوعة مناسبة في بعض الأحيان، إلا أنها وفي أحيان أخرى تكون غاية في السوء، إذا ما أريد تداولها وتنظيمها، فمن اليسير تداول مجلة أو صحيفة واحدة أما نقل وتداول أعداد كبيرة منها فهو أمر عسير للغاية، ولعل ذلك ما أدى إلى نشوء ظاهرة تراجع وسائل الإعلام المطبوعة في العقود الماضية القليلة، ومثال على ذلك في الفترة مئى عام 1960 وحتى عام 1995 ظل إجمالي توزيع الصحف الأمريكية مستقرا عند حوالي 59 مليون نسخة، وفي الوقت نفسه زاد عدد سكان الولايات المتحدة الأمريكية من 180 مليون إل 260 مليون نسمة وهي كلها أرقام دالة على إنخفاض معدل قراءة الصحف لدى الشعب الأمريكي بمقدار الثلث³.

وتشهد مجمل البلدان أزمات الصحافة المكتوبة الورقية التي تعاني من تراجع ملحوظ في التوزيع وفي

¹ ماجد سالم ترهان، مرجع سبق ذكره، ص 280

² شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، دون ذكر مكان النشر، ط 1 الدار المصرية اللبنانية، سنة 2002 ص 121.

³ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، ط 4، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 1999، ص 129.

حصص الإشهار وفي إعراض القراء الشباب عنها (نسبة قراءة الصحف تقل بمقدار الضعف عند أولئك الذين تقل أعمارهم عن ثلاثين عاما) أو في انهيار أو تراجع أهميتها أمام الأنترنت - الشبكة التي تسرق جماهير هذه الوسائل مجتمعة؛ أي أنها تسرق جمهور الصحافة والهاتف و التلفزيون ،ومنذ سنوات وليست بعيدة كان يسود خوف قوامه إن الأنترنت تحضر قبل الصحافة المكتوبة¹.

فالصحافة الورقية المطبوعة تواجه عدة تحديات خطيرة من أكثرها إلحاحا التحدي الإقتصادي المتمثل في إرتفاع أسعار الورق والتجهيزات الإلكترونية ،على شبكات المعلومات والتحدي البيئي المتمثل في دعاة الحفاظ على البيئة ،سواء من خلال الحفاظ على الغابات وأشجارها أو التخلص من التأثيرات البيئية السلبية لطباعة الصحف الورقية ،تحدي المنافسة الإعلامية والإتصالية من باقي الوسائل الأخرى وكذلك تحدي المصادقية².

إن المنظرين في مجال التكنولوجيا الإعلامية والإتصالية وما تفرزه من رهانات وتحديات أنه في المستقبل لن يكون التركيز على المنشدات الورقية ، و بدلا من التركيز على مشكلات الطباعة ،فإن محترفي النشر الإلكتروني في المستقبل سيكون لازما عليهم التركيز على إنتاج وصلات متطورة لربط القارئ بالمستند الذي يصل إليه في منزله، مما يمكنه من رؤيته على الشاشة مباشرة .

وفي هذا الإطار ظهرت الصحافة الإلكترونية ،وبدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدي ،وذلك في مرحلة بدء الإستخدام أو التعامل معها من قبل الجمهور ،ثم كبديل لهذا

¹ Sophie Boukharie, **Internet: Le grand bouleversement de paysage médiatique** ,culture et société, RFI, n 199, février 1998, p2¹

² منى سعيد الحديدي، حسن عماد المكاوي، حسن محمد عبد الشافعي ، تكنولوجيا الإتصال (المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية) الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة 2000، ص، ص74، 78..

النوع من الصحافة عند وصولها إلى مرحلة التبني من جانب القراء¹.

والفكرة الأساسية في الصحافة الإلكترونية تتمثل في توفير المادة الصحفية على إحدى شبكات الخدمات التجارية الفورية، وقد بدأت عديد من الصحف في إكتشاف قيمة توصيل المعلومات إلكترونيا من خلال شبكات الكمبيوتر، لأن الإنسان عادة ما يميل لإستخدام الوسيلة الإتصالية التي تعطيه الخدمة الإتصالية الشاملة والأكثر جاذبية بأقل جهد مبذول منه وبأرخص تكلفة، ومن ثم فإن الصحافة المنشورة على شبكة الأنترنت تتفوق بمراحل على الصحيفة المطبوعة، وفي هذا الصدد فقد نظر إلى هذه الخدمة في البداية كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة ثم أثير نقاشا كبيرا حول فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية بديلا للصحيفة المطبوعة.

ويكمن وراء طرح هذه الفكرة عدة أسباب أبرزها:

التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث، بالإضافة إلى عدم نجاح الصحف المطبوعة في إجتذاب القراء صغار السن، حيث يتركز معظم قرائها حاليا في المرحلة العمرية المتوسطة والمتقدمة²، فبالرغم من أن الجريدة مازال لها بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية، إلا أن سؤال يثار حول ما إذا كان هذا البريق سيستمر مع أجيال الشباب؟ والدراسات الميدانية على وسائل الإتصال في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها، أكدت على أن الجريدة اليومية لم تعد الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المعلومات، صباح كل يوم مثلما كان في الماضي³، إضافة

¹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص122.

² شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، مرجع سبق ذكره، ص183.

³ مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص274.

إلى ذلك إرتفاع تكاليف الإنتاج الطباعي وأسعار الورق.

إن الجريدة الإلكترونية هي الحقيقة الواقعة اليوم في عالم وسائل الإعلام والاتصال، حث أتاح استخدام الأنترنت ظهور الصحف والمجلات الإلكترونية، سواء إلى إصدارات إلكترونية للصحف الورقية المطبوعة، حيث تكون المادة المبثّة عبارة عن محتويات كاملة للجريدة، أو ملخصات لها من خلال تقديم موجز لأهم محتوياتها، مع فهرس للمحتويات مع نبذة قصيرة عن كل موضوع، أو كجرائد ومجلات إلكترونية أصلية ليس لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والمقالات والقصص والتعليقات والصور والخدمات المرجعية، وعندئذ يسمح بإمكانية التبادل أو التواصل أن يطلب المشترك من الناشر أو مركز الإرسال مزيداً من المعلومات عن موضوع مطلوب، فيبادر بالضغط على زر معين ليحصل على ذلك على الشاشة أمامه مكوناً بذلك جريدته الشخصية التفاعلية المختلفة عن جرائد الآخرين¹، وكانت صحيفة "هيلز نبورج احبلاد" السويدية أول صحيفة تنشر بالكامل على الأنترنت، ثم أعقبها الصحف الأمريكية التي بدأ معظمها يتحول إلى صحف إلكترونية خلال عامي 1994 و1995 حيث زاد عدد الصحف اليومية التي لها مواقع على الشبكة، من ستين صحيفة (60 عام 1994 إلى مائة وخمسين 150) عام 1995 صحيفة ثم إلى 368 صحيفة في أواسط عام 1996، وفي دراسة أجريت على الصحف الأمريكية تبين أن معظم الصحف الأمريكية متاحة على شبكة الأنترنت وبذلك بعد أن كانت الصحافة، تصمم بصورة مباشرة في التأثير على البيئة بشكل سلبي نتيجة للإستهلاك الهائل للورق.

¹ المرجع نفسه، ص 277.

وإنطلاقاً من هذا الواقع الذي يعكس تنامياً ملحوظاً في الصحافة الإلكترونية، طرح أساتذة الإعلام السيناريوهات المتعلقة بمستقبل صناعة الصحافة، من بينها الذي يرى ويتوقع أن تقل خدمات الصحافة الورقية بشكل تدريجي ليزداد الاعتماد على الصحافة الإلكترونية الفورية، الموجودة على شبكة الأنترنت، وصولاً إلى ما يطلق عليه "الجريدة تحت الطلب" *، أو الجريدة الافتراضية الذي يختار الشخص محتواها بنفسه، يومياً من خلال شبكات المعلومات المختلفة¹، وفي هذا السيناريو يتوقع الخبراء أن يصبح إصدار الجريدة الورقية محدوداً جداً، في حين تزدهر الجرائد الإلكترونية، تمهيداً لإختفاء الجريدة التقليدية، وظهور الجرائد التي يحدد الشخص محتواها بنفسه، خاصة في المجتمعات التي تجاوزت مرحلة مجتمع المعلومات إلى مرحلة ما بعد المعلومات أو المجتمع الافتراضي، كما هو الحال في الولايات المتحدة وغرب أوروبا واليابان، ففي مثل هذه المجتمعات بدأ عدد قراء الصحف في الإنخفاض بالفعل، فتبعاً لتقرير صدر عن مركز الصحافة الأوروبي، فإن عدد القراء يتناقص بمعدل 600 ألف، قارئ سنوياً، وخسرت الصحافة اليومية في أوروبا في سنة 1997 حوال 2 مليون قارئ، وهو ضعف ما خسرت في عام 1995، وهذا ما يعد نتيجة مباشرة للمواجهة الحادة بين الصحافة الإلكترونية والمطبوعة إل حد توشك أن تستبدل فيه هذه الأخيرة بالفورية التفاعلية.

وقد أصبح من اليسير على ملايين الأشخاص في جميع أنحاء العالم مطالعة عدد كبير من الجرائد والمجلات المختلفة كل يوم مجاناً عن طريق إستخدام شبكة الأنترنت، حيث تقوم الجرائد والمجلات

* هذه الجرائد تتيح مزيداً من المعلومات عن أي موضوع يلقي اهتماماً من القراء، وهو ما لا تفعله الجريدة التقليدية، وبهذا فإنها قد تنافس المجلات المتخصصة.

المنشورة عبرها بالتفنن في تفجير الخدمات المختلفة من أجل جذب القراء، مثل زيادة إمكانات البحث من خلال الأعداد الحالية والقديمة، أو من خلال الإعلانات المبوبة بإستخدام كلمات رئيسية مكتوبة داخل نموذج خاص على الشاشة، وهذا ما لقي إستحسانا كبيرا لدى القراء.

كما يسهل من خلال هذه الخدمة وجود إتصال تفاعلي ، بين جمهور القراء والمؤلفين والكتاب، إضافة إلى أن الصحف الإلكترونية تنفرد بأنها تصدر في الوقت الحقيقي لتحريرها، وتعطي القارئ فرصة مطالعتها في أي وقت، وتستفيد من تكنولوجية الوسائط المتعددة ، وتسبق الصحف المطبوعة في الصور، وتتجاوز كل الحدود الزمنية والمكانية في مجال التغطية الصحفية، كما أنها تعد وسيلة منخفضة التكلفة مقارنة بالصحيفة المطبوعة¹.

وهكذا أصبحت هناك لغة جديدة للنشر الصحفي للجرائد الإلكترونية على شبكة الأنترنت ، والتي تشكل أسلوبا جديدا للعمل الصحفي .

وهذه التطورات الهائلة في عدد الصحف الإلكترونية، وصدور طبعات إلكترونية ومن الصحف المطبوعة سيؤدي على المدى الطويل إلى خفض استهلاك الورق بصورة كبيرة، لأن مطالعة القراء للصحيفة الإلكترونية سوف يغنيهم عن مطالعة الصحيفة المطبوعة، وسوف يؤدي خفض الورق المستهلك إلى ميزانية متوازية لدور الصحف ، وسيؤدي كذلك إلى الحفاظ على البيئة، خاصة وأن الورق تم الحصول عليه وتصنيعا من العجينة الخشبية، مما يستدعي قطع مئات الآلاف من الأشجار، وهذا ما يؤدي بدوره

¹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص، ص123، 124.

إلى إحتفاء الغابات في الدول المصنعة للورق، مما يضر بالتوازن البيئي، لذلك فإن أي مجتمع لديه وعي بيئي سوف يكون مجبرا على أن يأخذ الوسائل الإعلامية الإلكترونية مأخذ الجد، ويستبدل الورق تلك بالصحافة الفورية التفاعلية ، لأنه سيكون لإلغاء التعامل بالورق فوائد محسوسة للغاية للناشرين أنفسهم ، إذ سيوفرون الأموال وهم مقبلون على عالم النشر الإلكتروني، فهناك تكاليف باهضة للناشرين تذهب لإنتاج وتوزيع الصحف والمجلات الورقية، وبذلك فإن النشر اللاورقي أو النشر الإلكتروني، يمثل حقيقة واقعة اليوم ، وهو ليس من قبيل الخيال أو المستقبل غير المنظور، بل سيكون هو المعيار والنموذج بأسرع ما يتوقع معظم ناشري الصحف الورق التقليديين .

إنتقد " تيرتيرنر " رجل الأعمال الأمريكي ومالك شبكة CNN الصحافة الورقية، وأشار إلى أن أيامها كحبر وورق باتت معدودة ، ويرى إنصدار الصحافة الإلكترونية "إن العالم سيشهد آخر صحيفة ورقية في عام 2018"، نظرا لأن السمات الأساسية للصحف الإلكترونية تفوق السمات الأساسية للمطبوعة، وتتمثل هذه السمات في :

الإستفادة من ثروة المعلومات، من خلال الأنظمة الرقمية التي تعمل في ظلها الصحافة الإلكترونية والنشر عموما.

تقنية النص الفائق : حيث تسمح لقراءها بالتعليق فيما وراء النص، والإنتقال من موقع لآخر داخل الشبكة.

تقنية الوسائط الفائقة : تتيح هذه التقنية تقديم الأخبار، والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة، أكثر من تلك المتاحة للصحيفة الورقية المطبوعة.

الإنتقائية : حيث تتيح للقارئ أن يختار المواد الصحفية التي تتفق وإهتماماته، وحاجته بدرجة أكبر وأوسع مما هو متاح في الصحيفة الورقية.

إدخار الوقت والجهد: فيما يتعلق بآليات الإنتاج، كما أن تصفحها عبر الشاشة يتم في ثواني عديدة.

الحالية والآنية : حيث تتصف مضامينها بالحالية ، فالصحافة الإلكترونية هي وسيلة إتصال متدفقة ومتحركة لا تعرف موعدا للتوزيع أو القراءة.

تلبية إحتياجات غير متجانسة للقراء: حيث أنها تتيح فرصة للتعامل مع جمهور أكثر تنوعا، وأقل تجانسا، وتتيح الفرصة لتلبية إحتياجات متنوعة وغير متجانسة للجمهور، وذلك من خلال إمكانيات النص الفائق، والوسائط الفائقة¹.

المطلب الثاني: الصحف الإلكترونية منافسا للصحف المطبوعة :

يقوم أصحاب هذا الإتجاه على أن الصحف الإلكترونية بالرغم من الإعتراف بكل مميزاتها فإنها لا تشكل بديلا عن وسائل الإتصال التقليدية خاصة الصحف المطبوعة، ويتبنى هذا الإتجاه أكاديميون، وصحفيون يعملون في الصحف المطبوعة، وهناك كثير من المبررات تدعم موقفهم منها:

يرى الكاتب الصحفي "يسري الفخراي" أن الصحافة الإلكترونية، تحتاج إلى سنوات عديدة حتى يصبح لها تأثير يماثل الصحافة المطبوعة، ويرفض تماما المقارنة بينها وبين الصحافة الورقية، لأن هذه الأخيرة هي الأقوى، والأكثر تأثيرا، لأن الأنترنت لا تزال غير متاحة للجميع، والمعوقات أمام الصحافة

¹ ماجد سالم تريان مرجع سبق ذكره، ص، ص181، 182.

الإلكترونية كثيرة ومتعددة، كما أن الصحف الإلكترونية تعتمد على الصحف المطبوعة في الإعلان عنها، والوصول إلى المستفيدين الجدد، بمعنى أن المطبوعات إستفادت إعلانيا من إنتشار المواقع الإلكترونية المختلفة على شبكة الأنترنت¹:

- عدم وجود بنية معلوماتية حقيقية في أي مكان في العالم.
- المواطن يثق أكثر بالخبر المنشور في الصحيفة الورقية، حتى ولو كانت محدودة التوزيع.
- إن الصحف الورقية هي الأكثر تأثيرا، وتأثرا بين وسائل الإعلام، وخاصة بين فئة المتعلمين فبالرغم من ثورة المعلومات، والإنفجار الإعلامي الذي يعيشه العالم، فإن الصحف اليومية هي التي تحفز المتعلمين على المشاركة في الحياة المدنية، وليس جهاز التلفزيون وبرامجه، أو الأنترنت ومعلوماته، حسب دراسة أجرتها جامعة أوهايو- الأنترنت ليست بإستطاعة كل الناس إستخدامه، أو إقتنائه بالإضافة إلى أن الأنترنت يزيد من إنتشار الصحافة، والصحيفة التي تقرأ عبر الأنترنت هي الصحيفة الورقية، وتظل القراءة عبر الورق أسهل، وأيسر، وأكثر عمقا من الأنترنت.
- إن الأهمية الإلكترونية لا تزال عالية في العالم، لذلك سيحد هذا من الإنتشار، والقبول الكبير لتلك الوسيلة، وبذلك ستبقى الصحافة التقليدية لها دورها الإجتماعي والثقافي طالما تمكنت بتطوير نفسها بصورة مستمرة².

وفي الإطار نفسه يؤكد بعض الخبراء والأكاديميين أن الصحافة الإلكترونية لن تحل محل الصحافة التقليدية

¹ عبد الكريم عقيل، الأنترنت، المرجع الكامل، مكتب جريز، السعودية، دون ذكر الطبعة، سنة 1999، ص 584.

² ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص، ص 282، 283.

المطبوعة، وذلك للإعتبارات التالية :

تاريخ وسائل الإتصال يؤكد أنه ما من وسيلة جديدة إستطاعت القضاء على الوسائل السابقة عليها، وإنما تعايشت معها في ظل خصوصية كل واحدة.

الصحافة المطبوعة يمكن أن تعظم إستفادتها من الإنترنت، وتجعل من هذه الشبكة قناة للإرتقاء بالعمل الصحفي، وقناة للترويج، والوصول إلى أسواق جديدة من خلال إقامة مواقع لها على الشبكة.

لازالت الدراسات في هذا المجال تؤكد أن إستخدام الأنترنت، لم يؤثر بدرجة ملموسة على معدلات قراءة الصحف المطبوعة في مختلف أنحاء العالم، مثلا الصحف المطبوعة الإيطالية لا زالت تلقى رواجاً كبيراً رغم تضاعف إستخدام الأنترنت في إيطاليا بمعدل (23) مرة في السنوات الأخيرة¹.

إن إنتشار الأنترنت له تأثيرات إيجابية على العمل في الصحف المطبوعة، فقد أتاحت الخدمات المعلوماتية، وخدمات البحث التي توفرها الشبكة للصحفيين الحصول على كم هائل من المعومات، والبيانات التي تساعدهم في تحويد أعمالهم الصحفية، وبالتالي تزايد ثقة القراء فيما يكتبونه. قراءة الصحيفة الإلكترونية تتطلب تكلفة مادية إضافية، وهذا أمر يتوقف عنده الكثيرون من حائزي أجهزة الكمبيوتر.

قراءة الصحيفة الإلكترونية تتطلب ظرفاً أصعباً من قراءة الصحيفة العادية، إذ ممكن ان

¹ محمد عبد الهادي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ومراكز المعلومات العربية بين الواقع والمستقبل، وقائع المؤتمر العربي الثامن للمعلومات،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،ص309.

تقرأ الصحيفة الورقية في المنزل ، أو العمل، أو القطار، أو المقهى أو أي مكان تتوفر فيه متطلبات القراءة، بينما الأمر أكثر صعوبة بالنسبة لقراءة الصحيفة الإلكترونية من خلال جهاز الكمبيوتر، الذي يتطلب مكانا يتصف في الغالب بالثبات، والإستقرار في مكان معين وفي ظروف معينة.

تعودت الأجيال الحالية عبر سنين طويلة على قراءة الصحيفة الورقية المطبوعة، وهذا ما يجعل من الصعب التخلي بين يوم وليلة عن هذه العادة.

المخاطر التي تفرض من قبل الأسرة على مسألة الإشتراك في الأنترنت حماية للشباب والأطفال ستظل أحد الأمور التي تدعم مركز الصحيفة المطبوعة¹.

المطلب الثالث: الصحف الإلكترونية مكملًا للصحف المكتوبة :

إنه في تاريخ وسائل الإتصال منذ نشأتها وحتى الآن، لم تلغ وسيلة إتصال متطورة الوسيلة القديمة بل تستوعبها وتطورها، ويخرج من تفاعل الوسيطتين وسيلة جديدة، تتيح إمكانات جديدة ومتعددة للجمهور في الإتصال وتبادل المعلومات.

ومع إنتشار مفاهيم النشر الإلكتروني بأنواعه المختلفة، أثير قلق واسع النطاق بشأن الصحافة المطبوعة، وأصبح السؤال يكمن في مستقبل الكلمة المكتوبة في مواجهة الثورة التكنولوجية والمجتمع الإلكتروني، وفي إمكانية الصحافة الورقية الصمود أمام الإلكترونية وإستعابها، حتى تصبح هذه الأخيرة مكملة لها فقط.

¹ المرجع نفسه، ص309.

إن الكثيرين يحتفلون بالإنترنت باعتبارها الطليعة في عصر وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، والذي يقدم النشاط المتبادل، ونهاية ندرة المعلومات والاتصال، الكوني الفوري قليل التكاليف، المتميز بمزايا عظيمة¹، ولكن هذه الشبكة ماهي إلا إحدى عناصر التكنولوجيا الحديثة مرة أخرى، على الإزدهار والتطور²، وإن الآلاف من الخمسة ملايين موقع على الشبكة الموجودة، قد تم تكوينها بواسطة الإعلام التقليدي، وأن المؤسسات الإعلامية التقليدية قد تحولت إلى الشبكة لإنشاء شبكات داخلية ثرية في المعلومات للإستخدام في داخل مكاتبها، والعديد منها يستطيع الوصول إلى مجموعات من السجلات العامة أو المعلومات الخلفية بالنسبة لعدة موضوعات³.

يذكر أحد المختصين في تقرير له؛ أن الصحافة المكتوبة الورقية، وهي من أهم وأقدم مصدر للأخبار والمعلومات، سوف تنتفع إنتفاعا متزايدا بالشبكات الجديدة، حالما تكون حولت بالكامل عملياتها الإنتاجية إلى أرقام، وفي حين أن الشبكات الإلكترونية الجديدة تنمي المنافسة التي تعمل بمثابة حافز إقتصادي، فإنها أيضا تتيح للصحافة فرصة كبيرة، بحيث تزيد من تنوع محتوياتها وتنمية خدمات مستحدثة⁴، وإنه في شأن بقاء الصحافة التقليدية بعد ظهور الجريدة الإلكترونية فإنه أمر مضمون، لأن الواقع قد أثبت هذا مع جل الوسائل التي ظهرت بعد الصحافة المكتوبة والتي لم تقض على بريقها وتميزها، لأنه لكل وسيلة جاذبيتها وسحرها وإمكاناتها التي قد تحول دون الإقلاع تماما عن إستخدامها،

¹ مروة محمد كمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص290.

² سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دون ذكر مكان النشر، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 1997، ص29.

³ محمد تمبور عبد الحسيب، تكنولوجيا ومستقبل طباعة الصحف، مجلة الدراسات الاعلامية، سنة 1990، ص59.

⁴ سمير محمود، المرجع نفسه، ص29.

فكل وسيلة يمكنها البقاء إلى جانب غيرها من الوسائل¹، بشرط أن تكون قادرة على التجديد، والإبداع، والتمتع بالجرأة والخيال اللازمين لمنافسة سواها من الوسائل، وبشأن الشك في صمود الصحيفة المطبوعة أمام الصحيفة الإلكترونية، فإن الخبراء الإعلاميين يجيبون أن الصحافة الإلكترونية لن تقضي على الصحيفة الورقية، لأنه ليست المرة الأولى التي تواجه فيها الصحافة التقليدية مثل هذه التحديات، فمن قبل أعلن الكثيرون عن موت الصحافة مع بدء الإرسال التلفزيوني²، ورغم ذلك إزدهرت في وجوده إزدهارا لم تشهده من قبل، حتى أن عدد الصحف التي صدرت في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ في يوم من الأيام، 1550 صحيفة³. وفي هذا الموت الوشيك للصحافة التقليدية قد حل محلها إدراك الناس الذين يعانون من كثرة المعلومات والفرق فيها بأنهم سيتعطشون للحقيقة، وإن الجمهور يحتاج أكثر من أي وقت مضى إلى جامعين جدد ومهرة ليفرزوا كل هذا الخلط والفوضى في مجتمع المعلومات...

يرى هذا الإتجاه أن العلاقة بين الصحيفة الإلكترونية والورقية علاقة تكاملية، وهم لا يشاطرون تلك المواقف التي ترى بأن عهد الصحافة التقليدية آيل للزوال، ويؤكدون على أن المواقع الإلكترونية ما هي إلا جزءا من العملية الصحفية الحديثة، ولا يعقل أن توزع صحيفة مكتوبة اليوم دون أن يكون لها موقعا إلكترونيا يستجيب للعادات الجديدة في مجال القراءة.

حالة جريدة LE MONDE الفرنسية في عددها بتاريخ 14 جانفي 2002، نشرت الجريدة

¹ جون ماكسويل هاملتون، جورج ا. كريمسكي، تر، أحمد محمود، صناعة الخير في كواليس الصحف الأمريكية، ط 2، دار الشروق، (دون ذكر مكان النشر)، سنة 2002، ص 10.

²: Marc Tessier, Maxime Baffert, *La presse au défi du numérique*, rapport au ministère de la culture et de la communication, Février 2007, p13.

³ نسيم خوري، مرجع سبق ذكره، ص 430.

ملفا خاصا حول التغيرات الجديدة في السياسة التحريرية للجريدة، وتناولت الأساليب الجديدة في مجال التحرير، إستجابة للتطورات التي تستهدفها فرنسا وأوروبا وكذلك العالم، وطموحات الجريدة في أن تكون في مستوى تطلعات للقارئ.

فالصحيفة ترى أن نموذج **le monde** التحريري هو بمثابة عقد قراءة تحت عنوان **le monde en ligne**، شرحت الجريدة دوافع إنشاء الموقع الإلكتروني، فترى هيئة التحرير أن موقع الصحيفة هو أول موقع إلكتروني لصحيفة مكتوبة في فرنسا، وقد شرعت الجريدة في تطوير موقعها بدءا من جانفي 2002، خلال ثلاث سنوات شهد الموقع إرتفاعا كبيرا للزوار، وإنتقل الموقع من حيث إهتمام القراء من المرتبة الثالثة إلى الأولى فيما يتعلق بالصحف الفرانكفونية¹.

ترى هيئة التحرير أن الأنترنت كشفت عن طريقة جديدة لقراءة صحيفة لومند، فالفريق العامل يسهر على تجديد الموقع خلال ثلاث نشرات يوميا، كما يساعد الموقع على تطوير أسلوب التفاعلية إلى جانب عدة خدمات يقدمها الموقع منها ما يزيد عن 700000 موضوعا من الأرشيف².

وتضيف هيئة التحرير أن قراءة الصفحات الإلكترونية يكمل مقروئية النسخة الورقية، والالاف للإنتباه هو أن 60 بالمائة من زوار الموقع هم من الشباب الذي تقل أعمارهم عن 35 سنة.

كما يعتبر الموقع مثابة جسم نحو قراءة النسخة الورقية من الجريدة ، وهكذا فإن موقع الجريدة وفق ترتيب **Google**؛ " المحرك الأول للبحث في شبكة الأنترنت"، يحتل المرتبة التاسعة عالميا من حيث

¹ المرجع نفسه، ص120.

² ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص284.

عدد الزوار .

وعليه يلاحظ أن النسخة الإلكترونية إنما رديف للنسخة الورقية، فالإطلاع على الموقع الإلكتروني

مرتبط بمدى مصداقية جريدة لومند الورقية ، كذلك وجود الأنترنت لم يؤثر على تطور **Groupe le monde** ، بل زاد في عدد مطبوعتها .

كل هذا يؤكد ما تصولت إليه العديد من البحوث والدراسات في كون تطور التكنولوجيات لا يقضي على الوسائل بل تتطور الممارسات، وتنوع التطبيقات ففي مجال الصحافة المكتوبة فإن الصحافة الإلكترونية هي عامل دفع، وعنصر محفز لتطورها.

وفي هذا السياق يرى **Federico Mayor** الأمين العام السابق لمنظمة اليونسكو ما يلي:

"مع طرق الإعلام السريعة الكبرى، سوف تتطور خدمات الإعلام، وتثرى بفضل الزيادة الهائلة في تدفق الاتصالات، وإمكانية التنسيق بين الصورة والنص"، وهكذا فإن الصحافة المكتوبة سوف تزيد من تنوع محتواها، مع تنمية خدمات مستحدثة في مجال التوثيق والتلخيص، وثمة جمهور جديد وقراء جدد في تناول الصحافة، إن هي عرفت كيف تؤدي عاجلا مهمتها، وتنجح في تطوير ذاتها¹.

وهكذا، أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءته، وأن لا يحصل عليه مطبوعا فقط، بل يتزود به مرثيا أو مرثيا مسموعا على الحاسب الإلكتروني من خلال شبكة المعلومات، وهو ما يسمى بالصحافة الإلكترونية التي بدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة منذ ظهورها أو كبديل لهذا النوع من الصحافة عندما تصل إلى مرحلة النضج والتبني الكامل مع القراء.²

¹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 121.

² حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 50 شارع الشيخ ربحان، عابدين القاهرة، 2005، ص 39

المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية:

لقد تنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الجمهور، وإختلفت باختلاف السياق الذي نشأ فيه هذا الأخير، الذي إرتبط تارة بالحدث الثقافي من خلال العروض المسرحية، وتارة أخرى بالسوق، ولعل أهم سياق نشأ فيه الجمهور هو ذلك المتعلق بنشأة وسائل الإعلام والإتصال على إختلاف مراحلها، من صحافة مكتوبة ورايو وتلفزيون إلى الأنترنت بكل ما حملته من مستجدات على وسائل الإعلام. وفي هذا المبحث حاولنا تسليط الضوء على جمهور الصحافة الإلكترونية من مفهوم وخصائص وذلك في المطلب الأول، أما المطلب الثاني فقد خصص لبعض الدراسات التي أجريت على الجمهور ذاته.

المطلب الأول: مفهوم جمهور الصحافة الإلكترونية وخصائصه.

مفهوم جمهور:

هو مصطلح مستمد من الكلمة الإغريقية **Maza** وتعني وجبة الشعير، وقد إستخدمت للتعبير عن الكمية الكبيرة غير القابلة للعد، وكذلك العدد الكبير من الأفراد حشدا كان أو جمهرة¹. يعرف حسب القاموس الإعلامي، المجموعة الكبيرة من الناس في كافة مجالات الحياة ومختلف الطبقات الإجتماعية، حيث تتضمن أفرادا يختلفون في مراكزهم ومهنتهم، وثقافتهم وثروتهم، والحشد ليس له تنظيم إجتماعي أو عادات وطقوس، فهو تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية لكنهم متألفين من ناحية سلوكهم الجماهيري .

¹ سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الإتصال الجماهيري، ط1، عمان عالم الكتب الحديث، 2008، ص 21

فمفهوم جمهور وسائل الإعلام بصفة عامة، الذي تعنى به دراستنا لا يزال يستمد مفهومه

من الأصل التاريخي لمصطلح **Audience**، حيث كانت فكرة الجمهور تعني مجموعة من المتفرجين

على عرض درامي أو لعبة أو أي إستعراض عام يستقطب عددا من الناس¹.

ويمكن أن يعرف جمهور وسائل الإعلام على أنه هو في الأصل جماعة تنشأ إستجابة لنشاط

إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام².

فالجمهور تجمع يتم تشكيله إما من خلال الإستجابة لوسائل الإعلام بما تحمله من مضامين

وما توظفه من أدوات، أو من خلال القوى الإجتماعية الأخرى، التي تعمل بمعزل عن وسائل الإعلام،

وذلك من خلال أدواتها الإتصالية الخاصة.

خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية:

لدراسة جمهور الصحافة الإلكترونية لابد من التعرف على خصائص هذا الجمهور، وسماته قصد

التوصل لنتائج تخصه وميولاته، ومن أهم الخصائص التي تميزه يوجد:

السمات الأولية أو العامة، وهي التي تتوافر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة، التي لا دخل

للفرد في إكتسابها وغير قابلة للتغيير، مثل: السن، الجنس، السلالة، مكان الإزدياد³.

¹ الطاهر بن خرف الله وأخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية ج1، دار هومة لنشر والتوزيع، الجزائر، 2002، ص، ص 49، 51

² سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط1، القاهرة، دون ذكر دار النشر، 2009، ص 6

³ ناجية مزبان، جمهور القنوات الفضائية العربية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 2006، 2005، ص 29

السمات المكتسبة أو القابلة للتغيير مثل: اللغة والدين، مكان الإقامة، الوظيفة، التعليم، الدخل،

الحالة الزوجية.....إلخ.

حيث شهدت المرحلة الأولى في بحوث الإعلام إهتماما بهذه السمات العامة وفئاتها، وهذا من

خلال علاقتها بأنماط سلوك الجمهور مع وسائل الإعلام ومفرداتها ومحتواها¹، حيث أن عناصر بعض

الفئات مثل: السن، النوع، التعليم والدخل يمكن أن تتماثل في سلوكياتها إتجاه الرسائل الإعلامية.

ومما لا شك فيه أنه بظهور أية وسيلة إعلامية جديدة، فذلك سيغير حتما في علاقة الجمهور بالوسيلة

، وحتى في خصائصه، فجمهور الصحف المطبوعة مختلف عن جمهور الاذاعة وحتى التلفزيون، كما

أن جمهور الأنترنت له ما يميزه من عادات وخصائص، ومن هنا فحتى جمهور الصحافة الإلكترونية

مختلف عن جماهير وسائل أخرى ومن أهم خصائصه:

المجهولية: عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بذواتهم لدى القائم بالإتصال، حيث

أن التغيير الذي أحدثته الأنترنت على وسائل الإتصال الرقمية، جعل من الجمهور غير معروف ويمتاز

بخاصية التشتت، حيث بإمكان أي فرد في أي مكان من العالم، الإطلاع على أي موقع خاص بدولة

أخرى، وبهيئة أخرى، فمثلا ألغت الأنترنت الحدود الجغرافية والمكانية في عملية الإتصال، فالجمهور

لم يعد محدودا بالمكان، وبالرغم من توفر تقنيات لقياس هذا الجمهور إلا أنه يبقى مجهولا في خصائصه

وتركيبه، معروفا بعدده.

¹ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1 القاهرة، عالم الكتب 1993، ص 36

إختفاء الحدود بينه وبين المرسل،: لقد ألغى الإعلام الإلكتروني كل الحواجز بينه وبين القارئ بالإتصال ومستقبل الرسالة ، لدرجة أصبح حتى الجمهور صانعا للرسالة الإعلامية ، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي، لوصف تحول الجمهور من فعل التلقي إلى فعل التأليف، عبر إنتاج خطابات ذات أشكال ومضامين متنوعة في الفضاء الإلكتروني الجديد، منها المواطن الصحفي، إعلام النحن ، إعلام الجماهير، الإعلام الاجتماعي وإعلام المواطن، وتعتبر هذه المصطاحات على إختلافها عن الظاهرة نفسها ، التي مثلت تغيرا هاما في الإعلام الإلكتروني الغربي، من خلال تولي الجمهور مهمة القارئ بالإتصال بعدما كان هو المتلقي ، لدرجة صار الخوف من تهديد ذلك لمهنة الصحفي .

إمكانية إتصال الجمهور مع بعضه: بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية لأفراد الجمهور ،الإتصال فيما بينهم والتفاعل ، وهذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات ، ومنتديات النقاش والقوائم البريدية ، بحيث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه ومناقشته مع عدة أشخاص في ذات الوقت ،بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الإلكتروني .

ومن الخصائص التي تميز جمهور الصحف الإلكترونية هو أنه جمهور شبابي ، حيث تشير أغلب الدراسات المنجزة إلى أن أفراد الصحف الإلكترونية في الغالب هم من فئة الشباب، حيث يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وأن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية من حياتهم، وكل هذا لأنها متوفرة طوال اليوم، ولا تحتاج إلى دفع رسوم ، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد كان ، مهما تباعدت مواقعهم، لإحتواء الشبكة العنكبوتية على أزيد من خمسة آلاف صحيفة إلكترونية تشمل بلدان العالم المختلفة.

المطلب الثاني: التفاعلية والجمهور في الصحافة الإلكترونية:

لقد أحدثت الأنترنت تغييرات هامة على وسائل الإعلام التقليدية ، حيث أصبح بالإمكان الإطلاع على المعلومات في أي مكان وأي وقت ، ولعل أبرز التغييرات تلك التي أحدثتها الأنترنت في الصحافة المكتوبة ، التي إستعانت بتقنيات النشر الإلكتروني لتنتج صحافة إلكترونية، إستطاعت الإستفادة من خصائص الشبكة العنكبوتية من خلال المحتوى الرقمي ، والوسائط المتعددة ، " صوت صورة ، ونص "؛ ما إنعكس إيجابا على جمهور هذه الوسيلة الذي إستفاد من عدة مزايا ، لم يكن ليحدها في وسائل الإعلام التقليدية ، خاصة عنصر التفاعلية الذي أتاح لمتصفح المواقع الإلكترونية الفرصة للتعبير عن آرائهم وإختيار ما بدى لهم من خدمات ،ومن هنا كان التساؤل حول التحديات التي يطرحها حاليا قياس جمهور وسائل الإعلام في ظل التكنولوجيا الرقمية.

في هذا السياق يرى بعض الباحثين ، وعلى رأسهم الباحثة **Agliette Jacqueline** : أن سلوكيات جمهور وسائل الإعلام تغيرت نتيجة لتطور العرض المقدم على مستوى وسائل الإعلام ، ومع ذلك تم بشكل بطيء، إلا أن الحقيقة تكشف بأنه تم خلق نوعا آخر من الجمهور الذي لفت إنتباه الباحثين في مجال الإعلام والإتصال ، فكان من الضروري دراسته والبحث عن خصائصه ، ومميزاته وسلوكياته الجديدة ، وكيفية تفاعله مع الرسائل الإعلامية ، خاصة أن دراسات الجمهور لا تزال تحتل مكانة هامة في إقتصاديات وسائل الإعلام.

التفاعلية في الصحافة الإلكترونية:

إن التفاعلية تمثل التفاعل القائم على أساس تبادل الرسائل أو التغذية العكسية، **Feedback** وهي عنصر أساسي من عناصر الإتصال المؤثر ، والتفاعلية يراد بها، من جهة التفاعل بين المصدر أو المرسل وبين المستقبل (القارئ) ، ومن جهة أخرى، التفاعل بين المستخدمين أو الجمهور أنفسهم، سواء تم ذلك بواسطة المصدر ومشاركته أو بدونه.

و إذا ما نظر للصحافة التقليدية، يجد أنها لا توفر فرص مباشرة وحقيقية للتفاعل، أما الصحافة الإلكترونية، فإنها تتميز بمدى واسع من التفاعلية، بل أن هذه الميزة باتت تمثل أحد أهم الخصائص المهمة والأساسية لهذا النوع من الصحافة؛ فهي تجعل من القارئ ليس مستخدماً فقط، وإنما مساهماً ومشاركاً في صنع الخبر والمعلومة، وهذا بدوره يجعل المبادرة ليس في يد ناشر أو منتج الصحف الإلكترونية كما هو عليه الحال بالنسبة للصحافة التقليدية.

ورغم ذلك فإن بعض الباحثين يرون بأن إطلاق سمة التفاعلية على الصحافة الإلكترونية بصورة عامة ومطلقة لا يمد، من الجانب التطبيقي، للواقع بصلة، إذ ليس كل إتصال في الأنترنت هو إتصال تفاعلي ، لأن البعض من مستقبلي الرسائل قد يردون عليها وقد لا يفعلون ذلك¹، وهناك بعض المواقع توفر الإتصال التفاعلي الكامل والأخرى فيها قدر معين من التفاعلية.

وهناك من يعتقد بأن التفاعلية في الصحافة الإلكترونية يمكن النظر إليها من خلال مدرستين:

¹ Morris Ogan, " **The Internet as mass Medium**, Journal of Communication, 46(1); (1996).

p,p 39-50.

الأولى: ترى بأن التفاعلية هي عبارة عن خيارات يقدمها الناشر لتوسيع تجربة القارئ وتحكمه وإضافته للمحتوى، مثل التعليق على الأخبار والمقالات، في الجزء المخصص تحت كل خبر أو موضوع.

الثانية: وهي التي ترى بأن التفاعلية الحقيقية، تتطلب من الإثنين؛ "الناشر والمستخدم"، أن يكونا على مستوى وقدر متكافئ من حيث التحكم بالمحتوى¹.

ويشتمل تعريف التفاعلية على ستة أبعاد تتناسب والوضع في الصحف على الإنترنت وإمكاناتها التفاعلية هي²:

تعدد الإختيارات المتاحة أمام المستخدمين:

يدرك مُصممو الصحف على الأترنت بأن كلما زادت الوصلات الفائقة على الموقع، كلما زادت إختيارات المستخدمين للإبحار خلال موقع الصحيفة، ولذا فإن هذه الإختيارات المتعددة مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مُصممو المواقع الإلكترونية يدركون جيدا بأن المستخدمين يفضلون الإختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو إستقبال المعلومات اللغة التي يريدونها، هذا بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الإتصال مثل النص الفائق والفيديو والحركة وغيرها.

¹ جاسم محمد الشيخ جابر، مرجع سبق ذكره، ص، ص398، 399.

² سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، مرجع سبق ذكره ص366.

إمكانية الإتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحيفة ومحرريها:

ويساعد على ذلك توافر عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن أن تُسهل عملية الإتصال بين المستخدمين من جهة، والمسؤولين في الصحف على الأنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية إتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الأنترنت.

إمكانية الإتصال الشخصي:

ويقصد به إمكانية الإتصال بين المستخدمين للوسيلة الإتصالية الواحدة بعضهم البعض، ويساعد على ذلك توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش التي تساعد على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء إتجاه أهم القضايا والأحداث الجارية¹.

المراقبة المستمرة للموقع:

ويعنى توفر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلاً وتعليقاً من قبل المستخدمين، وتُعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية إحتياجات المستخدمين، كما أنها تُعد وسيلة فعالة لتقييم الموقع.

¹المرجع نفسه، ص367.

إمكانية البحث عن المعلومات:

ويساعد على ذلك توفر وسائل أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عبر موقع الصحيفة أو البحث عبر الأنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة، بما يسمح بالاطلاع والبحث في الأعداد السابقة من الصحيفة على الأنترنت.

إمكانية إضافة المعلومات:

بحيث يصبح المستخدم بمثابة مراسلا لمحرر الموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الأنترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين، وبعض الصحف على الأنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات¹.

ويتضح من الأبعاد الستة السابقة أن هذا التعريف للتفاعلية ينظر إلى التفاعلية من خلال تدفق المعلومات من كلا الجانبين أو أكثر من إجهاد، إذ أن أربعة من الأبعاد الستة تؤكد على دور المستخدم بشكل واضح وتُعظم من دوره في العملية الإتصالية.

دراسات الجمهور في الصحافة الإلكترونية:

يمكن التطرق بإختصار إلى مراحل تكوين جمهور الصحافة الإلكترونية حسب التصنيف الذي يتعلق بعنصر التفاعلية.

¹المرجع نفسه ص، ص368، 369.

مرحلة التفاعلية: بدأت التفاعلية في الصحافة الإلكترونية بصورة مبسطة ، حيث كانت المنتديات والإستفتاءات والمجموعات البريدية وسجلات الزائرين ، أكثر حرية في يد الجمهور الراغب في النقاش، ثم تطور الجمهور إلى الإشتراك في القوائم البريدية ، حيث تتيح لكل مستخدم القدرة على تبادل المحتوى مع غيره.

مرحلة ما بعد التفاعلية: تعتبر المرحلة السابقة إنطلاقاً لمرحلة ما بعد التفاعلية التي بدأت تاريخياً عام 1995 مع ظهور المدونات وإنتشرت عام 2003 موازاة مع الحرب على العراق، وما أحدثته من صدى إعلامي ، حيث بدأت صحف إلكترونية كثيرة في العالم في إدخال خدمات ما بعد التفاعلية، في مواقعها وفق ما يعرف بتقنية 2.0. عليه إسم صحافة المواطن ، وهذا ما فعله موقع قناة **BBC** الذي خصص برامج بالتعاون مع اليوتيوب تعتمد على مراسلات جمهور الموقع بهدف زيادة إشتراك جمهورها في صنع محتواها .

وهناك العديد من الدراسات التي إهتمت بالصحافة الإلكترونية وجمهورها نستعرض منها ما يلي:

دراسة David Color وآخرين سنة 1994 التي قامت بالتعرف على أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في بداية ظهورها عند إبتكار شبكة الإنترنت، في مقابل الصحافة المطبوعة ، حيث أن الدراسة إستخدمت مدخل تحليل المستخدم لرصد وتحليل إتجاهات الجمهور نحو الصحافة الإلكترونية والورقية ، وذلك بغية التعرف على ما يريده الجمهور من هتين الوسيطتين ، وقد أثبتت الدراسة الميدانية ، أن الصحف الورقية تتميز عن الصحف الإلكترونية بواجهة إستخدام تتيح للقارئ إستعراض مختلف

الصور والعناوين والمواضيع في دقائق معدودة ،بعكس الصحف الإلكترونية التي يضطر فيها المستخدم إلى إستخدام النص الفائق لتصفح الموضوعات¹.

دراسة Djefry Yong سنة 2000 والتي إستهدفت التعرف على رجوع الصدى الناتج عن إتاحة موقع صحيفة واشنطن بوست من خلال أسلوب جماعات النقاش المركزة، مع عينة من رواد غرف الدردشة المتاحة على موقع الصحيفة ،وإجراء دراسة ميدانية وإستمارة إستبيان تم إعدادها في إطار التصميم المنهجي للدراسة الذي إعتد على توظيف المنهج التجريبي، لقياس الآثار التفاعلية المباشرة بين العينة من رواد غرف الدردشة ومحرري الصحيفة ،حيث خلصت الدراسة إلى أن الإتصال التفاعلي المباشر بين المحررين والقراء قد أدى إلى التفاعل مع مختلف المواضيع المطروحة بالموقع بالطريقة التي يتوقعها محررو الموقع ،وأدت هذه الخاصية التفاعلية إلى تغيير الأدوار بين محرري الموقع ومستخدميه².

دراسة Suzan Mengez سنة 1998، حيث إختبرت فيها إستخدامات الصحف الإلكترونية المنشورة على شبكة المعلومات الدولية ،وذلك بالإعتماد على نظرية الإستخدامات والإشباعات ،وكذلك القيم المتوقعة كإطار نظري ،حيث إستهدفت من خلال ذلك معرفة توقعات جمهور الباحثين حول الصحف المنشورة على الشبكة ،وملاحظة إستخدامهم لها ، وفي الأخير إنتهت الدراسة إلى أن إستخدامات الجمهور وإشباعاته بإستخدام الصحف الإلكترونية متشابهة نوعا ما مع الإستخدامات والإشباعات المرتبطة بالنظير الورقي ،إذ أنهما تشبعان حاجة الجمهور الى التسلية والمعرفة ،حيث أنه

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص110.

² Seferry .R.Young, An analys of washighon post ;com's live online journal of electronic publishing vol5,no,1 2000,(p,p)(1,8).

حسب إجابات الباحثين أن الصحف التقليدية تستعمل لغرض المعرفة، أما التعرض للصحف الفورية فيكون بهدف التسلية .

وفيما يتعلق بشكل الصحيفة الإلكترونية فإنه حسب نتائج الدراسة ذاتها فإن الجمهور يقضي أغلب الوقت في مطالعة الصفحات المكونة بشكل كلي أو جزئي من النصوص ، في مقابل ذلك يقضي الجمهور أوقاتا قليلة للغاية في مشاهدة العناصر الجرافيكية أو المواد المستعينة بالصوت والصورة ، كما يقضي الجمهور أكثر وقته في إستخدام أدوات ووسائل التصفح المتوفرة في الصفحة الرئيسية للموقع ، ويقضي من وقت مطالعة الموقع في إنتظار تحميل الصفحة بما تضمنه من عناصر¹ .

دراسة مها الطرايشي سنة 2001 التي إستهدفت التعرف على إنعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، من خلال الإستعانة بالمنهج التجريبي ، بالاعتماد على عينة من الطلاب من خلال الإستعانة بأداتي إستمارة الإستبيان والملاحظة ، وقد توصلت الدراسة إلى أن إدراك المعلومات الصحية يزيد لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا مقابل الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط أو الصحف الورقية فقط.²

المبحث الثالث: رؤية مستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية:

إن العالم العربي يعيش في ثلاثة فجوات مهمة تتحدى جهوده في سرعة اللحاق بالحضارة الحديثة ، وهي الفجوة العلمية ، الفجوة التقنية، وفجوة نظم المعلومات ، وهذا ما يصعب من تطور الصحافة الإلكترونية

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص113

² المرجع نفسه، ص112.

،فعلى الرغم من أن الصحف العربية المطبوعة على الورق ، يفوق عدد الكثير من تلك المتوافرة إلكترونياً على شبكة الأنترنت، إلا أن الباحثين في هذا المجال يرون أن هذا الأمر لن يطول حتى يتقلص الفارق إلى أدنى مستوى ،لأن الإندماج والترابط بين الصحيفة المطبوعة على الورق، ونسختها الإلكترونية أمر لا يمكن تجنبه في المستقبل ،وقد ينسحب الأمر لصالح النسخة الإلكترونية على الشبكة الدولية فقط¹. وفي هذا الصدد إرتائنا حصر هذا الواقع بشكل خاص أي موقع وواقع الصحافة الإلكترونية والورقية كذلك العربية، فقد خصصنا المطلب الأول للصحف العربية ومستقبل النشر الإلكتروني ،أهم الإتجاهات المستقبلية للصحافة العربية الإلكترونية، التي أدرجت في المطلب الثاني ،أما ما يخص المطلب الثالث فقد حوي واقع الصحافة المكتوبة وكذا الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة.

المطلب الأول: الصحف العربية ومستقبل صناعة النشر الإلكتروني (تحدي ورهان) .

لإلقاء الضوء على ما يمكن أن يحمله المستقبل لصناعة النشر الإلكتروني ،والعلاقة المستقبلية مع النشر التقليدي في العالم العربي ،لا بد من الإشارة إلى حقيقتين:

الحقيقة الأولى: أن معظم شركات دور النشر الصحفية العالمية ،تتجه إلى التنوع في تقديم إنتاجها، وذلك بدخول مجالات الراديو والتلفزيون ،من خلال شركات تعنى بتوفير المعلومات الإلكترونية

¹ ياسين السيد ،المعلوماتية وحضارة العولمة ،رؤية نقدية عربية ،دار نضمة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، 2002 ،ص19.

ومن خلال المطبوعات والملاحق المتخصصة وإعداد المؤتمرات ،ومن خلال الأنترنت ، كما أن الظاهرة بدأت تتبلور في الغرب، وهي جزء راسخ من واقع صناعة الإتصال والمعلومات في مجتمعات المعلومات¹.

الحقيقة الثانية: تتعلق بالمحتوى الذي توفره المطبوعات العربية على حد سواء، ودون المحتوى الذي يعتمد على المعلومات الحقائقية، ويتخذ من صحافة المعلومات شعارا له ،لا تنجح مؤسسات خدمات المعلومات ولا تستمد مواقعها على شبكة الأنترنت ،ولهذا فإن شركات الإتصال الكبرى في الغرب تزوج بين ما تنتجه وسائل إتصالها بأنواعها التقليدية وغير التقليدية، لتقوم بأمثل إستخدام لذلك المحتوى.

والجدير بالذكر أن جريدة الشرق الأوسط السعودية بدأت في إصدار طبعة إلكترونية على شبكة الأنترنت ،وذلك في التاسع من شهر سبتمبر 1995 ،ليصبح بمقدور مستخدمي هذه الشبكة العالمية مطالعة الصحيفة ،لأنها إستخدمت في سبيل ذلك نصوصا مصورة لتمكن من تقديم المادة الصحفية ،والتي لا تختلف في شيء عن مضمون المادة المطبوعة.

ومن بين الصحف العربية الأخرى التي حرصت على إنشاء موقع لها على شبكة الأنترنت ،صحيفة الراية القطرية التي أصدرت أول نسخة إلكترونية لها ،في الأول من يناير 1997 وجريدة الوطن الإلكترونية، والأيام البحرينية، الدستور، البيان، الرأي الأردنية، وجريدة الحياة الأردنية ، كما صدرت جريدة

¹ :ماجد سالم تريان، مرجع سبق ذكره، ص285.

الجزيرة السعودية في 16 أبريل 1997¹. ويمكن رصد مجموعة من التحديات التي تواجه مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية وتمثل تلك المحاذير في:

محاذير تعريفية : حيث أن ابرز ما يواجه العاملين في مواقع الأنترنت هو²:

هل يطلق لفظ صحفي على كل من يعمل بموقع على شبكة الأنترنت؟ وما حدود المجالات التي يمكن عليها عمل الصحفي على الأنترنت؟.

محاذير مهنية: تتعلق بطبيعة من له حق الإنتماء إلى نقابة الصحفيين ومن له الإنتماء إلى المهنة، وهل هو متخصص في الصحافة أم لا؟.

محاذير سياسية: وتمثل في إنحصار فرص إصدار صحف جديدة وسط تعقيدات، تكون أقرب للسياسة منها إلى القانون، وفي ظل هذا الواقع الصارم تنبثق تحديات يدفع بعضها بإتجاه التيسير في فك الخناق الموجود في عالم الصحافة الورقية، ليجد له متنفساً إفتراضياً على شبكة الأنترنت.

محاذير تتعلق بتغيرات الواقع: بمعنى أن الأنترنت أصبح عالماً لا مجال للإلتفات عنه، أو عدم الإهتمام به، أو تجاهله، وألا يتجاوز الواقع كمهنة، وأصبحنا أمام واقع يفرض نفسه على الجميع فلا بديل عن التعامل مع هذا الواقع والإجتهد في تطويره.

¹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص127.

² محمد عبد الهادي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ومراكز المعلومات العربية بين الواقع والمستقبل، مرجع سبق ذكره، ص309.

المطلب الثاني: الإتجاهات المستقبلية للصحافة العربية الإلكترونية:

تتضارب الأرقام بخصوص تراجع أو تزايد مبيعات الصحافة المكتوبة ، في العالم العربي بشكل خاص والعالم ككل، ولكن ما يمكن جزمه هو أننا أصبحنا أمام واقع يفرض نفسه " الواقع الإلكتروني" أو "الصحافة الإلكترونية" ، وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى مجموعة من الإعتبارات الإلكترونية ، وفي هذا تطوير الصحافة الإلكترونية العربية مستقبلا وهي:

- يجب الإهتمام بتكوين فريق عمل متكامل من المحررين، والمخرجين الصحفيين ، والمندوبين، والمراسلين، فضلا عن إنشاء أقسام خاصة بالصحافة الإلكترونية في كل الصحف والمجلات.
- إتاحة خدمة البريد الإلكتروني على المواقع حتى يسهل على المستخدمين الإتصال بهذه الوسيلة.
- الإهتمام برفع مستوى اللغة الإنجليزية ، وإستخدامها لدى المحررين الصحفيين ، حتى تتاح الخدمة الصحفية للقراء الأجانب خارج حدود المنطقة العربية ، وحتى يتعرفوا على الصحف والمجلات العربية .
- وضع إستراتيجية محددة للصحافة الإلكترونية العربية ، بما يوفر لها مصادر تمويل تساعد على البقاء والتطور ، والتنافس مع الصحافة الغربية ، وجذب أكبر عدد ممكن من المتعاملين على الشبكة ونشر الإشهارات والإعلانات والحملات الترويجية¹.

¹ ماجد سالم تريان ، مرجع سبق ذكره، ص286.

- يجب الإهتمام بتطوير البنية التحتية لشبكات الإتصال حتى تتاح هذه الخدمة بشكل أكبر لمختلف الفئات وزيادة عدد مستخدمي الأنترنت.

المطلب الثالث: واقع الصحافة المكتوبة والإلكترونية في الجزائر:

أولاً: واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر " التجربة الجزائرية".

لا يختلف إثنان على أن عهد التعددية في الجزائر ومقتضى دستور 1989 وقانون الإعلام 1990 ، كان بداية جديدة للصحافة المكتوبة في الجزائر ، إذ شهدت فترة التسعينات إنفجارا في مجال صدور العناوين من يوميات وأسبوعيات ، وتميزت هذه التعددية بتعدد الصحف من حيث إنتظام الصدور ، ومن حيث اللغة ومن حيث نظم الملكية.

وهكذا تنوعت الخريطة الإعلامية في الجزائر ، كاشفة عن صحف حزبية ، وأخرى تابعة للدولة وأخرى خاصة ، وصحف ناطقة باللغة العربية وأخرى بالفرنسية والإنجليزية ، وأخرى بالأمازيغية ، والقاريء والجمهور لم يألّف في البداية هذا التنوع والتعدد ، وتطلب ذلك مرور عشرية كاملة حتى تستقر الأوضاع ، وتكشف الوضعية عن خريطة إعلامية ، يمكن تحديد مفاصلها في وجود نوعين من الصحف من حيث الملكية ، صحافة عمومية ممولة من طرف الدولة ، وصحف خاصة ، ولم تستمر الصحف الحزبية في الساحة لنقص الدعم أو لعدم وعي الجهات الحزبية بالدور الذي يمكن أن تؤديه الصحافة في التوعية والإقناع بالبرامج¹.

¹ نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، ، دار الخلدونية ، ط 1 دون ذكر مكان النشر سنة 2008 ، ص، ص33، 32.

كذلك كشفت العشرية عن وجود نوعين من الصحافة من حيث اللغة، وهي الصحف الناطقة بالعربية والصحف الناطقة بالفرنسية، أيضا وفي مجال التكنولوجيات الحديثة وخاصة شبكة الأنترنت، فإن التجربة أفرزت نوعان من الصحف، صحف إلكترونية خالصة على ندرتها، وصحافة ورقية لها في غالبيتها إلكترونية.

واليوم هناك العشرات من اليوميات والدوريات، إلا أن الصحف الأكثر إنتشارا يمكن تحديدها في الصحف العمومية، وبالنسبة لليوميات، توجد صحيفتي الشعب التابعة للدولة باللغة العربية، وصحيفة باللغة الفرنسية **El Moudjahid**، أما أكثر الصحف رواجاً بالنسبة للصحف الخاصة، جريدة الخبر، وجريدة الشروق اليومي... إلخ وهي صحف تكتب بالعربية.

ولم تكن الصحف الصادرة في الجزائر بمعزل عما شهده عالم التكنولوجيات الحديثة للإتصال، فقد وظفت هذه التكنولوجيات في مجال الطباعة عن بعد بواسطة الأقمار الصناعية نظراً لشساعة مساحة البلد، كذلك إستخدمت أحدث طرق الطباعة، وأدخلت الألوان إلى الصفحات الرئيسية في الجرائد، كذلك توسعت بعض الصحف في منشوراتها، وبعضها تحول إلى مجموعات صحفية عملاقة، كما هو الحال في جريدة الخبر الخاصة التي تحولت إلى مؤسسة كبيرة تقدم إلى جانب اليومية عدداً ما الملاحق، والأسبوعيات إلى جانب تنظيم دورات تدريبية لرجال الإعلام، وتقديم جائزة سنوية تحت إسم جائزة

الخبر التي تقدم إلى كبار الإعلاميين من الجزائر وخارجها، كذلك إتجهت الصحيفة إلى التوزيع خارج الجزائر، وخاصة في فرنسا قصد الوصول إلى الجالية الجزائرية والمغربية بصفة عامة¹.

ثانيا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

الصحافة الإلكترونية :

عرفت الجزائر ظاهرة الإنترنت كغيرها من البلدان النامية في التسعينات، ولم تنتشر إلا في أواخر التسعينات وأصبحت ملفتة للانتباه مع بداية الألفية الثالثة، وسارعت الجزائر إلى إحتضان الأنترنت من خلال إنشاء هيئة تابعة للحكومة، تتولى تقديم خدمات الشبكة ممثلة في **Cerist**، ويتم الإتصال عبر هذه الشبكة في الجزائر، وكانت بدايتها مع مراكز البحث والجامعات، ثم توسعت العملية مع ظهور ما يسمى بالنوادي، ومقاهي الأنترنت، واليوم تشهد مختلف المدن والقرى تهافت هذه الأماكن على تقديم خدماتها إلى جمهورها الذي يتطور ويزداد شغفا بهذه الخدمة، وعلى صعيد النشر الصحفي والصحف الإلكترونية، بدأت الجزائر تشهد نشوء بعض الصحف والمجلات الإلكترونية، إلا أنها قليلة مقارنة مع عدد عناوين الصحف الورقية، وقد ظهرت أول صحيفة إلكترونية تمثلت في صحيفة **Algeria Interface**²، ويرى الباحثون أنه على الرغم من ذلك إلا أن المجتمع الجزائري لازال لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصى مضارب الأرض، والتي تلغي الزمان معها و المكان و تجعل البعيد قريب، و

¹ المرجع نفسه، ص124.

² المرجع نفسه، ص125.

تفتح العالم على بعضه ، و تسافر معها بدون جواز سفر فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة % 62 ، ثم الجرائد بنسبة 22 وأخيرا الأنترت بنسبة 10¹ %.

تجربة جريدة Algeria Interface :

هذه الجريدة أسسها أحد الإعلاميين الجزائريين ، وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام 1996 ، تقدم تقارير وأخبار حول المسائل السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، بمشاركة وكالة التنمية السويدية Sida ثم التحلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الأنترت ، تعني تكاليف إنتاج أقل ، وتوزيع مجاني أيضا ، فالأنترت تتيح إمكانية قراءة الجريدة على الصعيد العالمي ، ويعني ذلك وجود آفاق جديدة للتوزيع دوليا وبأقل تكاليف .

إختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني ، ويرى جوفان وهو أحد السويديين المشاركين في التأسيس أنه لولا الأنترت لما تمكن من الصدور أبدا ، وتمول الصحيفة من قبل وكالة سيدا ، ومساعدة مركز " أولف بالم" الدولي وهو منظمة غير حكومية .

بدأ الفريق بالعمل في باريس ، وسعت المجموعة إلى تكوين شبكة من المراسلين متواجدين بالجزائر ، وتتكون من حوالي 12 مراسل .

إنطلقت **Algeria Interface** في العمل في نوفمبر 1999 ، وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة ، والدفاع عن حقوق الإنسان

¹محمد شطاح، صحافة الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية"المكتوبة"في الجزائر، جامعة عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005، ص21

وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة لاحقا للظهور من مرة كل أسبوعين إلى مرة كل أسبوع ،ومن خلال المترددين على موقع الجريدة ،فإن جمهورها يقسم إلى ثلث بالجزائر ،ثلث بفرنسا، والباقي من مختلف بقاع العالم ،حيث تتواجد الجاليات الجزائرية المغتربة.

لكن هذا التطور المتلاحق لا يعني عدم مواجهة الجريدة للعديد من المشاكل ،والتي يلخصها أحد العاملين بها في :

مشكلة الأنترنت بالجزائر ،حيث أن هذه الخدمة هيئة **Cerist** التابعة للحكومة ،ويتم الإتصال عبرها في بعض الأحيان بسبب صعوبة مشاكلها التقنية.

صعوبة إشتراك الصحفيين ،والسبب إنشغالهم بصحفتهم ،والعديد منهم كما يضيف المصدر لم يزر موقع الجريدة أصلا.

مشكلة التمويل ،فالأنترنت تعني أيضا توفير ثلثي تكاليف الانتاج.

الصحافة المكتوبة ذات المواقع الإلكترونية :

تعد تجربة الجزائر في مجال إستخدام الأنترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في المنظمة العربية ،فقد بدأت جريدة الشرق الأوسط على الأنترنت في 1995/09/09 ،وتبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر والتي أنشأت موقعها

في 16/02/1997، ويضم نسخا من مواقع ل " الجمهورية "، "المساء"، "مصر اليوم" ثم تبعتها جريدة "الأهرام" الصباحية في 1998¹.

¹ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 127.

الإطار التطبيقي

(الفصل الخامس)

الفصل الخامس: دراسة تحليلية لعادات استخدام جمهور القراء للصحافة الورقية والإشباع

المتحققة منها:

عندما شرعت الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1968، في وضع المبادئ الأولى لشبكة هدفها ربط الباحثين، والجامعيين العاملين في المشاريع ذات الأهداف العسكرية، لم يكن أحد يتوقع بأن هذه الشبكة ستكون في المستقبل النواة الأولى، لإكتشاف عظيم سيقرب قواعد البحث والنشر وتبادل المعلومات رأساً على عقب.

وبعد أن تطرقنا في الجزء النظري من هذه الدراسة إلى نظرية الإستخدامات والإشباع وكذلك فروضها المتعلقة بأنماط وعادات التعرض لوسائل الإعلام بصفة عامة، والدوافع والحاجات التي يسعى المستخدم لإشباعها، زيادة على عرض مكونات وخصائص الصحافة الإلكترونية وتأثيرها على مقروئية الصحافة الورقية،... الخ، سوف نحاول بإنتقالنا إلى الجزء الرابع من هذه الدراسة - التي نحن بصدد إنجازها - تقصي وتحليل طبيعة تعرض الجمهور للصحافة الإلكترونية وكذلك الصحافة الورقية والحاجات التي يشبعها في وسيلة على حساب أخرى.

وسيتيم وفقاً لذلك الاستعانة بمنهج المسح الإجتماعي بالإضافة إلى الأسلوب المقارن، والليذان يسمحان بالإستخدام في مثل هذا النوع من المواضيع، وعن طريق توزيع الإستمارات على عينة البحث الممثلة لجمهور قراء الصحافة، في ولايات الغرب الجزائري "تلمسان" سيدي بلعباس"، "وهران"، و"مستغانم"، بتجميع معلومات وبيانات كمية وإقامة المقارنات، وإكتشاف العلاقة بين متغيرات

الدراسة، يتم هذا كله عن طريق تفريغ هذه الإستمارات في جداول بسيطة، وجداول مركبة ذات متغير واحد، متغيرين وثلاث متغيرات، ثم القيام بتحليلها وتقديم التفسيرات للنتائج المتحصل عليها.

المبحث الأول: منهج المسح الإجتماعي وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية

ينبغي على الباحث أو الباحثة في العلم، أن يتصور بحثه بالتفكير في الوسائل التي سيستعملها في كل مرحلة من مراحلها، والمقصود هو " المنهجية " التي هي مجموع المناهج والتقنيات التي توجه إعداد البحث، وترشد الطريقة العلمية، وفي هذا الشأن سوف نتعرض في هذا المبحث إلى مفهوم المنهج والمنهج العلمي، وذلك في مطلبه الأول، أما مطلبه الثاني فسنحاول فيه وضع مفهوم منهج المسح الإجتماعي وإستخداماته، وكذلك التطرق إلى مفهوم الأسلوب المقارن، والإستمارة كتقنية من تقنيات منهج المسح الاجتماعي.

المطلب الأول: منهج المسح الإجتماعي وإستخداماته:

إن المنهج باعتباره " طريقة تصور وتنظيم البحث... ينص على كيفية تصور وتخطيط العمل حول موضوع دراسة ما"¹... وإطلاقاً من ذلك فإنه كان من المنطقي أن تختلف المناهج والتقنيات التي يعتمد عليها بإختلاف التخصصات، وإختلاف مواضيع هذه الدراسات حتى داخل التخصص نفسه.

ويعتبر منهج المسح الإجتماعي من أكثر المناهج إستخداماً في دراسات الإتصال، وهذا قصد الإقتراب من جعل هذا النوع من الدراسات علوماً يعتمد فيها على القياسات الموضوعية والتجميع

¹ موريس أنجوس، تر بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبيات عملية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 99.

المنهجي للبيانات، والتعبير الكمي عن الظواهر، بهدف الإلمام بجوانب البحث، والتحقق من بعض المعطيات واختبار الفرضيات للوصول إلى نتائج قريبة من الموضوعية.

كما يتيح المسح الاجتماعي تجميع كميات كبيرة من المعلومات عن عدد كبير من الناس، هذه المعلومات تضم جوانب عديدة عن الخلفية الإعلامية والشخصية والاجتماعية... الخ، لأفراد العينة موضوع الدراسة، فهو الطريقة العلمية، التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.¹ وما دام منهج المسح الاجتماعي قائما على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، هذه الأخيرة التي تهدف إلى توضيح خصائص أي ظاهرة، أي حدث، أي وضعية، إضافة إلى غرض آخر يتمثل في تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة، فهي تركز على تفسير الأوجه البارزة لأية ظاهرة.

إضافة إلى ذلك يتيح هذا المنهج للبحث إتباع خطوات البحث العلمي، فهو يسمح بتحديد المفاهيم، إختيار أداة القياس الصحيحة، ولعل دراسات علوم الإعلام والاتصال"، على سبيل المثال" الصحافة الإلكترونية والصحافة المكتوبة" تكون أكثر إفادة من منهج المسح، كما أن الدراسات تزودنا

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، سنة 2003، ص 286.

بالعديد من التفاصيل التي تساعد على تقييم الواقع والأسباب التي دفعت جمهور القراء إلى التعرض إلى الوسيطتين، وعادات هذه الممارسة ومدى إختلافها وتأثيرها.

المطلب الثاني: مفهوم الأسلوب المقارن وشروطه:

مفهومه:

المقارنة لغة: هي المقايسة بين ظاهرتين أو أكثر ويتم ذلك بمعرفة أوجه التشابه والإختلاف.

إصطلاحاً: هي عملية عقلية تتم بتحديد أوجه التشابه وأوجه الإختلاف بين ظاهرتين إجتماعيتين أو إقتصاديتين... أو أكثر، يستطاع من خلالها الحصول على معارف أدق يتميز بها موضوع الدراسة، في مجال المقارنة والتصنيف.¹ فيمكن القول أن الأسلوب المقارن يشمل على إجراء مقارنة بين ظاهرتين، بقصد الوصول إلى حكم معين يتعلق بوضع الظاهرة في المجتمع، فهو منهج شبه تجريبي يختبر كل من العناصر الثابتة، والعناصر المتغيرة، لظاهرة ما، في أكثر من مجتمع أو أكثر من زمن.

شروط المقارنة:²

- يجب ألا تركز المقارنة على دراسة حادثة واحدة دون إرتباطها بالتغيرات والظروف المحيطة بها، وإنما يجب أن تستند المقارنة على دراسة مختلف أوجه التشابه والإختلاف بين حادثتين أو أكثر.
- يجب على الباحث أن يجمع معلومات دقيقة، إذا كانت المقارنة معتمدة على دراسة ميدانية.

¹ جميل صليبا، أساليب البحث العلمي، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، ط2، سنة 1987، ص 497.

² محمد صفوح الأخرص، المنهجية وطرائق البحث في علم الاجتماع، المطبعة الجديدة، دمشق، 1984، ص، ص 117، 118.

■ أن يكون في الأصل وجود أوجه تشابه وتباين بين الظاهرتين محل الدراسة، فلا يجوز مقارنة مالا يقارن.

■ تجنب المقارنة السطحية، إنما الغوص في الجوانب الأكثر عمقا، لفحص وكشف طبيعة الواقع المدروس.

المطلب الثالث: الإستمارة كتقنية من تقنيات منهج المسح الإجتماعي:

تعتبر الإستمارة إلى جانب بعض التقنيات الأخرى، من بين إحدى تقنيات البحث المستعملة في منهج المسح الإجتماعي، والتي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جهة مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقا.¹ كما تعد وسيلة للدخول في إتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا، واحدا وبالطريقة نفسها بهدف إستخلاص إتجاهات وسلوكات مجموعة كبيرة من الأفراد، إنطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها.² ويلاحظ من خلال هذا التعريف الأخير، أن من أهم خصائص الإستمارة كونها تسمح للمستجوب بالتصريح بالمعلومات الأكثر شخصية بالنسبة إليه، وتبرير ذلك أن هوية المستجوب تكون غير معروفة لدى القائم بالبحث، في غالب الأحيان، إضافة إلى أن طبيعتها تسمح بالإجابة عن الأسئلة التي تتضمنها بصفة منعزلة مع ضمان سرية الإجابة.

¹ محمد سمير حسين، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 131.

² موريس أنجوس، مرجع سبق ذكره، ص 204.

وبالتالي فإن للإستمارة عدة مزايا بإعتبارها وسيلة تقصي ملائمة بالنسبة لمن يريد الإتصال بعدد كبير من الأفراد، في وقت قصير بهدف الحصول على معلومات دقيقة وبسيطة، غالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة، فهي تقنية قليلة التكلفة نظرا إلى إمكانية ملء الإستمارات من طرف المبحوثين أنفسهم، وسرعة التنفيذ عكس ما هو عليه الحال في مقابلة البحث حيث يمكن ملؤها في وقت قصير نسبيا، كذلك تتيح إمكانية تسجيل السلوكات غير الملاحظة فعندما يتأكد المبحوث أن بإمكانه الإجابة عن الأسئلة بصفة منعزلة مع ضمان سرية المعلومات، يستطيع أن يصرح بمعلومات أكثر سرية وأكثر شخصية، إضافة إلى إمكانية مقارنة الإجابات، كون أن الأسئلة ذاتها تطرح على كل مخبر وبالصيغة نفسها، لأنه كلما طبقت المعيارية على الأسئلة كلما أتيح مجال المقارنة وزيادة على التكاليف المحدودة ووقت التنفيذ القصير نسبيا، والميزانية المتساوية يمكن تطبيق الإستمارة على مئات وآلاف الأشخاص أو أكثر، وكذلك لا يفسح المجال للباحث أن يتدخل في إجابات من يطبق عليهم الإستبيان (الاستمارة).¹

الهيكل العام لإستمارة البحث:

لقد إعتدنا في تصميمنا لإستمارة هذه الدراسة من حيث الموضوع، أربعة (04) محاور أساسية.

● المحور الأول خاص بإستخدامات الصحف الورقية، المحور الثاني متعلق بمظاهر الإشباع

المتحققة من الصحف الورقية، أما المحور الثالث فقد سلط على أنماط إستخدام الصحف

¹ نبيل جمعة صالح النجار، الإحصاء في التربية والعلوم الإنسانية مع تطبيقات برمجية SPSS، دار حامد للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، سنة 2009، ص 23.

الإلكترونية، يحوي المحور الرابع مظاهر الإشباع المحققة من استخدام الصحف الإلكترونية، بحيث تشكل كل محور من مجموعة من الأسئلة المغلقة ذات أصناف متعددة.

● أسئلة مغلقة تنحصر إجابتها في بديلين فقط، ويطلب من المبحوث إختيار إجابة واحدة فقط (نعم، لا).

● أسئلة مغلقة تتعدد إجاباتها ويطلب من المبحوث إختيار إجابة واحد فقط.

● أسئلة مغلقة تتعدد إجاباتها وتبقى الحرية للمبحوث في إختيار إجابة واحدة أو أكثر.

● أسئلة تستهدف التعرف على شدة الاتجاهات لدى المبحوث، وذلك باستخدام المقياس المتدرج لشدة الإجابات .

● صنف آخر من الأسئلة والذي إنفرد بجانب خاص من الهيكل العام لإستمارة الدراسة، تمثل

في تلك المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات الأولية عن مفردات عينة البحث، وقد أدرج هذا

الصنف من الأسئلة في بداية الإستمارة وخارج إطار المحاور، وذلك إحتراماً، للتسلسل المنطقي

للأسئلة، وإنحصر ذلك في الجنس، السن، مكان الإقامة، والمستوى التعليمي، وهي تمثل

متغيرات، يمكن تصنيف على أساسها الجداول الإحصائية المركبة.

● إختبار الإستمارة للتأكد من صلاحيتها (الإستمارة الاستطلاعية) من أجل اختبار الإستمارة

للتأكد من صلاحيتها، قمنا من خلال هذه الخطوة بتوزيع نماذج منها، على عينة محدودة

ومماثلة للعينة الأصلية التي سوف تجري عليها الدراسة، وهذا قصد التأكد من درجة وضوح

الأسئلة التي تضمنتها ومدى تجاوب المبحوثين مع كل سؤال.

- وبعد الإطلاع على الإجابات المقدمة تبين مبدئيا أن هذه الأسئلة لا تحتوي على أي غموض إلا في سؤال واحد، فقط مما دفعنا إلى توضيحه أكثر، والمحافظة على شكل أسئلة الإستمارة الأخرى وصياغتها.

ظروف توزيع الإستمارة:

في المرحلة التي تلت توزيع الإستمارة الإستطلاعية، قمنا بتوزيع 350 إستمارة على أفراد عينة البحث، في الفترة الممتدة ما بين 15 فبراير إلى 15 مارس، بلغت عدد الإستمارات الصالحة للدراسة 309 إستمارة، لأن بقية الإستمارات منها ما كانت ناقصة في الأجوبة (ملغاة) ومنها ما لم يسترجع.

■ تم إختيار أربعة ولايات من الغرب الجزائري، أين وزعت فيها الإستمارات بشكل تقريبا متساوي، على أفراد عينة البحث والمتمثلة في جمهور القراء الجزائريين أيا كان مستواهم أو وظيفتهم لولاية تلمسان، مستغانم، سيدي بلعباس، ووهران، لقرب منطقة الدراسة وكذلك ليسهل علينا التعامل مع مجتمع البحث.

وقد قمنا بتفريغ إجابات المبحوثين في الاستمارة عن طريق البرنامج الإحصائي « SPSS »؛

Statistical Package for Social Science والتي تعني الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ويعتد أحد أهم البرامج الإحصائية المشهورة، وهو برنامج متعدد الوظائف وله إمكانيات كبيرة، حيث يمكن الإعتماد عليه في مساعدة الباحث على إجراء البحوث في مجالات البحوث المختلفة كما يسمح البرنامج بتخزين البيانات والقيام بالعمليات الحسابية والتحليلات الإحصائية و إنشاء الرسوم البيانية

بسهولة وإستخراج النتائج بشكل دقيق وسريع، كما يعتبر أداة لحفظ البيانات لتسهيل الرجوع إليها عند الحاجة.

المبحث الثاني: أنماط تعرض أفراد العينة للصحف الورقية والإشباعات المتحققة منها .

سندرج في هذا المبحث، المحور الأول الذي يخص الصحافة الورقية من حيث طبيعة الإستخدام وعادات القراءة من خلال مجموعة من الأسئلة المرتبطة بهذه الأنماط، وذلك في المطلب الثاني، أما المطلب الثالث فنسعرض فيه المحور الثاني المتعلق دائماً بالصحافة الورقية، ولكن من حيث الإشباع المتحقق لدى المبحوثين من خلال التعرض لهذه الصحف، أو الدوافع والحاجات التي يسعى المبحوث لتحقيقها، في حين أن المطلب الأول يتضمن البيانات الخاصة بأفراد العينة.

المطلب الأول : بيانات شخصية عن مجتمع الدراسة .

سوف نقوم في هذا المطلب بالتعرض إلى بعض الخصائص المميزة لمجتمع الدراسة والمتمثلة في الجنس، السن، مكان الإقامة، المستوى التعليمي.

الجدول رقم 1: يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس.

| الجنس | التكرار | النسبة % | المتوسط الحسابي | المنوال |
|---------|---------|----------|-----------------|---------|
| ذكر | 125 | 40.5 | 1.60 | 2 |
| أنثى | 184 | 59.5 | | |
| المجموع | 309 | 100.0 | | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يتضح من خلال الجدول رقم 1 ، أن مجموع أفراد عينة البحث هو 309 مفردة، موزعة حسب الجنس إلى 125 ذكور، و184 إناث، أي ما يقابل 40.5% ذكور و59.5% إناث، وبذلك يظهر أن هناك تفاوتاً نوعياً ما بين نسبة الذكور ونسبة الإناث، حيث أن المتوسط الحسابي الكلي يساوي 1.60، وقيمة المنوال 2؛ وهي تشير إلى فئة الإناث كأكثر المفردات تكراراً، بالنسبة لأفراد الدراسة.

الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

| السن | التكرار | النسبة % | المتوسط الحسابي | المتوال |
|----------------------|---------|----------|-----------------|---------|
| من 15 سنة إلى 20 سنة | 36 | 11.7 | 2.32 | 2 |
| من 20 سنة إلى 29 سنة | 176 | 57.0 | | |
| من 30 سنة إلى 39 سنة | 58 | 18.8 | | |
| من 40 سنة فما فوق | 39 | 12.6 | | |
| المجموع | 309 | 100.0 | | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتماداً على إستمارة البحث

لقد قمنا بتوزيع مستويات السن حسب الفئات التالية:

الفئة الأولى أقل من 20 سنة، الفئة الثانية من 20 إلى 29 سنة، الفئة الثالثة من 30 إلى 39 سنة، والفئة الرابعة من 40 سنة فما فوق، حيث قدر عدد الأفراد في الفئة الأولى ب 36 مفردة بنسبة 11.7% من مجموع أفراد العينة، أما الفئة الثانية والذين يتراوح سنهم ما بين 20 إلى 29 سنة فيشكلون نسبة 57.0 % من مجموع أفراد العينة، أما الفئة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 30 إلى 39 سنة فتشكل نسبة 18.8 % أي بمجموع 39 فرداً من الذين يفوق عمرهم 40 سنة .

ويلاحظ من خلال هذا التقسيم أن فئة 20-29 سنة هي التي تشكل الأغلبية بما يتجاوز العينة ككل، تليها الفئة الثانية من 30-35 فالثالثة من 40 سنة فما فوق ، وأخيرا فئة أقل من 20 سنة وهي نسب متقاربة نوعا ما، ولقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي الاجمالي لهذا المتغير 2.32، والمنوال 2، وهو يرجع إلى الفئة العمرية ما بين 20 سنة إلى 29 سنة، وهو ما يشير إلى ان معظم أفراد العينة شباب.

الجدول رقم 3 يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

| مكان الإقامة | التكرار | النسبة | المتوسط الحسابي | المنوال |
|--------------|---------|--------|-----------------|---------|
| مدينة | 221 | 71.5 | 1.28 | 1 |
| ريف | 88 | 28.5 | | |
| المجموع | 309 | 100.0 | | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

فيما يتعلق بمتغير مكان الإقامة، فقد بلغ عدد المقيمين بالمدينة 221 مفردة بنسبة 71.5 % من إجمالي عينة الدراسة البالغ تعدادها 309 مفردة، بينما بلغ عدد المقيمين خارج المدينة (الريف) 88 مفردة بنسبة مئوية 28.5 %، وطبقا لمقياس النزعة المركزية فقد بلغ متوسط أفراد العينة المقيمة في الريف والمدينة 1.28، أما المنوال فقد قدر 1، ما يبين أن المقيمين بالمدينة هم الأكثر حضورا في أفراد العينة محل الدراسة.

وفي قراءة لنتائج الجدول الرابع، يتبين لنا أن أكبر نسبة كانت لذوي المستوى العالي بنسبة 64.4 % أي ما يمثل 199 مفردة، تليها نسبة 17.8 % لأصحاب المستوى الثانوي، فيما يمثل أصحاب ما بعد التدرج نسبة 13.6 %، أما ذوي المستوى الابتدائي فمثلوا نسبة 4.2 % من مجمل العينة، ويلاحظ من خلال هذا التوزيع أن المبحوثين أصحاب المستوى التعليمي العالي هم الذين شكلوا

الأغلبية بنسبة تفوق نصف العينة، وتشير نتائج الجدول الموضح بأن متوسط المستوى التعليمي للمبحوثين بلغ 2.87، أما المنوال فقد قدر بـ3، وهو ما يشير إلى أن أصحاب المستوى العالي الأكثر حضوراً في العينة، بالمقارنة مع بقية المستويات التعليمية.

الجدول رقم 4: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

| المنوال | المتوسط الحسابي | النسبة % | التكرار | المستوى التعليمي |
|---------|-----------------|----------|---------|------------------|
| 3 | 2.87 | 4.2 | 13 | إبتدائي/أساسي |
| | | 17.8 | 55 | ثانوي |
| | | 64.4 | 199 | عالي |
| | | 13.6 | 42 | ما بعد التدرج |
| | | 100.0 | 309 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعماداً على إستمارة البحث

المطلب الثاني: كيفية استخدام أفراد العينة للصحف الورقية.

وسنحاول من خلاله أن نتطرق إلى مجموعة من النقاط التي توضح طبيعة قراءة المبحوثين للصحف التقليدية وأنماط استخدامها لها.

الجدول رقم 5: يبين مدى مطالعة الصحف الورقية.

| المنوال | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة % | العدد | مطالعة الصحف الورقية. |
|---------|-------------------|-----------------|----------|-------|-----------------------|
| 1 | 0.018 | 1.11 | 89.0 | 276 | نعم |
| | | | 11.0 | 33 | لا |
| | | | 100.0 | 309 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتماداً على إستمارة البحث

يتضح من خلال الجدول الخامس أن 89 % من المبحوثين يطالعون الصحف الورقية المطبوعة، في مقابل 11% منهم نفوا مطالعتهم لهذه الصحف، ويلاحظ من خلال ذلك، أن نسبة الذين صرحوا بمطالعتهم للصحف الورقية، فاقت ثلثي أفراد العينة، وهي نسبة كبيرة مقارنة مع الفئة التي لا تتعرض إلى الصحف التقليدية، إذ أن المتوسط الحسابي الإجمالي قدر 1.11، بانحراف معياري يساوي 0.018، وقيمة المنوال تساوي 1، والتي تؤكد أن القيمة الشائعة لأفراد العينة تكون لمن يقرأ ويتعرض إلى هذا النوع من الصحف.

الجدول رقم 6: يبين وتيرة مطالعة الصحف الورقية.

| النسبة % | التكرار | وتيرة مطالعة الصحف الورقية |
|----------|---------|----------------------------|
| 12.6 | 39 | بإستمرار |
| 58.9 | 182 | في بعض الأحيان |
| 12.9 | 40 | في أوقات نادرة |
| 4.9 | 15 | في أوقات نادرة جدا |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتامادا على إستمارة البحث

وفيما يخص الجدول رقم 6 والمتعلق بطبيعة المطالعة، فقد صرح 39 فردا من أفراد العينة، بأنهم يطالعون هذه الصحف بإستمرار، وذلك بنسبة 12.6 %، بينما يطالع 58.9 % منهم هذه الصحف الورقية في بعض الأحيان، تليها نسبة 12.9 % بالنسبة لأولئك الذين يقدمون على مطالعة الصحف المطبوعة في أوقات نادرة، بينما بلغت نسبة 4.9 % بالنسبة لأولئك الذين يطالعونها في أوقات نادرة جدا، وبذلك يتضح أن أولئك الذين يحرصون على مطالعة الصحف الورقية من وقت لآخر يشكلون فئة عالية مقارنة مع الأفراد الذين يطالعونها بإستمرار وفي الأوقات النادرة والنادرة جدا.

الجدول رقم 7: يبين مكان قراءة الصحيفة المفضلة.

| النسبة % | التكرار | مكان القراءة |
|----------|---------|---------------------------|
| 66.13% | 207 | في المنزل |
| 14.69% | 46 | في مكان العمل |
| 7.34% | 23 | في النوادي واماكن الترفيه |
| 7.02% | 22 | عند الأصدقاء |
| 4.79% | 15 | في المكتبات العامة |
| 100% | 313 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يوضح الجدول رقم 7 مكان قراءة المبحوثين للصحيفة المفضلة، حيث يمكن لكل واحد منهم إختيار أكثر من بديل، وبالتالي فإن مجموع التكرارات لا يمكن أن يكون مساويا لعدد مفردات العينة، وقد تنوعت خيارات المبحوثين ولكنها برزت بشكل رئيسي في المنزل بنسبة 66.13 %، كذلك تشير البيانات إلى مطالعتها في مكان العمل بنسبة 14.69% حيث أن طبيعة المجتمع الجزائري وخاصة الإداريين والأساتذة منهم، من يمارسون هذه العادة وهم جالسين على مكاتبهم، تليها النوادي وأماكن

الترفيه نظرا لسهولة حملها وتصفحها متى أراد الفرد، وذلك بنسبة 7.34 %، وهي مشابهة لمن يقرؤون الصحف المطبوعة عند الأصدقاء ب 7.02 %، ثم تأتي في المرتبة الأخيرة المكتبات العامة كآخر مكان تتصفح فيه الصحف المطبوعة بنسبة 4.79 % .

الجدول رقم 8: يبين أهم الجرائد الوطنية المطلاع عليها.

| النسبة % | التكرار | أهم الجرائد المطلاع عليها |
|----------|---------|---------------------------|
| 28.6 | 79 | الخبر اليومي |
| 37.3 | 103 | الشروق اليومي |
| 1.1 | 3 | الفجر |
| 17.4 | 48 | النهار |
| 1.1 | 3 | الجمهورية |
| 9.8 | 27 | le Quotidien d'Oran |
| 2.9 | 8 | le Soir d'Algérie |
| 1.4 | 4 | El watan |
| .40 | 1 | l'Expression |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

الفصل الخامس: دراسة تحليلية لعادات استخدام جمهور القراء للصحافة الورقية والاشباعات المتحققة منها

ويلاحظ من خلال الجدول الثامن، أن جريدة الشروق اليومي، قد إستحوذت على أعلى نسبة من إهتمامات الجمهور الذين صرحوا بأنهم يطالعون الجرائد الوطنية المطبوعة بما يقدر ب 37.3%، تليها بدرجة متقاربة نوعا ما جريدة اليومي بنسبة 28.6%، فجريدة النهار بنسبة 17.4%، ثم الجرائد الوطنية الأخرى منها الناطقة باللغة الفرنسية **le quotidien d' Oran** بنسبة 9.8% وجريدة **le Soir d' Algerie** بنسبة 2.9%، لتليها في المقامات الأخيرة بنسب متقاربة جريدة **El Watan** بنسبة 1.4%، جريدة الجمهورية بنسبة 1.1% وأخيرا صحيفة **l' Expression** بنسبة 0.4% أي ما يعادل فردا واحدا من مجموع 276 ممن يطالعون الجرائد الوطنية اليومية، وكل هذه النسب تختلف باختلاف ميول ورغبات وتوجهات افراد عينة البحث.

الجدول رقم 9: يبين مدى إطلاع أفراد العينة على جرائد أخرى في حالة عدم الحصول على الجريدة المفضلة.

| المنوال | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة % | التكرار | مطالعة جرائد أخرى |
|---------|-------------------|-----------------|----------|---------|-------------------|
| 1 | 0.02 | 1.29 | 70.7 | 195 | نعم |
| | | | 29.3 | 81 | لا |
| | | | 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن نسبة 70.7% من أفراد العينة يلجؤون إلى مطالعة جرائد أخرى، في حالة عدم تمكنهم من الحصول على جريدتهم المفضلة، في مقابل 29.3% ممن صرحوا أنهم لا يطالعون جرائد أخرى في هذه الحالة (الجدول رقم 9)، وهكذا يلاحظ من خلال إجراء مقارنة بسيطة بين النسبتين المقدمتين، أن جل أفراد العينة يطالعون صحفاً أخرى عندما يتعذر عليهم الوصول إلى الجريدة المفضلة عندهم، وتشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي الكلي هو 1.29، بإنحراف معياري قدر 0.02، والمنوال يؤكد أن أغلبية المستجوبين حسب نتائج الإستبيان تطالع الجرائد وقت غياب الجريدة المفضلة لديهم.

الجدول رقم 10: يبين الوقت المستغرق في قراءة الصحيفة الورقية.

| النسبة % | التكرار | مدة قراءة الصحيفة الورقية. |
|----------|---------|----------------------------|
| 62.7 | 173 | نصف ساعة |
| 26.1 | 72 | ساعة واحدة |
| 9.1 | 25 | من ساعة الى ساعتين |
| 2.2 | 6 | أكثر من ساعتين |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

جاءت نتائج الجدول رقم 10 لتوضح إنخفاض نسبة من يطالعون الجريدة المطبوعة لمدة زمنية تزيد عن الساعتين، حيث قدرت نسبتهم ب 2.2 % فقط، ونسبة من يقرؤونها مدة ساعة إلى ساعتين 9.1 %، في مقابل ذلك يقضي 26.1 % من أفراد العينة المطالعة للصحف الورقية ساعة واحدة، و 62.7 % منهم نصف ساعة كحد أقصى للتعرض، وهو الذي يشير إلى ضيق الوقت عند المبحوثين وعدم إمتلاكهم وقت فراغ كافي للتعلم في قراءة ما طبع في الجريدة، حيث أن الوقت الذي يقضيه الفرد في القراءة يشير إلى التباين في الإستخدام، الذي يعكس تباينا في الإهتمام والتفضيل، أو تباينا في الدوافع.

الجدول رقم 11: يبين كيفية الحصول على الجريدة.

| النسبة % | التكرار | كيفية الحصول على الجريدة |
|----------|---------|--------------------------|
| 2.5 | 8 | عن طريق الإشتراكات |
| 39.7 | 127 | عن طريق الأكشاك |
| 30 | 96 | من الأصدقاء والزملاء |
| 11.9 | 38 | من المكتبات |
| 15.9 | 51 | من موزعي الصحف |
| 100 | 320 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يتبين من خلال هذا السؤال المتعلق بكيفية الحصول على الجريدة عند المبحوثين، أن هناك تباينا واختلافا في أنماط الوصول إلى النسخة الورقية، حيث أن الحصول عليها عن طريق الأكشاك تصدر المرتبة الأولى، نظرا لأن 127 فردا يلجؤون إلى هذه العملية لإقتناء جرائدهم بنسبة 39.7%، تليها الحصول عليها من طرف الأصدقاء والزملاء بنسبة 30%، في مقابل ذلك تأتي نسبة 15.9% من المبحوثين الذين يفضلون شراءها من موزعي الصحف، أما المكتبات فنسبة 11.9% من المبحوثين يتحصلون على جريدتهم من خلالها، و فقط 2.5% من الأفراد المبحوثين يستخدمون تقنية الإشتراك بغية الحصول على الجريدة، ويبقى الاختلاف في الدافع أو الحاجة هو الذي يتحكم بنمط صياغة عادة الحصول على الجريدة.

الجدول رقم 12: يبين أكثر الأوقات مطالعة عند أفراد العينة.

| النسبة % | التكرار | أكثر الأوقات مطالعة |
|----------|---------|---------------------|
| 38.0 | 105 | صباحا |
| 26.4 | 73 | أثناء الظهيرة |
| 35.5 | 98 | مساء |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعمادا على إستمارة البحث

وكسعي لمعرفة مظاهر القراءة من خلال وقت القراءة ،جاءت نتائج السؤال المطروح في هذا الإطار ،لتبين أن 38% من مجموع الأفراد المبحوثين يطالعون الصحف الورقية صباحا ،في المقابل بنسبة متقاربة تمارس عملية المطالعة في المساء بنسبة 35.5 % ،أما وقت الظهيرة فكان بنسبة 26.4 % ممن يقرؤون فيه صحفهم،وهذا التباين في الإستخدام يعكس التباين في الإهتمام والتفضيل،بالإضافة إلى ذلك فان فترة قراءة الصحف الورقية يرتبط كذلك بالوقت المخصص للقراءة ،فالذي يقرأ الصحيفة في الصباح قبل أو أثناء الذهاب إلى العمل ،عادة لا يتاح له الوقت الكافي لقراءة مساحة أكبر ،بينما الذي يقرأ الجريدة بعد العودة إلى المنزل مساء ،يسمح له وقت القراءة بقراءة المواضيع الأكثر تفصيلا أو عمقا بالمقارنة مع الأول الذي لا يسمح الوقت إلا بقراءة بعض العناوين أو الصور ... الخ .

الجدول رقم 13: يبين المواضيع التي تحظى بإهتمام أفراد العينة.

| المواضيع | التكرار | النسبة % |
|------------------|---------|----------|
| أخبار وتقارير | 200 | 30.12 |
| مقابلات | 36 | 5.42 |
| مقالات وتحليلات | 64 | 9.63 |
| تحقيقات | 119 | 17.92 |
| إعلانات | 62 | 9.33 |
| إشهارات | 54 | 8.13 |
| رسوم كاريكاتورية | 129 | 19.42 |
| المجموع | 664 | 100 |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

تشير نتائج الجدول رقم 13، والذي أتيح فيه للمبحوثين إمكانية إختيار أكثر من نوع من المواضيع، أن الأخبار والتقارير تصدرت المرتبة الأولى بنسبة 30.12%، تليها الرسوم الكاريكاتورية بنسبة 19.42%، في مقابل ذلك التحقيقات الصحفية حظيت بإهتمام 17.92%، أما المقالات

والتحليلات فبلغت نسبة المبحوثين المهتمين بها 9.63%، أما المواضيع الخاصة بالإعلانات، جاءت بنسبة 9.33%، والمحتوى الخاص بالإشهار إهتمت به نسبة 5.42%، وكأدنى نسبة خاصة بالمواضيع التي تلقى الإهتمام والقراءة فقد كانت للمقابلات بما يعادل 36 مفردة، أي بنسبة 5.42%. والملاحظ هو أن إهتمام القراء لا يقف على موضوع المحتوى فقط، ولكنه يمتد أيضا إلى الشكل الذي يقدم فيه النص، أي القوالب الفنية للتحليل والأشكال الصحفية، ومن خلال النتائج المبينة مثلا نسبة 9.63% من المبحوثين الذين يفضلون قراءة المقال التحليلي هو مؤشر على أن هؤلاء يبحثون في قراءتهم على المواضيع الجادة وإكتساب المعرفة والمعلومات، في حين 19.42% منهم والتي تهتم بالرسوم الكاريكاتورية تبين أن هذه الفئة تبحث عن التسلية والترفيه والموضوعات الخفيفة.

ومن جهة أخرى نسبة 30.12% من مهتمى الأخبار والتقارير تعبر عن دافع الأفراد إلى الإعلام والتعرف على الوقائع والأحداث المحيطة بهم في المجتمع، وفي الوقت ذاته تعبر عن قلة الوقت لديهم.

الإستنتاج:

من خلال تحليل بيانات الجداول الإحصائية البسيطة السابقة نستنتج ما يلي:

يطالع أغلبية المبحوثين الصحف الورقية، والطابع العام الذي يميز هذه القراءة هو أن نسبة كبيرة من هؤلاء الأفراد يطالعون هذه الجرائد في بعض الأحيان، فعلى الرغم من الرسالة التي تحملها هذه الصحف والأخبار التي تحيط بجل المجالات من سياسية، إجتماعية وإقتصادية ... إلخ، وعلى الرغم من التعود من قراءتها حسب النسبة المرتفعة المبينة سابقا، إلا أن عدم الإنتظام في التعرض لهذه الصحف الورقية يوحي إلى ضعف الميل عند معظم أفراد العينة إلى مطالعة الصحف الوطنية الورقية، نظرا لضعف الحاجات التي يرغبون في إشباعها من خلال ممارسة هذه العملية.

تطالع نسبة عالية من جمهور الصحافة المكتوبة جرائدهم في المنزل كأفضل مكان للقراءة بالنسبة إليهم، وهو ما يبين الطابع المميز الذي تختص به الصحف المطبوعة في سهولة إقتنائها ومطالعتها في أي مكان يفضله الفرد، حيث لا يوجد مكان أريح للفرد لممارسة القراءة كالمنزل الذي يسكن فيه، وهو ما يشير إلى حب المطالعة الفردية، عكس من يجب قراءتها بصفة جماعية في العمل أو مع الأصدقاء.

تطالع نسبة قليلة جدا من جمهور الصحافة الورقية جريدتي " الفجر " وجريدة الجمهورية " الناطقتين باللغة العربية، إضافة إلى جريدة " الوطن " و« l'Expression » الناطقتين باللغة الفرنسية، وهذا في مقابل جريدتي " الخبر " و " الشروق اليومي " اللتان تحظيان بأهمية بالغة والتي يظهر أفرادها إهتماما بالغا بمطالعتها، وربما يرجع السبب في كثافة هذا التعرض إلى المحتوى الجيد

الذي يجدونه حاضرا في جريدة الشروق، والخبر، والمواضيع التي تخطى بإهتمام أفراد المجتمع الجزائري الذي يحتاج إلى قراءة مضامين تقترب أكثر من حياته، ولاشك أن المواضيع الإجتماعية هي التي تشكل المحور الأول من إهتماماته، كمواطن بسيط، عكس الجرائد المذكورة سابقا والتي حظيت بنسب منخفضة جدا في المطالعة، ويمكن أن يكون السبب وراء هذا العزوف هو كون هذه الجرائد، عمومية فغالبا ما تسلط الضوء في مضمونها على أخبار تتعلق بالدولة (طابع سياسي محض)، إضافة إلى الذاتية الملموسة بكثرة في طريقة المعالجة؛ الأمر الذي لا يجذبه غالبية الجمهور، وفيما يخص الجرائد الأخرى الناطقة بالفرنسية فرما يكون سبب ضعف المطالعة إلى العائق اللغوي، فكون الدراسة أجريت على مختلف شرائح المجتمع الجزائري (متقف، غير متقف ... إلخ) فهو بالدرجة الأولى مجتمع معرب، خاصة الشباب، وذوي المستويات التعليمية المنخفضة (أساسي، ثانوي) ...

ولكن بالرغم من الإقبال المتزايد، والتفضيل الواضح لجريدي الشروق اليومي، والخبر اليومي، إلا أن نسبة كبيرة من مجموع الأفراد يلجؤون إلى إقتناء ومطالعة جرائد أخرى، حالة تعذر حصولهم على جريدتهم المفضلة، ويمكن أن نفسر هذا الإقبال وهذه المطالعة على أنه لا يمكن الإستغناء عن عادة المطالعة الورقية للصحف، وإنما أضحت سيرورة تعود على ممارستها من طرف الباحثين، بإعتبارها مصدرا أساسيا وسهلا في المعرفة والحصول على المعلومات، التي تهمهم من جهة، ومن جهة أخرى هذا الإقبال يوحى إلى التنوع، وعدم الإكتفاء بقراءة صحيفة واحدة فقط، وهو ما يعكس رغبة الأفراد الباحثين في تعدد مصادر المعرفة والمعلومات، وتعكس كذلك قدر الثقة في الصحف الوطنية كمصدر للمعرفة والثقافة.

تطالع نسبة عالية من جمهور القراء الصحف الورقية في مدة زمنية لا تتعدى النصف ساعة، في مقابل نسبة منخفضة جدا منهم من تطالع هذه الصحف في مدة تزيد عن ساعتين، وهو ما يشير إلى التباين في طريقة التعرض والهدف المراد، حيث أن إرتفاع النسبة الأولى مؤشر على ضيق الوقت عند القراء، وتعرضهم لمحتوى الصحف يكون بشكل سطحي غير معمق، كأن يقرؤوا الأخبار فقط دون التعمق في المقالات والأنواع الصحفية المطولة نوعا ما، أو توجههم إلى جانب واحد فقط، مثلا الرياضة أو السياسة، أو قراءة الصفحة الأولى، فالأخيرة... إلخ، حيث يظهر أن الحاجة إلى معرفة شيء معين فقط، هو الدافع الأول لقراءة الصحيفة.

هناك تباين في أنماط وصول أفراد العينة المطالعة للصحف الورقية إلى جريدتهم، فمنهم من يحصل عليها عن طريق الأكشاك وكذا الأصدقاء والزملاء بنسب مرتفعة، مقارنة مع هؤلاء الذين يتحصلون عليها عن طريق الإشتراك ، ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى تحكم مستوى الدافع إلى قراءة الصحف في صياغة عادة الحصول عليها، فالفرد الذي يشتري الجريدة من الأكشاك أو يتحصل عليها من الزملاء يكون تعرضه إلى الصحيفة ومحتواها غير عمدي ، بل تتحكم فيه الصدفة، أو يتحكم فيه طريق السير، عكس الفرد الآخر الذي يبدي درجة إهتمام أكبر بأهمية مطالعة وتصفح مضمون جريدة معينة عن طريق الإشتراك فيها، وهو ما يبين في الوقت ذاته الإستمرارية والإنتظام في القراءة.

يظهر من خلال الإختلاف في وقت القراءة الصحفية عند مجتمع الدراسة، أن هناك تباين في مطالعة محتوى الصحيفة، فعلى الرغم من تقارب النسب بين من يقرؤون الجريدة في الصباح، وبين

من يطالعونها أثناء الظهيرة، وبين الفئة الثالثة التي تمارس هذه العملية في المساء، إلا أن لكل منهم وقت محدد مخصص للتعرض، فالذين يقرؤون صحيفتهم في الصباح، عادة ما لا يتاح لهم الوقت الكافي لقراءة مساحة أكبر، وفي الوقت ذاته، مؤشر على حب معرفة أحدث الأخبار العاجلة والسريعة، بينما المبحوثين الذين يقرؤون صحفهم في المساء لا يهتمهم كثيرا أمر قراءة الخبر وقت نشره، بقدر ما يهتمهم التعمق في قراءة المواضيع الأكثر تفصيلا، عكس من يقرأ فقط العناوين أو يشاهد الصور، أي عدم الإكتفاء فقط بقراءة جزء فقط، بل يعطي وقتا كافيا حتى يتاح له قراءة الكل أو أكبر قدر ممكن من المضمون الذي تحويه الصحيفة.

تختلف إهتمامات المبحوثين إتجاه المواضيع التي تعرضها الصحف الورقية، وتتفاوت نسبها بين موضوعات ترتفع فيها نسبة المطالعة وموضوعات أخرى تنخفض، وهو ما يدل على تأثير دوافع وحاجات مجتمع الدراسة في ترتيب إختيار الموضوع، والشكل الصحفي، والذي يتأثر أيضا بوقت القراءة، والوقت المخصص للقراءة كذلك، فالمهتمين أكثر بقراءة الأخبار والتقارير يعبر نمطهم في التعرض، عن دافع الإعلام والتعرف على الوقائع والأحداث المحيطة بهم في المجتمع، وكذلك تعبر عن قلة الوقت لديهم، والمهتم بالرسم الكاريكاتورية يبحث من هذا التعرض على التسلية، الترفيه والهروب من روتين الحياة اليومية، والمفضلين قراءة المقالات ... إلخ، يبحثون في قراءتهم على المواضيع الجادة وإكتساب معارف ومعلومات، ومهارات جديدة، والتعرف على أبعاد ودلالات المواضيع المطروحة، بغرض تكوين رأي معتبر وفي ذات الوقت دلالة على كفاية الوقت للمطالعة.

المطلب الثالث: مظاهر الإشباع المتحققة لأفراد العينة من الصحف الورقية.

وفيه سيتم إدراج أهم الدوافع والحاجات التي تجعل المبحوثين يقدمون على مطالعة الصحف الورقية، والفوائد المحققة لديهم، ومدى أهميتها بالنسبة لهم.

الجدول رقم: 14 يبين دوافع قراءة الجريدة الورقية.

| النسبة % | التكرار | دوافع قراءة الجريدة الورقية |
|----------|---------|---|
| 41.7 | 115 | لأنها تمكنني من متابعة الأحداث الداخلية و الخارجية |
| 7.6 | 21 | لأنها تغطي الأحداث الداخلية و الخارجية بدقة |
| 20.7 | 57 | للإلمام بتفاصيل الوقائع و التعرف على أبعادها و دلالاتها |
| 11.6 | 32 | للإطلاع على آراء الكتاب وتحليلاتهم للقضايا و الاحداث |
| 4.7 | 13 | تساعدني في تكوين رأي أو موقف من القضايا التي تعالجها |
| 13.8 | 38 | للهرب من متاعب الحياة اليومية و للترفيه |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

أظهرت نتائج السؤال الأول من المحور الثاني للدراسة، أن من أهم الدوافع الأساسية التي تدفع بأفراد العينة لمطالعة الصحف الورقية، هي تمكنهم من متابعة الأحداث الداخلية والخارجية بنسبة 41.7 %، في مقابل 20.7 % منهم برروا قراءتهم بهدف الإلمام بتفاصيل الوقائع، أما دافع الهروب من متاعب الحياة اليومية فقد تركز في المرتبة الثالثة بنسبة 13.8 %، ممن يمارسون هذه العملية لغرض التسلية والترفيه والهروب من نظام الحياة اليومي، الذي يتسم بالجدية والصرامة في أغلب الحالات، ومبرر الإطلاع على آراء الكتاب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث، فقد بلغ نسبة 11.6 % ما يعادل 32 مفردة، في حين دافع تغطية الأحداث الداخلية والخارجية بدقة فقد قدرت نسبته 7.6 %، وأخيرا مساعدة قراءة الصحف الورقية في تكوين رأي أو موقف إحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 4.7 %.

الجدول رقم: 15 يبين الفوائد المحققة من مطالعة الصحف الورقية.

| النسبة % | التكرار | فوائد مطالعة الصحف الورقية |
|----------|---------|---|
| 18.5 | 51 | أكتسب منها معارف ومعلومات تميزني عن الآخرين وتنال إعجابهم وتقديرهم |
| 17.4 | 48 | توفر لي حاجة تحقيق الذات والقدرة على النصح والتوجيه والارشاد |
| 32.2 | 89 | تحقق لي التواصل الإجتماعي من خلال التعرف على المشكلات وإهتمام الناس |
| 16.7 | 46 | تعرضي للصحف يشعري بالإنتماء الى مجتمعي |
| 15.2 | 42 | أشعر بالأمن والإستقرار من خلال إكتساب المعلومات بما يجري حولي من وقائع واحداث |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

وسعيا منا لمعرفة الفوائد المحققة من خلال التعرض للصحف الورقية برز تحقيق التواصل الإجتماعي عند المبحوثين كأول الفوائد تحقيقا، وذلك بنسبة 32.2 %، حيث تعتبر من بين أهم الدوافع المرتبطة بالحاجات الفردية، وهي مرتبطة دائما بإكتساب المعلومات والمعارف، التي تجعل الفرد قادرا على المناقشة وتبادل الآراء مع الآخرين، والفائدة الثانية الأكثر تحقيقا عند المبحوثين، كانت إكتساب المعارف والمعلومات التي تميز الفرد عن الآخرين، والتي تنال إعجابهم وتقديرهم بنسبة 18.5 %، تليها حاجة تحقيق الذات بنسبة 17.4 %؛ إذ تعتبر حاجة فردية مهمة عند الأشخاص والمتعلقة دائما بكم

المعلومات المكتسبة من وسائل الإعلام بصفة عامة، والصحافة المكتوبة خاصة، حتى ينال الفرد التقدير من نفسه ومن الآخرين، ويكون قادرا على النصح والتوجيه والإرشاد.

وتحقيق فائدة الشعور بالإنتماء إلى المجتمع، لقيت إهتمام أفراد العينة بمجموع 46 فردا، أي ما يعادل 16.7 % لأن الفرد دائما يسعى إلى إكتساب المعلومات والمعرفة التي تدعم عضويته في الجماعة، حيث تستمر حاجته إلى ذلك لتجعله قريبا من الجماعة، يشاركها أفكارها وإهتماماتها وأهدافها وإتجاهاتها، وكذلك الشعور بالأمن والإستقرار كان ضمن أولويات المطالعة بنسبة 15.2%، فالمبحوثون يسعون إلى إكتساب المعلومات والمعرفة التي تجعلهم على علم بما يجري حولهم من وقائع وأحداث، في إطار البيئة التي يعيشون فيها، وعلى الرغم من أنها آخر الفوائد ترتيبا، إلا أن ذلك لا ينفي أهميتها عند الجمهور.

الجدول رقم 16: يبين مبررات تعرض أفراد العينة للصحف الورقية.

| النسبة % | التكرار | مبررات التعرض للصحف الورقية. |
|----------|---------|---|
| 28.3 | 78 | لأنني تعودت قراءة وتصفح الصحف الورقية ولا أستطيع الإستغناء عنها |
| 4.7 | 13 | لأنني أعد أرشيفا ورقيا لهذه الصحف أو بعض محتوياتها |
| 5.1 | 14 | لأن جهة العمل توفرها لي |
| 38.0 | 105 | لأن قراءتها أسهل وأفضل للعين |
| 23.9 | 66 | لأن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية |
| 100.0 | 276 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يظهر لنا من خلال الجدول رقم 16 ، أن نسبة 38 % من المبحوثين يرجعون المبرر الرئيسي لقراءة الصحف الورقية ، هو أن قراءة هذه الأخيرة أسهل للعين وذلك مقارنة بالصحف الإلكترونية ، وهو مبرر متعلق بجانب الصحة الفزيولوجية للفرد ، لأن من سلبيات الصحافة الإلكترونية هو عدم وضوح الرؤية لأن الجلوس أمام شاشة الحاسب الآلي غالبا ما يسبب إجهادا بصريا ؛ الأمر الذي لا يجبذه الكثير من الأفراد خاصة متقدمي السن ، ويولي ذلك التعود على قراءة الصحف المطبوعة من أهم المبررات الأساسية للمطالعة ، على الرغم من عدم مطالعتها عند غالبية المبحوثين بصفة مستمرة ، وهو ما ثبت في الأسئلة

السابقة من الدراسة، إلا أن الصحف الورقية دائما تمتاز بأنها من أكثر وسائل الإعلام التي تسمح للقاريء بالسيطرة على التعرض، كما تتيح له الفرصة لقراءة الرسالة الإعلامية أكثر من مرة، حيث أن التجارب تشير إلى أن المواد المعقدة يفضل تقديمها مطبوعة على تقديمها في أي وسيلة أخرى.

وصرحت نسبة 23.9% من هؤلاء المبحوثين بأن تعرضها للصحف الورقية حجته أن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية، وحقيقة أن بعض الصحف الإلكترونية جزائرية كانت أم عربية لا تنشر الأخبار الخاصة بالحوادث والجرائم على موقعها الإلكتروني على الشبكة، وأخرى كذلك لا تنشر بعض الأبواب مثل الإشهارات، أسواق السيارات، والعقارات... الخ.

وكان مبرر جهة العمل هي التي توفر الصحف الورقية، ومبرر إعداد الأرشيف الورقي آخر المبررين ترتيبا، وذلك بنسبتين متقاربتين 5.1% و 4.7% على التوالي، فهناك من يجد هذه الصحف متوفرة بالمجان دون تحمل تكلفة مطالعتها إلكترونيا، والبعض الآخر يعد أرشيفا لمواضيع معينة بداخل الصحيفة على الرغم من يسرها في الصحافة الإلكترونية، التي تمكن المستخدم من البحث في الأرشيف الإلكتروني، كما توفر خدمة البحث عن موضوعات معينة بسرعة تفوق الأسلوب التقليدي في البحث و إعداد الملفات.

الإستنتاج:

بتحليلنا للبيانات التي تم التوصل إليها خلال هذا المطلب يمكن أن نستنتج ما يلي:

تعتبر الدوافع و الحاجات الفردية من العوامل المحركة لعملية قراءة الصحف الورقية عند أفراد العينة، حيث أن الحصول على المعلومات هو الدافع الأساسي للتعرض إلى الصحافة المطبوعة بنسبة معتبرة عند المبحوثين، لكن دافع الإعلام هو الذي تصدر المرتبة الأولى و الذي يعكس مراقبة الأفراد المبحوثين للبيئة طبقا لدور ووظائف الصحافة الورقية كوسيلة إعلامية، في حين دافع الإمام بتفاصيل الوقائع تموقع في المركز الثاني و هو ما يوضح حاجة الأفراد المبحوثين إلى الشرح و التفسير اللذين يجدونه في هذا النوع من الوسائل الإعلامية، في المقابل التسلية ظهر كدافع مهم نوعا ما عند أفراد العينة، و الذي يرتبط بمدى حاجاتهم إلى قضاء الوقت، و الترفيه و الهروب من نظام الحياة اليومي، و الذي وجدوه حاضرا في الصحافة الورقية، في حين ظهر عدم نجاح هذه الصحف في مهمة توجيه الأفراد، بدليل إنخفاض مستوى إهتمام المبحوثين بالتعرض للصحافة الورقية بهدف المساعدة في تكوين آراء و مواقف.

و يطالع جمهور القراء " الصحافة الورقية" لتحقيق فائدة التواصل الإجتماعي كأول إهتمام يرغبون في إشباعه، حيث أن هذا الدافع يرتبط بالدرجة الأولى بالحاجات الفردية، كذلك من الدوافع الكامنة وراء إستعمال الصحف الورقية كمصدر للحصول على المعرفة و المعلومات، هو تعظيم المجتمع للأفراد و تقديرهم و في السياق ذاته تحقيق الذات و القدرة على تقديم النصح و التوجيه و الإرشاد للآخرين، و هو ما يكون دائما متعلقا بإكتساب المعلومات و التي يستمدّها المبحوثون من الصحافة.

يظهر من خلال النتائج الموضحة لمبررات تعرض المستجوبين للصحف الورقية إرتفاع من يطالعوها بدافع تحقيق الراحة و سلامة العين، فهم بذلك يقارنونها بصفة غير مباشرة مع نظيرتها اللاورقية، خاصة عند الأشخاص الذين يعانون ضعفا في البصر، و التي تزعجهم شاشة الحاسوب، و إن التعرض للصحف الورقية لا يكون دائما مخططا و ذو دافع، بمعنى أنه يحكمه السلوك التعودي بنسبة 28.3% ؛ و هو ما يناقض ما ذهب إليه أدبيات الإستخدامات و الإشباعات التي تفترض بأن عملية تعرض الجمهور لوسائل الإتصال واعية و عقلانية يسعى من خلالها لإشباع حاجات محددة إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الإستعمال هي الموجهة له.

إن الصحافة الورقية مصدر أساسي للمعرفة والأخبار ولتقديم تفاصيل الأحداث للعديد من المبحوثين، و أغلبيتهم يعتبرونها مقدمة لتفاصيل تغيب في باقي وسائل الإعلام الأخرى، و هو ما يدل أن الأفراد يعتمدون عليها كوسيلة أولى و تفاصيلها محتواها المقدم أولى أولياتهم، إضافة إلى الطريقة الشيقة التي يعتقدون أنها تعالج بها أحداثها، و هو ما يدل على حب جمهور القراء إلى الإستمتاع في التعرض، و هو راجع إلى القوالب و الأشكال المختلفة التي تكون حاضرة في أغلب الصحف الورقية نظرا إلى المساحة المتاحة.

بينما نجد مستوى الإهتمام ينخفض عند المعلومات المتخصصة والخدمات الأخرى، نظرا لأن معظم الصحف الجزائرية (الوطنية) هي صحف عادية تلم بمختلف الجوانب، نظرا لمخاطبتها كل المجتمع بلغة وسطى غير متخصصة عكس بعض البلدان الأجنبية الأخرى وحتى العربية التي تضع بعض الجرائد المتخصصة لجمهور متخصص.

الفصل السادس

الفصل السادس: دراسة تحليلية لإستخدامات وإشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك .

إنه من بين الدراسات التي إهتمت بنظرية الإستخدامات والإشباعات ،دراسة زيلمان التي أنجزت في الثمانينات ،حيث أنها أشارت إلى أن حالة الفرد ومزاجه هي الموجة له في إختيار وسائل الإعلام ،فالمثل يساعد على إختيار وسائل الإعلام،ويساعد على إختيار المحتوى المثير ،والتوتر يشجع على اختيار محتوى الإسترخاء ،وإن المحتوى نفسه يمكن أن يشبع حاجات مختلفة بالنسبة لأفراد متنوعين¹ ،فمن بين الإشباعات التي تحققت في الدراسات السابقة على مستوى إستخدام وسائل الإعلام المختلفة من بينها الصحافة الورقية والاذاعة المرئية والمسموعة... إلخ:الإعلام في محاولة الإطلاع على الأحداث والظروف الهامة في المحيط القريب ،إشباع الفضول والإهتمام العام،نيل بديل عن المرافقة في الحياة الحقيقية ،الهروب ،التسلي ،الإسترخاء ،الحصول على المتعة الثقافية والجمالية... إلخ، وفي هذا الفصل سوف نحاول بدورنا رصد أهم الدوافع والحاجات التي يسعى المبحوثون إلى إشباعها من خلال ممارسة عملية التصفح الإلكتروني للصحف ،محاولين بذلك القيام بعملية مقارنة غير مباشرة عن ما تحقق في القراءة الورقية وما تجسد تحقيقه إلكترونيا وذلك في المبحث الأول من هذا الفصل ،أما المبحث الثاني فخصصناه للربط بين الخصائص الديموغرافية لمجتمع الدراسة بأنماط ودوافع تعرضهم إلى كل من الوسيطتين التقليدية والحديثة وذلك بغية التعرف على مدى الارتباط والتحكم.

¹السعيد بومعيرة،أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ،دراسة إستطلاعية بمنطقة البلدية ،أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال،جامعة الجزائر ،سنة 2006،ص 67.

المبحث الأول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت والإشباعات

المتحققة من ذلك:

يمكن القول أن لا أحد يستطيع أن ينكر خطورة الثورة التكنولوجية وعمقها؛ تلك التي أحدثتها الأنترنت، في كثير من المجالات، ومن بينها ظاهرة الصحافة الإلكترونية، لذلك أصبح المطلب الخاص بدراسة مظاهر إستخدامها ضروريا، وكذلك تفسير حالة الرضا والإشباع عند الفرد المستخدم لها "الصحافة الإلكترونية" بإعتبار أن هذا التعرض سلوكا إتصاليا، يرتبط بما تحققه القراءة من دوافع أو حاجات.

وعليه سيتم التطرق في المطلب الأول إلى المحور الخاص بأنماط إستخدام أفراد العينة للصحافة الإلكترونية، بدراسة العادات والمظاهر السلوكية أثناء عملية الإستخدام، أما المطلب الثاني فسنحاول فيه عرض مظاهر إستخدام الصحف الفورية ومحتواها، لرصد مدى رضا الجمهور الجزائري من خلال العينة على مستوى أداء الصحف الإلكترونية، والإجابة عن السؤال لماذا يستخدم؟

المطلب الأول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية عند جمهور القراء.

وفيه سنحاول التطرق إلى سلوك المبحوثين وطبيعته أثناء تعرضهم إلى مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت، إضافة إلى معرفة مدى مشاركتهم في الأشكال التفاعلية، كذلك معرفة أسباب تجنب وعزوف البعض عن إستخدامهم لهذه الصحافة الفورية.

الجدول رقم 17: يبين مدى إستخدام أفراد العينة لشبكة الأنترنت.

| إستخدام شبكة الانترنت | التكرار | النسبة % | المتوسط الحسابي |
|-----------------------|---------|----------|-----------------|
| نعم | 286 | 92.2 | 1.08 |
| لا | 23 | 7.8 | |
| المجموع | 309 | 100.0 | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

من خلال الجدول رقم 17 يتضح أن 92.2 % من مجموع أفراد عينة البحث يستخدمون شبكة الأنترنت، والبالغ عددهم 286 ، بينما إنحصرت نسبة الذين نفوا إستخدام هذه الشبكة 7.8 % من مجموع المبحوثين، وهي نسبة منخفضة جدا مقارنة مع من صرحوا بإستخدامها، وهذا ما يبين زيادة إهتمام المبحوثين بهذه الشبكة نظرا للخدمة التي تقدمها لهم، سواء في المعرفة أو الترفيه... إلخ، وقد قدرت المتوسط الحسابي لهذا الإستخدام 1.08.

الجدول رقم 18: يبين كثافة إستخدام شبكة الأترنت.

| النسبة | التكرار | كثافة إستخدام الأترنت |
|--------|---------|-----------------------|
| 43.4 | 124 | كل يوم |
| 28.0 | 80 | عدة مرات في الأسبوع |
| 12.6 | 36 | مرة في الأسبوع |
| 16.1 | 46 | أقل من ذلك |
| 100.0 | 286 | المجموع |

المصدر:الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

سجلت الدراسة نسبة كثافة عالية لإستخدام المبحوثين شبكة الأترنت، حيث تبين لنا من خلال الجدول رقم 18 ، أن 43.4 % من أفراد العينة يدخلون على الشبكة كل يوم ، في حين جاء إستخدامها عدة مرات في الأسبوع في المرتبة الثانية بنسبة 28 % ، بينما جاء التجوال عبر الأترنت مرات نادرة في المرتبة الثالثة بنسبة 16.1 % ، وإنخفضت نسبة من يدخلون على شبكة الويب مرة واحدة فقط في الأسبوع ، ويتضح من ذلك أن جل المبحوثين يستخدمون الأترنت بشكل كثيف.

الجدول رقم 19: يبين مكان إستخدام الأترنت.

| النسبة % | التكرار | مكان إستخدام الأترنت |
|----------|---------|----------------------|
| 13.4% | 49 | في أماكن العمل |
| 15.3% | 56 | في مقاهي الأترنت |
| 55.6% | 203 | في المنزل |
| 15.6% | 57 | في المكتبات |
| 100% | 365 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتامدا على إستمارة البحث .

وبخصوص أماكن إستخدام شبكة الأترنت ،فقد ظهر من خلال نتائج الدراسة المبينة في الجدول رقم 19، أن 55.6 % من مجموع الأفراد يستعملون الأترنت في منازلهم ،وهو ما يتجاوز نصف أفراد العينة ،في مقابل 15.6 % ممن يستخدمونها في المكتبات و 15.3% ممن يستخدمونها في مقاهي الأترنت ،أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 13.4% ،فهي تمثل الأقلية التي تلجأ إلى إستخدامها في أماكن العمل ،وهو ما يثبت ضرورة وجود هذه الشبكة في الحياة المهنية في تيسير المعاملات وتسهيل الحصول على المعلومات المطلوبة ،وفي سهولة الإتصال ،وهذه النسب كلها وبالرغم من تباينها ،تؤكد على ضرورة وجود شبكة المعلومات الدولية في المجتمع المعاصر.

الجدول رقم 20: يبين مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة.

| النسبة % | التكرار | مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية |
|----------|---------|--------------------------------|
| 72.0 | 214 | نعم |
| 28.0 | 27 | لا |
| 100.0 | 286 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

يوضح الجدول رقم 20 توزيع نسب المطالعة الفعلية للجرائد المفضلة من خلال موقعها الإلكتروني على شبكة الأنترنت، بحيث وصلت نسبة الذين صرحوا بهذه المطالعة إلى 72% والبالغ عددهم 214 من مجموع أفراد العينة، بينما إنحصرت نسبة الذين أقروا عدم مطالعتهم لها 28 % ، وهذا ما يبين أن نسبة الذين يستخدمون الأنترنت والذين أكدوا تعرضهم للصحف الإلكترونية فاقت بكثير نسبة الفئة غير المستخدمة لهذا النوع من الصحف.

الجدول رقم 21: يبين مدى مطالعة جرائد إلكترونية أخرى عند الأفراد المبحوثين.

| النسبة % | العدد | مطالعة جرائد إلكترونية أخرى |
|----------|-------|-----------------------------|
| 59.79 | 171 | نعم |
| 40.2 | 115 | لا |
| 100.0 | 286 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتامدا على إستمارة البحث

وفي هذا الصدد، وفيما يتعلق بمطالعة الجرائد الأخرى على موقعها الإلكتروني عدا الجريدة المفضلة عند المبحوثين ، بلغت نسبة الذين أقرروا عدم الإكتفاء بجريدة واحدة ومطالعتهم لجرائد أخرى ب 59.79% بما يوافق 171 مفردة ، أما النسبة المتبقية والمقدرة ب 40.2% ، فليس لها على الإطلاق أي إقبال على الإنترنت بغية الإطلاع على الجرائد الأخرى ، ويمكن أن نفسر هذه النسبة والتي تقل عن النصف ، أن هؤلاء المبحوثين يستخدمون الأترنت لأغراض أخرى ويكتفون فقط بالإطلاع على جريدتهم المفضلة.

الجدول رقم 22: يبين طبيعة مطالعة الصحف الإلكترونية.

| النسبة % | العدد | طبيعة مطالعة الصحف الإلكترونية |
|----------|-------|--------------------------------|
| 28.5 | 61 | بإستمرار |
| 45.3 | 97 | أحيانا |
| 26.2 | 56 | نادرا |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتامادا على إستمارة البحث

وفيما يتعلق بطبيعة المطالعة للنسخ الإلكترونية، يتضح من خلال الجدول رقم 22 ، أن نسبة كبيرة من هؤلاء الأفراد 45.3 % يطالعون هذا النوع من الصحف " الصحافة الإلكترونية" ، من وقت لآخر ، وهو ما يدل على معرفة المبحوثين بوجود تلك المواقع على الشبكة ، وعلى إستخدامهم لها أحيانا، بينما نجد نسبة قليلة نوعا ما منهم يطالعونها بصفة مستمرة والتي قدرت ب 28.5 % ، أي ما يعادل 61 فردا، بينما يلاحظ أن بقية الأفراد يطالعون جرائدهم على شبكة الأنترنت في أوقات نادرة ، وكتعقيب على هذه النتائج يمكن القول بأن عملية المطالعة ، لم تتم في أوقات منتظمة ، بالنسبة لكل أفراد العينة المستخدمة لهذه الوسيلة اللاورقية، ويرجع ذلك إلى عدم تماثل نسبة إهتمامهم في هذه

هذه الكيفية ،وقد تؤثر درجة تعرضهم إلى وسيلة الإعلام التقليدية "الصحافة المكتوبة" على طبيعة وأنماط المطالعة الواقعة على شبكة الأنترنت.

الجدول رقم 23: يبين عادات تصفح أفراد العينة للجريدة الإلكترونية.

| النسبة % | التكرار | عادات تصفح الجريدة الإلكترونية |
|----------|---------|--|
| 40.2 | 86 | بعد الإطلاع على بعض المواقع الإلكترونية الأخرى |
| 33.2 | 71 | أثناء الإطلاع على بعض المواقع الإلكترونية الأخرى |
| 26.6 | 57 | قبل الإطلاع على بعض المواقع الإلكترونية الأخرى |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يبين الجدول رقم 23 الفترات الزمنية (الأوقات) التي يتم فيها تصفح الموقع الإلكتروني للجريدة المفضلة، بحيث نجد أن أكبر نسبة من مجموع الأفراد قامت بممارسة هذه العملية بعد الإطلاع على المواقع الإلكترونية الأخرى بـ 40.2 % ، بينما تمثل 33.2% نسبة الأفراد الذين يتصفحون الموقع الإلكتروني للجريدة المختارة أثناء الإطلاع على المواقع الإلكترونية الأخرى ، وتشكل فئة الأفراد الذين يلجؤون إلى مطالعة جرائدهم إلكترونيا قبل المرور إلى المواقع الإلكترونية الأخرى نسبة 26.6 % .

الجدول رقم 24: يبين أكثر الجرائد الإلكترونية تفضيلا عند أفراد العينة.

| النسبة % | التكرار | أكثر الجرائد الإلكترونية تفضيلا |
|----------|---------|---------------------------------|
| 69.6 | 149 | الصحف الإلكترونية الجزائرية |
| 22.0 | 47 | الصحف الإلكترونية العربية |
| 8.4 | 18 | الصحف الإلكترونية الأجنبية |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

أظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية الجزائرية، كانت أكثر الصحف الإلكترونية تفضيلا بنسبة 69.6%، تليها الصحف العربية بنسبة 22%، ثم الصحف الإلكترونية الأجنبية بنسبة 8.4%، وهو ما يوضحه الجدول رقم 24، ويرجع إرتفاع نسبة مقروئية الصحف الإلكترونية الجزائرية، إلى أن الصحافة الإلكترونية المحلية هي غالبا ما تجذب إهتمام المستخدمين بما تنشره من أخبار محلية، وخدمات إضافية، أما عن سبب إنخفاض نسبة تفضيل الصحف الإلكترونية الأجنبية، على الرغم من إحترافها في الإخراج الصحفي وطريقة عرضها مقارنة بالصحف الجزائرية؛ هو اللغة التي غالبا ما تشكل عائقا هاما لمستخدمي الإنترنت، والجدير بالإشارة، أن ما يقارب 80% من المعلومات المتواجدة على الشبكة تكون باللغة الإنجليزية، ولكن مع إنخفاض النسبة إلا أنها تدل على خاصية الصحافة الإلكترونية

المتمثلة في إنكسار القيود المكانية والتي تسهل على المستخدم الإطلاع على مختلف الصحف وفي أي رقعة جغرافية كانت.

الجدول رقم 25: يبين أهم المضامين المفضلة في الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة.

| لا أقرؤها | | أقرؤها أحيانا | | أقرؤها باستمرار | | مستوى التعرض |
|-----------|---------|---------------|---------|-----------------|---------|----------------------------|
| % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | المواضيع |
| 14.0 | 30 | 48.6 | 104 | 37.42 | 80 | المواضيع والأخبار السياسية |
| 55.6 | 119 | 35.0 | 75 | 9.30 | 20 | أخبار الإقتصاد والبورصة |
| 15.0 | 32 | 43.5 | 93 | 41.6 | 89 | المواضيع الثقافية والأدبية |
| 29 | 62 | 34.60 | 74 | 36.4 | 78 | المواضيع الرياضية |
| 22.5 | 49 | 42.5 | 91 | 34.6 | 74 | المواضيع الفنية |
| 24.8 | 53 | 45.8 | 98 | 29.4 | 63 | المواضيع المحلية |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على إستمارة البحث

أظهرت هذه الدراسة من خلال الجدول رقم 25، أن المواضيع الثقافية والأدبية مثلت أكثر مضامين الصحف الإلكترونية شعبية لدى المستخدمين، وذلك بنسبة 41.6%، ممن يحافظون على مطالعتها

بصفة مستمرة، و 43.5 % منهم من يتصفحونها من وقت إلى آخر، في حين 15 % فقط منهم لا يقبلون على قراءتها.

وبينت النتائج أن المواضيع والأخبار السياسية، جاءت في المركز الثاني من حيث تفضيلات المبحوثين المستخدمين للصحف الإلكترونية، حيث ذكر 37.4 % أنهم يحرصون على قراءتها بانتظام، ونسبة 48.6 % منهم ذكروا قراءتها أحيانا، في حين لم يذكر سوى 14 % عدم مطالعتها، ويتضح من ذلك أن المضمون الإخباري المتعلق بالأحداث والشؤون السياسية هو الأكثر تفضيلا، فالصحف الإلكترونية تمثل المصدر الرئيسي لمستخدمي الأنترنت، ففي حالة وقوع حدث مهم يتوجه المستخدمون إلى المواقع الإخبارية مباشرة على الشبكة، وفي مقدمتها مواقع الصحف الكبرى للحصول على المعلومات السياسية. وفي المرتبة الثالثة جاءت المواضيع الفنية حيث أن 34.6 % من المستخدمين يقرؤونها باستمرار، و 42.5 % يحرصون على قراءتها من حين لآخر، في حين 22.5 % منهم يعزفون عن قراءتها، ويوضح الجدول كذلك أن المواضيع الرياضية جاءت في المرتبة الرابعة، وينتظم في قراءتها 36.4 % من المستجوبين، ويقرؤها أحيانا 34.66 %، في حين ذكر 29 % أنهم لا يطلعون على مثل هذه المواضيع في الصحف الإلكترونية، ويلاحظ إرتفاع نسبة من يفضلون الموضوعات الرياضية إلى أنها تستحوذ على إهتمام قطاعات كبيرة من الجمهور، ولا تخلو صحيفة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة، بل أن أي صحيفة عندما تصدر، يعطي المشرفون لها إهتماما خاصا بالقسم الرياضي بهدف الحرص على أكبر قدر من التعرض.

وكشفت الدراسة في نتائجها عن تأخر المواضيع المحلية إلى المرتبة الخامسة، إذ يحرص على قراءتها 29.4 % بانتظام، و45.8 % يقرؤها أحيانا، في حين لا يقرؤها 24.8 %، وعلى الرغم من أن هذا النوع من المواضيع هو الأكثر إهتماما وشعبية لدى المستخدمين غالبا في الدراسات العلمية الأخرى، إلا أننا لمسنا غيابه في هذه النتائج، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أن المستخدمين لا زالوا يشعرون بعدم الرضا عما تقدمه الصحافة الإلكترونية الجزائرية من أخبار محلية، وبينت النتائج كذلك تأخر المواضيع الإقتصادية وأخبار البورصة إلى المركز السادس، ففقط 9.3 % من يحرص على قراءتها بصفة مستمرة، ونسبة 35% يطالعونها بانتظام، و 55.6 % لا يقرؤها، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الموضوعات الإقتصادية التي تتسم بالجدية والتخصص إلى حد كبير.

الجدول رقم 26: يبين فضاءات تفاعل أفراد العينة في الصحف الإلكترونية.

| لا أستخدمها | | أحيانا | | غالبا | | مستوى المشاركة |
|-------------|---------|--------|---------|-------|---------|-------------------|
| % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | التفاعلية |
| 76.16 | 163 | 17.75 | 38 | 6.07 | 13 | غرف الحوار |
| 55.14 | 118 | 27.10 | 58 | 17.75 | 38 | خدمة المراسل |
| 30.84 | 66 | 38.78 | 83 | 30.37 | 69 | البريد الإلكتروني |
| 74.76 | 160 | 20.56 | 44 | 4.67 | 10 | القوائم البريدية |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يشير مفهوم الجمهور النشط في هذا السياق إلى إستخدام شكل واحد أو أكثر من الأشكال التفاعلية التي تميز الصحف الإلكترونية عن مثيلتها الورقية، وقد بينت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال التفاعلية إستخداما من المبحوثين المستخدمين للصحافة الإلكترونية، كانت البريد الإلكتروني، الذي يتيح الموقع التابع للصحيفة بنسبة 69.15 %، حيث يحرص 30.37 % من المبحوثين على إستخدامه غالبا، ويستخدمه 38.78% أحيانا، في حين لا تستخدمه نسبة 30.84، وربما يرجع عزوف الفئة عن إستخدام هذا الشكل التفاعلي إلى أن هناك أماكن أخرى تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية

بإمكانيات ومساحات أكبر، بالإضافة إلى أن هناك بعض الصحف الإلكترونية من تشترط الإستفادة من هذه الخدمة الدخول على الخادم الخاص بموقع الصحيفة.

ويتبين من خلال الجدول رقم 26 ، أن خدمة المراسل جاءت في المركز الثاني بنسبة 44.85% منهم 17.75 % فقط من يحرصون على ممارسة هذه العملية ، و 27.10 % ممن يستخدمون هذه الخدمة في بعض الأحيان ، في حين 55.14 % من المبحوثين لا يستخدمون هذه الخدمة ، وهي نسبة تفوق نصف الأفراد المستخدمين .

كما دلت نتائج الدراسة قلة مشاركة المبحوثين في القوائم البريدية بنسبة 4.67% ممن يلجؤون الى إستخدامها في أغلب الأحيان، و 20.56 % منهم من يستخدمها أحيانا، في حين نسبة كبيرة من الجمهور المستخدم للصحافة الإلكترونية لا يعتمد عليها في الأصل بنسبة 74.76% .

وتبقى نسبة المشاركة وإستخدام المبحوثين لمساحات الحوار ضعيفة جدا، حيث قدرت ب 23.82%، منشطرة بين 6.07% منهم من يحرصون عليها في الغالب ، و 17.75% من يستخدمها أحيانا ، بينما تبقى نسبة 76.16 % لا تستخدم هذه الإمكانية ، ويرجع ذلك إلى أن كثيرا من مواقع الصحف الإلكترونية خاصة الجزائرية منها لا توفر هذه الأشكال لمستخدميها ، الأمر الذي يبين أنها لا تستفيد كليا من الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت .

وتؤكد هذه النتائج على أن مواقع الصحف الإلكترونية خاصة الجزائرية غير قادرة حتى الآن على إجتذاب أعداد كبيرة من القراء، الذين يفضلون مثل هذه الممارسات التكنولوجية التفاعلية على الشبكة.

الجدول رقم 27: يبين أسباب عدم قراءة الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت.

| النسبة % | التكرار | أسباب عدم قراءة الصحف الإلكترونية |
|----------|---------|--|
| 19.4 | 14 | لأنني لا أعرف مواقع هذه الصحف |
| 55.55 | 40 | لأن لا شيء أفضل من النسخة الورقية |
| 20.83 | 15 | للمواظبة على قراءة الصحف الورقية |
| 4.16 | 03 | لأن هناك مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية |
| 100.0 | 72 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

يظهر من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم 27، أن نسبة 28 % من الأفراد المبحوثين الذين يعزفون عن إستخدام الصحف الإلكترونية، على الرغم من إستخدامهم لشبكة الأنترنت، يرجعون المبرر الأول لعدم قراءة الصحف الإلكترونية إلى تفضيلهم المطلق للصحف الورقية، وذلك بنسبة تفوق النصف 55.55 %، بحيث أنهم يكتفون بقراءة النسخ المطبوعة ولعل السبب في ذلك حسب رأيهم هو أنه ليس هناك ما يميز الصحف الإلكترونية عن نظيرتها المطبوعة .

وذكر 20.83 % منهم بأنهم يرغبون في المواظبة على قراءة الصحف الورقية بحكم التعود عليها، وسهولة التعرض إليها، لذلك فهم يفضلون عدم الخلط بين هتين الوسيلتين، وعدم الإنقطاع عن عملية

القراءة الورقية، في حين كان إحصاء 19.4% منهم عن قراءة الصحف الإلكترونية، سببه عدم معرفتهم لمواقع هذه الصحف، في المقابل بينت النتائج أن نسبة ضعيفة منهم عللت أن عدم الإهتمام سببه وجود مواقع على الشبكة العنكبوتية أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية؛ الأمر الذي يشير إلى شدة المنافسة التي تلقاها الصحف الإلكترونية من المواقع الإتصالية الأخرى، بما يشير بدوره إلى إتساع أفق المنافسة.

الإستنتاج:

بعد تحليل البيانات الإحصائية التي وردت في الجداول البسيطة يمكن إستنتاج ما يلي:

إن الأنترنت بإعتبارها أحدث التقنيات الإتصالية، قد نجحت في جلب إهتمامات الجماهير وإستقطابهم، فقد أضحت تشكل ظاهرة فرضت نفسها على الوسائل الإعلامية و الإتصالية الأخرى، إلى درجة أكسبتها شعبية عالمية عالية، نظرا للمميزات الإستثنائية المتميزة بها، من تفاعلية ، سرعة و سهولة في الإستخدام ، و هو ما أكدته نتائج دراستنا و التي فاقت نسبة 90% ، من أفراد العينة، محل الدراسة.

إن التعرض لشبكة الأنترنت مرتفع عند جل الباحثين، و كثافة إستخدامه تكون بشكل يومي، أو مرات عديدة في الأسبوع، و هو ما يفسر مدى زيادة الإهتمام إتجاه هذه الوسيلة، نظرا للكم الهائل من المعلومات و المعارف، و شتى الأنواع ، صور، صوت فيديو (youtube) ، إضافة خدمات التواصل الإجتماعي من **face book** ، **Twitter** إلخ، كذلك البريد الإلكتروني و الدردشة، بصفة عامة "عملية إبحار" **Navigation** داخل الشبكة.

و على الرغم من إرتفاع تكلفتها، و التي تكون في أغلب الأحيان غير متاحة عند الجميع، إلا أن نسبة كبيرة من هؤلاء الباحثين، و التي فاقت النصف يلجؤون إلى إستخدام هذه الشبكة في منازلهم، أين يتسني لهم الإستفادة من مختلف الخدمات التي تتيحها بأكبر قدر ممكن، و في أي وقت أرادوا فيه ذلك، خاصة مع التطور التكنولوجي في الوسائل الإتصالية و تعدد المحامل الحديثة، و تقنية الجيل الثالث

(3G)، والجيل الرابع (4G)، كذلك ظهور اللوحات الإلكترونية، و الهاتف الذكي، و كلها لا تحتاج إلا إلى "wifi" بدون أن يوصل مع الحاسوب كما كان في السابق، و بذلك زاد يسر إستخدام هذه الشبكة، و تنوعت فيه كذلك أماكن إستخدامه ، و هو ما أطلق عليها (الشبكة) بلغة العصر.

يظهر من خلال إرتفاع نسبة إستخدام أفراد العينة لشبكة الأنترنت ، إرتفاعا كذلك في التعرض إلى الصحافة الإلكترونية الموجودة على هذه الشبكة، و هو ما يبين بأن المبحوثين يستخدمون شبكة الأنترنت بغرض مطالعة الصحف الإلكترونية، و في الوقت ذاته يشير هذا التعرض إلى إرتفاع مستوى إهتمام هؤلاء الأفراد بهذا النوع من الصحف اللاورقية.

وأوضحت الدراسة أن غالبية المبحوثين ، لا يكتفون بمطالعة جريدتهم المفضلة فقط إلكترونيا بل يلجؤون إلى تصفح جرائد إلكترونية أخرى على الشبكة، الأمر الذي يبرز مدى إهتمام الفئة المستخدمة بمحتوى الصحيفة الإلكترونية ، و هو ما يتفق مع كثير من الدراسات التي أثبتت أن مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر مواقع الأنترنت تفضيلا، لا يسبقها في ذلك سوى إستخدام البريد الإلكتروني من قبل المستخدمين على الشبكة، و يمكن أن نفسر نسبة الأفراد الذين لا يتعرضون إلى مطالعة جرائد أخرى إلكترونيا، بأنهم يستخدمون شبكة الأنترنت لأغراض أخرى، و يكتفون فقط بالإطلاع على جريدتهم المفضلة.

تمارس عملية القراءة الصحفية للجرائد إلكترونيا عند معظم المبحوثين بصفة غير منتظمة ،عكس تعرضهم إلى الصحف الورقية و الذي تميز بالإستمرارية و بشكل يومي ، و هذا التباين في التعرض إلى

الصحافة الإلكترونية يعكس مستوى إهتمامهم بها، و قد تؤثر درجة تعرضهم إلى وسيلة الإعلام التقليدية "الصحافة المكتوبة" على طبيعة و أنماط المطالعة الواقعة على شبكة الأنترنت.

لقد تباينت آراء أفراد عينة الدراسة، و تفاوتت درجة إهتماماتهم فيما يخص نمط تصفح الجريدة الإلكترونية، فمنهم من يقوم بالإطلاع عليها وقت تصفحه للمواقع الإلكترونية الأخرى، و هو ما يدل على قلة الإهتمام ، أو الإحاطة بالمادة الإعلامية الإلكترونية للجريدة، بشكل جدي، و قد يكون الإهتمام بتصفح المواقع الأخرى أكبر من تصفح موقع الجريدة، و أغلبية الباحثين يلجؤون إلى مطالعة صحيفتهم الإلكترونية بعد الإنتهاء من تصفح المواقع الأخرى، و هو ما يشير إلى قلة الإهتمام عند هؤلاء الباحثين و ضعف رغبتهم في تتبع الأحداث و ترقب المستجدات ، بالرغم من أن لها دورا فعالا في توصيل المعلومات و خدمة القضايا المختلفة بأسرع وقت ممكن ، و هو ما يبين عدم وضوح الرؤية لدى الكثير من الباحثين عن الصحافة الإلكترونية ، في مقابل ذلك تهتم فئة قليلة بمطالعة جريدتها المفضلة، و التي تتم قبل التوجه إلى الإطلاع على المواقع الأخرى، و نفسر ذلك أن مطالعة الجريدة إلكترونيا تحتل الأولوية الأولى عندهم و هي ما تمثل محور إنشغالهم، حيث أن إستخدام شبكة الأنترنت يكون لغرض أولي، و هو تحمسهم لمطالعة صحفهم إلكترونيا، حيث أن الخبر يأتي إليهم بكل تفاصيله الصوتية و المرئية و ذلك عكس رقابة الصحف المطبوعة و التي تعتمد على المتن و بعض الصور فقط.

كشفت نتائج دراسة جمهور المستخدمين للصحف الإلكترونية ، أن الصحف الإلكترونية

الجزائرية كانت أكثر تفضيلا لديهم عن الصحف الإلكترونية العربية و الأجنبية، و يرجع السبب في

ذلك لأهمية الأخبار المحلية لدى المستخدمين و هي ما تقل نسبة تواجدها في كل من الصحف الإلكترونية العربية و الأجنبية، و كذلك الصعوبات اللغوية فيما يتعلق بالصحف الأجنبية ، على الرغم من تمتعها بجودة عالية في الشكل و المحتوى مقارنة ببقية الصحف العربية و كذا الجزائرية، و لكن في المقابل بالرغم من إنخفاض نسبة التعرض للجرائد الإلكترونية العربية و الأجنبية، إلا أنه يدل على دراية المبحوثين و إستيعابهم لخاصية الصحافة الإلكترونية، المتمثلة في إنكسار القيود المكانية، و التي تسهل للمستخدم ، و تمنح له فرصة الإطلاع على مختلف الصحف، و في أي رقعة جغرافية كانت.

أظهرت نتائج الدراسة أن مفهوم المشاركة النشطة من مستخدمي الصحافة الإلكترونية ظهر بشكل واضح أثناء مشاركتهم في البريد الإلكتروني، و خدمة المراسل(إجراء حوار مباشر مع أحد الأشخاص على موقع الصحيفة) الذي توفره مواقع الصحف الإلكترونية لمستخدميها، و قل هذا النشاط و الإيجابية في أشكال تفاعلية أخرى، كالمشاركة في غرف الحوار، و القوائم البريدية، و هو ما يشير بشكل أو بآخر ، إلى أن الصحف الإلكترونية الجزائرية لا توفر كثيرا من الأشكال التفاعلية التي تميز شبكة الأنترنت لمستخدميها، و لا تستفيد من الإمكانيات التفاعلية المتعددة التي تتيحها الشبكة من جهة، و من جهة أخرى يلمس تقصيرا من طرف المبحوثين لقلة إهتماماتهم ، أو مستوى ثقافتهم لمعطيات الصحافة الإلكترونية ، فإشباع الحاجات يكون حاضرا لديهم، لكن في أماكن أخرى على الشبكة، بهدف الدردشة ، و بناء علاقات إجتماعية بالدرجة الأولى.

إن الأفراد غير المتصفحين للجرائد الإلكترونية على الرغم من إستخدامهم شبكة الأنترنت، وكما يتضح يعتمدون بالدرجة الأولى على النسخ الورقية، للحصول على المعلومات و الأخبار التي تثير إهتماماتهم و إنشغالهم، بحيث يرون أن لا شيء يضاهي قيمة و أفضلية الصحف الورقية بنسبة فاقت النصف، و كذلك عدم التعرض الإلكتروني للصحف كان عمديا بغية الحفاظ و المواظبة على قراءة الصحف ورقيا عند المبحوثين، في حين عدم معرفة مواقع الصحف الإلكترونية، ووجود مواقع أفضل من مواقع الصحف كانت في آخر المراتب، و لكن في ذات الوقت مؤشر على عدم نجاح الصحافة الإلكترونية بمواقعها على الشبكة على اجتذاب هذه الفئة العازفة عن التعرض ، و هو ما يتطلب تفكيراً في تحسين الأداء و إستراتيجيات لتقوية العلاقة بين المستخدم و القائم بالاتصال بصفة عامة.

المطلب الثاني: مظاهر الرضا والإشباع المتحققة لدى أفراد العينة من إستخدامهم للصحف الإلكترونية .

وفيه سندرج أسباب لجوء أفراد العينة للإطلاع على الصحيفة الإلكترونية على شبكة الأنترنترنت، وكذا الدوافع والفوائد المحققة لديهم من هذه الممارسة، إضافة إلى محاولة معرفة موقع الصحف الورقية في ظل التطور التكنولوجي وعلى رأسها الصحافة الإلكترونية.

الجدول رقم 28: يبين سبب مطالعة الجريدة الإلكترونية على شبكة الأنترنترنت.

| النسبة % | التكرار | سبب مطالعة الجريدة الإلكترونية |
|----------|---------|--|
| 7.2 | 37 | نفاذ النسخ الورقية في أماكن البيع |
| 17.8 | 38 | تفضيلك للنسخة الإلكترونية على النسخة الورقية |
| 52.33 | 112 | ربح الوقت |
| 12.61 | 27 | ربح المال |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتماداً على إستمارة البحث

تشير نتائج الجدول رقم 28 إلى أن الدافع الرئيسي وراء التعرض للصحيفة الإلكترونية عند المبحوثين يتمثل في ربح الوقت، وذلك بنسبة 52.33%، وهي الخاصية التي تتميز بها الجريدة الإلكترونية

بحيث تتيح للمستخدمين إمكانية إرسالها، وبالتالي تعرض للقارئ طوال اليوم، بدلا من إنتظارها يوما كاملا للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية، وفي مقابل ذلك صرح بعض المبحوثين بأن المطالعة الإلكترونية كانت نتيجة تعذر حصولهم على النسخة الورقية للجريدة نظرا لنفاذها في أماكن البيع بنسبة 17.2%، وفي مقابل ذلك أقر 17.8% بتفضيل النسخة الإلكترونية على الورقية، ويمكن أن يكون سبب ذلك سهولة الإطلاع على الصحف إلكترونيا، أو القدرة على التفاعل والإتصال مع محرري الجريدة، في حين 12.61% من أفراد العينة أنسبوا إلى دافع ربح المال، نظرا للفرق بين مطالعة الجريدة المطبوعة التي يشتريها القارئ من الأكشاك في أغلب الأحيان، والصحيفة الإلكترونية التي تعرض للقارئ بالمجان بمجرد توفر خدمة الأنترنت.

الجدول رقم 29: يبين دوافع قراءة الصحف الإلكترونية .

| النسبة | التكرار | دوافع قراءة الصحف الإلكترونية |
|--------|---------|--|
| 25.2 | 54 | لأنني لا بد أن أساير تكنولوجيا العصر |
| 8.4 | 18 | لأنها لا تكلفني الكثير من المال حتى أنتهي من قراءتها |
| 15.0 | 32 | لأنها تمثل لي بديلا سهلا للصحف التقليدية |
| 27.6 | 59 | لأنها تمدني بأحدث وأهم الأخبار بشكل فوري |
| 19.6 | 42 | لأنني أتمكن من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق |
| 1.9 | 4 | لأنها تفيديني في مجالي |
| 2.3 | 5 | لأنني لا أقرأ الصحف المطبوعة على الورق |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

من خلال السؤال رقم 29 ،الذي طرح على أفراد العينة المستخدمة للصحافة الإلكترونية ،والذي كنا نهدف من خلاله التعرف على مبررات تعرضهم لهذه الصحف ،جاءت نتائجه لتؤكد على أن الفورية في إمدادهم بالأخبار والمعلومات هي أولى الدوافع بنسبة 27.6 %؛ الأمر الذي يؤكد أهمية سمة الآنية

والفورية في هذا النوع من الصحف ،في إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت،خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم ،وهو المتغير الذي يغيب في الصحف الورقية نظرا للتكلفة العالية وصعوبات التوزيع.

ومسايرة تكنولوجيا العصر، هو السبب الثاني في نظر المبحوثين لإستخدامهم الصحف الإلكترونية ،خاصة ونحن نعيش في عصر السرعة ،والتطورات المستمرة في تكنولوجيايات الإعلام والاتصال لذلك فهم يرون في تبني هذا السلوك الإتصالي تميزا ،وتمتعا بروح التجديد ومعاصرة الإبتكارات الحديثة وذلك بنسبة 25.2% . .

وجاءت في المرتبة الثالثة تمكن المستخدمين من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق وذلك بنسبة 19.6% ، حيث يستطيع قراءتها وتصفحها قبل أن تكون متاحة في الأسواق ،خاصة الذين يصعب عليهم الوصول إلى أكشاك البيع بسبب بعدهم عن هذه الاخيرة .

كما أن أحد أهم المبررات التي صرح بها بعض المبحوثين لقراءة الصحف الإلكترونية تمثلت في كونها بديلا سهلا للصحف التقليدية بنسبة 15% ،نظرا لسهولة العملية الإلكترونية كونها لا تتطلب إلا دراية بسيطة بتقنيات إستخدام الأنترنت ومواقع الصحف ،دون أن يكلفهم ذلك الكثير من الجهد والمال ،في المقابل جاءت ثلاثة مبررات أخرى دفعتهم إلى التعرض للصحف الإلكترونية ،والمتمثلة في عدم تكليف الكثير من المال للإنتهاء من القراءة بنسبة 8.4% ،و 2.3% لمن لا يقرؤون الصحف المطبوعة في الأصل ،ونسبة 1.9% لمن يعتقدون أنها تفيدهم في مجالهم .

الجدول رقم 30: يبين مدى رضا أفراد العينة على مستوى أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية.

| لا رأي لي | | غير موافق على الإطلاق | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | الرضا |
|-----------|---------|-----------------------|---------|-----------|---------|-------|---------|------------|---------|--|
| % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | المهام |
| 12,1 | 26 | 5.1 | 11 | 19.2 | 41 | 52.8 | 113 | 10.7 | 23 | تلبي كافة إحتياجاتي الصحفية |
| 10.7 | 23 | 9 | 2 | 12.6 | 27 | 52.3 | 112 | 23.4 | 50 | يزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها |
| 8.9 | 9 | 7.0 | 15 | 15.0 | 32 | 49.1 | 105 | 20.1 | 43 | أكتسب منها مهارات جديدة |
| 9.3 | 20 | 5.6 | 12 | 9.8 | 21 | 55.6 | 119 | 19.6 | 42 | وسيلة جديدة من وسائل التسلية والإمتاع. |

المصدر:الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

من خلال الجدول رقم 30 ، يتضح أن الإشباعات الأكثر تحقيقا عند جمهور القراء في الجزائر من خلال العينة التي تقرأ الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت ، كانت بصفتها وسيلة جديدة من وسائل التسلية والإمتاع ، حيث وافق على ذلك 75.2% من المبحوثين ، منهم 19.6% أكدوا موافقتهم بشدة و 55.6% صرحوا بموافقتهم على هذا الدافع، في حين إعترض عليه 9.8 فقط ، وإعترض عليه بشدة 5.6% ، في المقابل 9.3% من المبحوثين إكتفوا بعدم إبداء رأيهم في هذه المسألة ، وتؤكد هذه النتيجة على أهمية التسلية التي بنيت عليها نظرية الإستخدامات والإشباعات والتي أكد فيها كاتز وزملاءه على حاجة تخفيف التوثر للهروب من الضغوطات الخارجية من خلال التعرض لوسائل الإعلام "الصحافة الإلكترونية" .

وبخصوص الإشباع الثاني الذي يتحقق لدى المبحوثين فقد تمثل في تزويدها بالأخبار والتحليلات التي يريدونها بنسبة 75.7 % ، بين موافق بشدة حوالي 50 مفردة بنسبة 23.4 % ، وموافق بنسبة 52.3 % ، في حين عبر البعض عن إعتراضهم بنسبة 12.6% ، وعدم موافقتهم على الإطلاق بنسبة 9% ، و 10.7% منهم لم يحددوا رأيهم في ذلك؛ وتؤكد هذه المرتبة من الإشباعات على قيمة تحقيق الإشباعات المعرفية لدى المبحوثين وطبقا لمدخل الإستخدامات والإشباعات التي بنيت عليها الدراسة، في الحاجة إلى إكتساب المعلومات ، الأخبار ، معرفة مختلف زوايا المواضيع وفهمها فهما صحيحا، أما تلبية كافة الإحتياجات الصحفية، فقد جاءت في المركز الرابع وذلك بنسبة 63.5% ، بين موافق وموافق بشدة بنسبة 52.8% و 10.7% على التوالي ، أما هؤلاء الذين إعترضوا على هذه الخاصية فكانت نسبة 19.2% غير موافقة على ذلك ، و 5.1% غير موافقة على الإطلاق

،في حين 12.1% لم يقدموا رأيهم ،وهذه النتيجة جاءت للتوافق مع وظائف وسائل الإتصال والصحافة الإلكترونية بصفة خاصة التي حددها الكثير من المختصين، كما تشير نتيجة الدراسة من خلال هذا السؤال المطروح، أن إكتساب مهارات جديدة من الصحافة الإلكترونية كانت كذلك ضمن أولويات التعرض لها،على الرغم من تمركزها في المرتبة الثالثة،حيث أن نسبة 69.2% من المبحوثين أكدوا هذا الإشباع بين 20.1% منهم ذكروا موافقتهم الشديدة ،و49.1% صرحوا موافقتهم كذلك ،و تبقى نسبة 15% من عارضوا هذا الإشباع،في مقابل 7% من نفوه إطلاقا ،وإلتزم 8.9% الحياد حيال ذلك.

فكون أن الصحافة الإلكترونية من الوسائل الإعلامية الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى ،وكونها تنشر عبر شبكة المعلومات الدولية فهذا بجذ ذاته يكسب المستخدم مهارات في التعامل ،وفي الوقت ذاته تكسبه مهارات أخرى جديدة لم يعهدها في الصحيفة التقليدية ،من مهارة في التحميل ،التخزين والإسترجاع وقت ما يرغب في ذلك،إضافة الى خاصية التفاعلية من مهارة في التواصل مع المحررين وإبداء الآراء....الخ،ولكن في مقابل ذلك لا زالت الصحافة الإلكترونية خاصة الجزائرية منها تحتاج الى تميز في جلب أكبر قدر من المستخدمين وتحسين مستوى أدائها ،حتى لا تكون فقط نسخة طبق الأصل من نظيرتها الورقية.

الجدول رقم 31: يبين الفوائد التي يحققها الدخول على مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت.

| النسبة % | التكرار | الفوائد المحققة |
|----------|---------|---|
| 22.53 | 87 | تنمية مهارات المناقشة والحوار وطرح الآراء |
| 32.38 | 125 | تنمية قدرات البحث عن المعلومات |
| 11.39 | 44 | تكوين صداقات متعددة في مختلف أنحاء العالم |
| 16.06 | 62 | توفر لي خاصية التفاعلية |
| 3.62 | 14 | أتمتع بفيديوات إخراجها |
| 14 | 54 | تشغل وقت فراغي |
| 100 | 386 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

جاءت نتائج الجدول رقم 31، لتؤكد أن الصحافة الإلكترونية تتيح لمستخدميها عدة فوائد بشكل متباين، حيث أن فائدة تنمية قدرات البحث عن المعلومات إحتلت المرتبة الأولى، وذلك بنسبة 32.38 %، في مهارات التعامل مع المواقع الصحفية، ومهارات التعامل مع المنشور عليها، خاصة مع شكل

الصحافة الإلكترونية من تقنية النص الفائق، والمليميديا، حيث أن المستخدم يجد المعلومة مكتوبة ومصورة ومسموعة.... إلخ، أما تنمية مهارات المناقشة والحوار وطرح الآراء، فقد قدرت بنسبة 22.53 %، فالمناقشة عبر الندوات ومجموعات المناقشة على الشبكة من أهم الفوائد التي تتحقق للمبحوثين من إستخدام مواقع الصحف الإلكترونية على الشبكة .

وفي السياق ذاته كانت التفاعلية من الخصائص الأساسية التي يستفيد منها المبحوثون بنسبة 16.06%، وذلك لما يتاح لهم عبر مختلف الأشكال، من غرف الحوار، الإستفتاءات البريدية، خدمة المراسل والبريد الإلكتروني، من إمكانية لتغيير نمط العملية الإتصالية، والمشاركة في صناعة الخبر، وإبداء الآراء، كذلك تقديم مواطن القوة ومواطن الضعف... إلخ، وفي مختلف الصحف سواء محلية أو عربية أو عالمية .

أما شغل وقت الفراغ فقد تركز في الموقع الرابع بنسبة 14 %، وتكوين صداقات متعددة كذلك كانت من الفوائد التي يحققها التعامل مع إمكانيات الصحافة الإلكترونية بنسبة 11.39%، لتبقى خاصية فنيات الإخراج آخر أولويات المبحوثين فائدة بنسبة 3.62% . . .

الجدول رقم 32: يبين تأثير تصفح الصحف الإلكترونية على قراءة الصحف الورقية.

| النسبة % | التكرار | تأثير تصفح الصحف الإلكترونية |
|----------|---------|---|
| 13.6 | 29 | أنهى إعتماذي تماما على الصحف الورقية |
| 23.9 | 51 | قلل إعتماذي على الصحف الورقية بشكل كبير |
| 23.9 | 51 | قلل إعتماذي على الصحف الورقية إلى حد ما |
| 39.0 | 83 | لم يؤثر إطلاقا على قراءتي للصحف الورقية |
| 100.0 | 214 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتماذا على إستمارة البحث

فيما يخص هذا السؤال الذي يهدف رصد تأثير الصحف الإلكترونية على مقروئية الصحف الورقية ،يتبين لنا من خلال الجدول رقم 32 ، أن 39% من المبحوثين صرحوا بأن تصفحهم للصحف الإلكترونية لم يؤثر على الإطلاق على قراءتهم للصحف المطبوعة ،وهو مؤشر على مكانة الصحافة الورقية في المجتمع الجزائري ،وعلى الرغم من بروز الصحف الإلكترونية بما تميزت به ،إلا انها لم تستطع أخذ مكان الصحافة التقليدية حسب رأي المبحوثين .

في حين أكد 23.9 % من الجمهور أن تصفحهم للصحف الفورية قلل إعتماذهم على الصحف الورقية الى بشكل كبير ، نظرا للتطورات الحديثة، والإستعانة بالصوت والصورة في معالجة الأحداث مع

الحرص على تقديم معلومات أكثر دقة، وبالنسبة ذاتها 23.9 % ترى فئة من المبحوثين أن هذا الاستخدام الإلكتروني للصحف قلل الإعتماد على النسخ الورقية إلى حد ما .

أما المبحوثون الذين أنهموا تعاملهم وإعتمادهم على الصحافة الورقية، فقد كانت نسبتهم 13.6 % من مجموع أفراد العينة المستخدمة للصحافة الإلكترونية، وعلى الرغم من إنخفاضها مقارنة بباقي النسب، إلا أن هذا يعتبر مؤشرا خطيرا على وضعية الصحف المطبوعة على المدى البعيد والتي تتطلب إعادة النظر في شكل تقديمها والتحسين من مستوى أدائها المهني.

الإستنتاج:

من خلال التحليلات السابقة للجداول البسيطة يمكن أن نستنتج ما يلي:

تعتبر الصحافة الإلكترونية وسيطا هاما لإستيقاء ، و نقل الأخبار و المعلومات لمختلف شرائح المجتمع، و هذا ما تبين من خلال الدراسة التي أجريت على مجتمع البحث، وعلى الرغم من إختلاف الكيفية و النمط الذي تستخدم فيه الصحافة الإلكترونية ، إلا أنها تشكل فضاء ثقافيا محوريا لديهم، و قد جاءت إجابات المبحوثين على السؤال المتعلق بالأسباب التي كانت وراء مطالعة الجريدة إلكترونيا أن نسبة مرتفعة منهم ترى بأن السبب الكامن وراء هذا الإستخدام يتمثل في ربح الوقت بالدرجة الأولى، و هو ما يفسر بأن سمة الفورية و الآنية في إمداد المبحوثين بالأخبار و المعلومات هو من ضاعف الإقبال الإلكتروني خاصة، و نحن نعيش في عصر التكنولوجيا و عصر السرعة، و التدقق المعلوماتي، إضافة إلى إمكانيات مطالعة أي صنف من الجرائد في وقت واحد و بسرعة، حيث أن من الخصائص الإتصالية المتميزة للصحافة اللاورقية هو سهولة و سرعة تحميلها، بالإضافة إلى تقديمها للملخصات تتوافق و خصوصياتهم، كما أنها تتيح لمستخدميها النفاذ المباشر لمراكز المعلومات الصحافية إذا ما أرادوا الإستزادة من معارف حول المواضيع المنشورة، و التي تزيد من تفاعل الفرد مع جريدته، مع إمكانية إطلاعهم على الأرشيف الإلكتروني للصحف الإلكترونية الرقمية للأعداد السابقة منها، بشكل أسرع و أسهل من خلال البيانات الخاصة بالجريدة، مع البحث فيها بكل سرعة، و ربما يكون هذا هو السبب في النسب التي أظهرتها النتائج الأخرى و التي تفضل فيها النسخة الإلكترونية على النسخة الورقية من طرف المبحوثين، و يمكن أن تتوصل إلى أن هذا التفضيل مرده أن هؤلاء الأشخاص مرتبطين

أصلا بالعالم الإلكتروني "الأنترنت" و بالتالي فالمطالعة الإلكترونية للصحف تنبع من جدول إهتماماتهم، أما ما يرتبط بالنسبة الأخرى التي تصدرت المرتبة الثالثة و المتعلقة بأن السبب هو نفاذ النسخ الورقية في أماكن البيع فهذا مفاده أن هذا النفاذ مؤشر على إستهلاك النسخ الورقية من قبل جمهور المبحوثين من جهة، و من جهة أخرى هذا العجز ساعد الصحافة الإلكترونية في جلب جمهور الصحافة الورقية. إن الطريق السريع للمعلومات الذي تتميز به الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، من أقوى الدوافع قراءة من قبل المبحوثين، و هو ما يؤكد السؤال الذي سبقه، حيث أن الوقت أضحي ضروريا جداً عند الجيل المتمرس على إستخدام التكنولوجيا و يعتبر أحد مقومات هذا النوع من الصحف ، و الذي يعني مدى السرعة التي يتم بها إرسال الأخبار و المعلومات للمستقبل، و كذلك في الوقت الذي يستغرق فيه المستخدم في البحث عن المعلومة، ووقت التحميل المستغرق في تحميل المحتوى المعروض على موقع الصحيفة الإلكترونية، و بينت الدراسة كذلك أنه من الدوافع التي يسعى المبحوثين إشباعها في إستخدامهم للصحف إلكترونيا، هو ضرورة مسايرة تكنولوجيا العصر، و ما يحمله من تطور، حيث أنهم يشعرون بإستخدامهم لهذه الوسيلة المستحدثة بنوع من التميز و التمتع بروح التجديد، و القدرة على مسايرة الإبتكارات الحديثة، إضافة إلى أنها تمثل لديهم بديلا سهلا للصحف الورقية وهو ما تبين من خلال السؤال ذاته.

يبحث أفراد العينة في إستخدامهم للصحف بصفة رئيسية عن إشباع الحاجات الترفيهية ، وهو ما أكدته النتائج ، و هو كذلك ما أكدته نظرية الإستخدامات و الإشباعات، في حاجة تخفيف

التوتر للهروب من الضغوطات الخارجية، على الرغم من إنتشار عدة مواقع على شبكة المعلومات الدولية التي توفر للمستخدمين التسلية و الترفيه، أحسن مما توفره الصحافة الإلكترونية ، و نظرا لأهمية الترفيه الذي يعد أحد الأهداف الرئيسية للإتصال لجأت بعض المواقع الصحفية العالمية إلى التركيز على هذا العنصر الذي يهم الشباب بصفة رئيسية، إلى تقسيم محتوى ترفيهي أكثر، حيث قامت بعض المواقع بإعادة تصميمها، لتضمن تصميمها الجديد تغطية موضوعات التسلية و الترفيه، و إستعراض الأندية التي يمكن أن يقصدها الشباب، و الهدف من ذلك كله هو جذب القراء من الشباب، و قد حاولت بعض المواقع أن تجذب القراء الأصغر سنا بتقديم الألعاب¹ ، كما أن من أهم الإشباعات التي تحققت لدى المبحوثين من إستخدام الصحف الإلكترونية تمثلت في إشباع الحاجات المعرفية في تزويدهم بالأخبار و المعلومات و معرفة مختلف زوايا المواضيع و فهمها فهما صحيحا.

في المقابل؛ إكتساب مهارات جديدة، تلبية كافة الإحتياجات الصحفية، كانتا ضمن الإشباعات المتحققة لدى المبحوثين لكن بنسب متباينة و منخفضة مقارنة مع الإشباعات الأخرى، و هو ما يوضح أن هذا النوع الجديد من الصحف خاصة في الجزائر لا يزال يحتاج إلى تميز في جلب أكبر عدد من المستخدمين، و في إشباع الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، و التي وجدها غائبة عند بقية الوسائل الإعلامية الأخرى و خصوصا الصحافة التقليدية (الورقية).

¹ شريف درويش اللبان، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سبق ذكره، ص، ص94،95.

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فوائد عدة حققتها الصحافة الإلكترونية للمبحوثين، حيث أنها إستطاعت تنمية قدرات البحث عن المعلومات لديهم، بالدرجة الأولى، و كذلك حققت لديهم إستغلال خاصية التفاعلية و تنمية مهارات المناقشة و الحوار و طرح الآراء، و نظرا لأهمية هذا العنصر سلط "ميلسون" الضوء على تفاعلية الصحافة الإلكترونية من خلال تقديم بعض النماذج لطرق وأساليب التفاعل بقوله "يستطيع القراء و المشاركون الإستجابة اللحظية للمادة المقدمة من الصحفي الإلكتروني للمحرر، و هو ما يشبه الخطاب التقليدي للمحرر في الإصدارات المطبوعة، و يمكن للصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية أن يستفيدوا من المناقشات التي تتيح للقراء الإستجابة اللحظية لموضوع ما، و للتعليقات من القراء الآخرين، فيما يشبه أسلوب النقاش على اللوحات الإخبارية، ويمكن الوصول إليها في أي وقت، كما يمكن للقراء أن يصبحوا مشاركين في خلق البيئة التحريرية، حيث يساهمون في إقترح، ما يتم تغطيته ، أو الموضوعات التي يمكن أن يعالجها الكاتب في مقالاته.¹

فالمناقشة عبر الندوات و مجموعات المناقشة عبر الشبكة من أهم الفوائد المتحققة، إضافة إلى غرف الحوار، الإستفتاءات البريدية، خدمة المراسل و البريد الإلكتروني هي من الإمكانيات التفاعلية المتاحة في أغلب الصحف الإلكترونية، الوطنية، العربية و العالمية منها، و لكن على العموم يلاحظ بأن هذا الشكل التفاعلي لا زال غير مستخدم عند عدد من المبحوثين، إضافة إلى أن بعض السمات

¹ المرجع نفسه، ص96.

التفاعلية لا زالت غير منتشرة على مواقع الصحف الجزائرية، لتبقي الجمالية، و الإبداع ، و الفن الإخراجي الصحفي آخر الإشباعات المحققة لدى المبحوثين.

هذا التأثير المحدود لا يقطع بأن يظل على هذا القدر من التأثير في المستقبل، خاصة مع زيادة إنتشار تكنولوجيا الإتصال وكذلك التحولات التي يشهدها العالم في مجال التقنيات الحديثة و المحامل الإلكترونية المتطورة في زيادة لتدفق الأنترنت، و تحسين نوعية الصحافة الإلكترونية شكلا و مضمونا.

و في المرتبة الأخيرة أفادت نسبة تفوق 10% من المبحوثين عن إحجامها المطلق لقراءة الصحف الورقية، بعد تعرضها للصحافة الإلكترونية، و يمكن أن يعود السبب في ذلك إلى المزايا، و الإمكانيات المتاحة على الصحافة الإلكترونية و التي تكون أفضل من نظيرتها الورقية، أو عدم إمتلاكهم الوقت لشراء و مطالعة الصحف الورقية فإستبدلت بالإلكترونية.

تبقي درجة إهتمام جمهور الصحافة الإلكترونية متفاوتة حسب ميولاتهم و رغباتهم، و لكن الأفراد و كما يتضح من خلال السؤال الذي يهدف رصد تأثير التصفح الإلكتروني للصحف على مقرؤية الصحف الورقية، أن تعرضهم للصحف الفورية لم يؤثر على الإطلاق على علاقتهم القوية بالصحف الورقية، و هو مؤشر على مكانة الصحافة الورقية في المجتمع الجزائري، و يمكن أن نفسر عدم الإحجام الورقي و هذا التمسك في المزايا التي تتمتع بها الصحافة، في سهولة حملها و إمكانية مطالعتها في أي مكان، و في الحاجات الصحية كونها أفضل للعين من الصحف الإلكترونية، إضافة إلى خاصية التعود على قراءتها، كذلك بينت الدراسة أن تعرض أفراد العينة للصحف إلكترونيا، قد أثر بشكل

محدود على المقروئية الورقية للصحف ، و أثر بشكل كبير من جهة أخرى عند بعض المبحوثين، و هذا التأثير المحدود و الكبير ظهر بنسب متساوية عند أفراد العينة.

المبحث الثاني: علاقة متغيرات الدراسة بعادات إستخدام الصحافة الإلكترونية والورقية

والإشباعات المتحققة منها.

سوف نحاول من خلال هذا المبحث معرفة العلاقة التي تجمع متغيرات السن،الجنس،مكان الإقامة والمستوى التعليمي الخاصة بأفراد عينة دراستنا بالكيفية التي يتعرضون بها إلى مطالعة الصحف الورقية والصحف الإلكترونية،إضافة إلى مظاهر الرضا والإشباع التي يمكن أن ترتبط بهذه المتغيرات،وكذلك سوف نعمل على ربط اجوبة المبحوثين بعضها ببعض بغية التعمق في فهم طبيعة الإستخدم والقراءة بالمادة الصحفية من خلال جداول مركبة أحيانا تحوي متغيرا واحدا،وأحيانا متغيرين أو أكثر،وذلك في المطلب الأول أما المطلب الثاني فخصص للاستنتاجات العامة.

المطلب الأول: تحليل بيانات الجداول المركبة:

إنه حسب إحدى مسلمات نظرية الإستخدمات والإشباعات أن إستجابات الفرد السلوكية إتجاه المحتوى الإعلامي خصائصه الشخصية وهو ما سنحاول تبيانه وتفصيله من خلال الجداول المبينة في هذا المطلب،إضافة إلى محاولة معرفة مدى وجود الفروق الدالة إحصائيا بإستخدم إختبار القيمة التائية¹ والذي يعني الفرق بين المتوسطين لعينة واحدة وفق متغير يخدم الدراسة ومدى إرتباطه بأحد الأنماط محل الدراسة.

¹ Léo Mignot ; **Comprendre, construire et interpréter les statistiques**, AEC (agence des initiatives numérique,mars2012,P : 07

الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين مطالعة الصحافة الإلكترونية ومكان إستخدام شبكة الأنترنت.

| المجموع | | في المكتبات | | في المنزل | | في مقاهي الأنترنت | | في أماكن العمل | | إستخدام الأنترنت المطالعة |
|---------|-----|-------------|---------|-----------|---------|-------------------|---------|----------------|---------|---------------------------------|
| | | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | |
| %100 | 278 | %16.18 | 45 | %57.20 | 159 | %10.8 | 30 | %15.8 | 44 | نعم |
| %100 | 87 | %13.80 | 12 | %50.57 | 44 | %29.90 | 26 | %5.74 | 5 | لا |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على استمارة البحث

يظهر من خلال الجدول رقم 33، أن المنزل هو من أكثر الأماكن التي يطالع فيها أفراد العينة الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت وذلك بنسبة 57.20% فهي نسبة تفوق النصف، تليه المكتبات في المرتبة الثانية بنسبة 16.18%، وفي المركز الثالث نجد أماكن العمل بنسبة 15.8%، أما مقاهي الأنترنت فقد أتت في مؤخرة الترتيب بنسبة 10.8% بما يعادل ثلاثين (30) مفردة، وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع الأماكن الأخرى، في المقابل نجد أن المنزل كذلك هو من أكثر الأماكن إستخداما لشبكة الأنترنت بنسبة 50.57% ولكن بالنسبة لهؤلاء الأفراد الذين لا يتعرضون للصحافة الإلكترونية، كذلك مقاهي الأنترنت كانت من الأماكن التي يزداد فيها الإبحار في شبكة المعلومات الدولية بنسبة 29.90% دون تصفح مواقع الجرائد الإلكترونية، لتبقى المكتبات، وأماكن العمل الأقل إعتيادا في إستخدام الأنترنت، وذلك بنسبة 13.8% و 5.75% على التوالي. وعلى الرغم من تباين النسب سواء في أماكن التعرض للصحافة الإلكترونية، أو الأماكن التي يغيب فيها تصفح الصحف إلكترونيا، إلا أنها (النسب) مؤشرا واضحا على ضرورة وجود شبكة الأنترنت، وإتساع استخدامها بالنسبة للمبحوثين.

الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين كثافة إستخدام الأنترنت بمدى مطالعة الصحافة الإلكترونية.

| المجموع | | في المكتبات | | في المنزل | | في مقاهي الأنترنت | | كل يوم | | كثافة إستخدام الأنترنت مطالعة الصحافة الإلكترونية |
|---------|---------|-------------|---------|-----------|---------|-------------------|---------|--------|---------|--|
| % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | % | التكرار | |
| %74.82 | 214 | %12.14 | 26 | %11.7 | 25 | %26.2 | 56 | %50 | 107 | نعم |
| %25.17 | 72 | %26.4 | 19 | %16.70 | 12 | %33.4 | 24 | %23.6 | 17 | لا |
| %100 | 286 | %38.78 | 45 | %28.40 | 37 | %59.8 | 80 | %73.6 | 124 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتماذا على إستمارة البحث

يظهر لنا الجدول رقم 34، أن 50% من المبحوثين الذي يستخدمون شبكة الأنترنت بشكل يومي يطالعون الصحف الإلكترونية كذلك، وهو ما يبين أن تصفح الصحف إلكترونيا أضحى من أحد أهم الأنماط السلوكية عند هؤلاء الأفراد، كذلك تمارس هذه العملية عدة مرات في الأسبوع، عند بعض الأفراد الذين يستخدمون الشبكة مرات عديدة في الأسبوع، وذلك بنسبة 26.2%، أما الفئة التي تستخدم شبكة الأنترنت مرة في الأسبوع، وأقل من ذلك، فقد بلغت نسبة تصفحهم للصحف إلكترونيا 11.7%، 12.14 على التوالي؛ وهو ما يبين مدى العلاقة بين عادة التعرض لشبكة المعلومات الدولية وإستخدام الصحافة الإلكترونية، فقد تبين أنه كلما كثف وقت الإبحار في الشبكة كلما زادت عملية المطالعة الإلكترونية للصحف والعكس صحيح.

الجدول رقم 35: يبين العلاقة بين كثافة إستخدام شبكة الأنترنت مع متغير الجنس، والسن.

| السن | | | | | | | | الجنس | | | | الجنس السن كثافة إستخدام الأنترنت |
|-------------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|---------------|-------|--------|-------|--------|-------|---|
| من 40 سنة فما فوق | | من 39-30 سنة | | من 29-20 سنة | | أقل من 20 سنة | | أنثى | | ذكر | | |
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| %38.9 | 14 | %54.54 | 30 | %44.44 | 72 | %24.24 | 8 | %35.88 | 61 | %54.31 | 63 | كل يوم |
| %38.9 | 14 | %30.90 | 17 | %22.83 | 37 | %36.36 | 12 | %29.41 | 50 | %25.86 | 30 | عدة مرات في الأسبوع |
| %5.55 | 2 | %1.81 | 1 | %15.43 | 25 | %24.24 | 8 | %13 | 22 | %12.06 | 14 | مرة في الأسبوع |
| %16.66 | 6 | %12.72 | 7 | %17.28 | 28 | %15.15 | 5 | %21.76 | 37 | %7.75 | 9 | أقل من ذلك |
| %100 | 36 | %100 | 55 | %100 | 162 | %100 | 33 | %100 | 170 | %100 | 116 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

فيما يتعلق بالعلاقة ما بين متغير الجنس وكثافة إستخدام الأنترنت، فقد أثبتت نتائج الجدول رقم (35)، أن شبكة الأنترنت أضحت وسيلة ضرورية في المجتمع الجزائري، وإستخدامها عند كلا الجنسين كذلك حتمية تكنولوجية، حيث يبرز الجدول أن الذكور أكثر إنتظاما في الإستخدام بنسبة 54.31% مقابل 35.88% للإناث، وهن(الإناث) يستخدمن الأنترنت أكثر عدة مرات في الأسبوع بنسبة 29.41% ومرة في الأسبوع عندهن كذلك بنسبة 24.47% عند فئة الإناث اللواتي يتعرضن للشبكة العالمية بصفة غير مستمرة.

أما ما يرتبط بمتغير السن، فقد جاءت نتائج الجدول رقم 36، لتكشف أن فئة السن التي تتراوح ما بين 30 سنة إلى 39 سنة أكثر الفئات إستخداما لشبكة الإنترنت بشكل يومي بنسبة 54.54%، تليها في المركز الثاني فئة من 20 سنة إلى 29 سنة بنسبة 44.44%، ففئة من 40 سنة فما فوق، وأخيرا فئة أقل من 20 سنة بنسبة 24.24%.

في المقابل تستعمل شبكة الأنترنت عدة مرات في الأسبوع بصفة كبيرة عند أصحاب السن من 40 سنة فما فوق بنسبة 38.9%، في حين تستخدم مرة في الأسبوع فقط عند من تقل أعمارهم عن 20 سنة بنسبة 24.24% وأقل من ذلك بنسبة 17.28% عند المبحوثين الذين يتراوح سنهم من 25 إلى 29 سنة.

الجدول رقم 36: العلاقة بين مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية بالمستوى التعليمي، الجنس.

| المستوى، الجنس | | إبتدائي/أساسي | | ثانوي | | عالي | | ما بعد التدرج | | ذكر | أنثى |
|----------------------|-----|---------------|-------|-------|--------|-------|--------|---------------|--------|-------|------|
| | | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| المطالعة الإلكترونية | نعم | 6 | %2.18 | 33 | %15.50 | 143 | %66.80 | 32 | %15.00 | 92 | %43 |
| | لا | 6 | %8.4 | 17 | %23.6 | 41 | %57 | 8 | %11.11 | 31 | %43 |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتامادا على إستمارة البحث

تشير بيانات الجدول رقم (36)، أن هناك إرتباط قوي بين الباحثين ذوي المستوى التعليمي العالي، ومطالعتهم للصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت حيث بلغت النسبة بـ 66.80%، في المقابل تنخفض النسبة وتتقارب بين أفراد العينة أصحاب مستوى تعليمي ما بعد التدرج بنسبة 15%، والباحثين الآخرين أصحاب المستوى الثانوي كذلك بنسبة 15.5% ممن يتعرضون إلى الصحف الفورية، في حين يأتي المستوى الإبتدائي في آخر مرتبة بنسبة ضعيفة مقدرة بستة أفراد (06) ممن يطالعون الصحف على الأنترنت أي ما يعادل 2.18%، وهذا ما يوضح أن أصحاب المستويات الجامعية أكثر إستخداما للصحافة الإلكترونية عن غيرهم من المستويات التعليمية.

وفي الوقت ذاته يبرز لنا الجدول أن الباحثين الذين يعزفون عن مطالعة الصحف الإلكترونية هم كذلك أصحاب المستوى الجامعي (العالي) بنسبة تزيد عن النصف 57%، أما فئة ذوي المستوى الثانوي فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 23.6%، في المقابل تحتل فئة ما بعد التدرج المركز الثالث بنسبة 11.11%، لتبقى فئة المستوى الأساسي في آخر مرتبة بنسبة 8.4%.

فعلى العموم يظهر جليا من خلال الربط مع متغير المستوى التعليمي أن ذوي المستويات المحدودة (الأساسي) هم أكثر الأفراد بعدا عن التكنولوجيا الحديثة سواءا ما تعلق الأمر بإستخدام الصحف الإلكترونية، أو إستخدام شبكة الأنترنت، أما فئة المستوى الثانوي فقليل منهم من يلجأ إلى مطالعة الصحف إلكترونيا على الرغم أن نسبة متواضعة منهم تستخدم شبكة الأنترنت، كذلك أظهرت نتائج الجدول أن حتى الأفراد المتحصلين على شهادات جامعية عليا (ما بعد التدرج) يطالعون الصحافة

الإلكترونية بنسب قليلة، أما الإستخدام المكثف للصحافة الإلكترونية فيتجلى عند أصحاب المستوى العالي بغية مواكبة التطور التكنولوجي، كذلك عدم التعرض لهذا النوع من الصحف يظهر بشكل جلي عند الفئة ذاتها (العالي) وقد يكون ببغية الحفاظ على العادة التقليدية (مطالعة الصحف ورقيا).

يظهر لنا جليا من خلال الجدول المبين أدناه (الجدول رقم 37)، أن هناك إقبال جيد من طرف الباحثين على الصحافة الإلكترونية من مختلف الفئات العمرية، لكن يلاحظ أن الفئة العمرية الرابعة (من 40 سنة فما فوق) سجلت نسبة زيادة تقدر بـ 86.11%، وهي أعلى بقليل من تلك التي سجلتها الفئة العمرية الثالثة (30 سنة إلى 39 سنة) المقدرة بـ 78.18%، في المقابل نسبة المطالعة الصحفية الإلكترونية عند من تتراوح أعمارهم بين 20 سنة إلى 29 سنة 69.56% ومن تقل أعمارهم عن 20 سنة بنسبة بلغت 62.5%، وهو ما يشير إلى مواكبة أفراد العينة للتكنولوجيات الإعلامية والإتصالية الجديدة، ومنها الصحافة الفورية نظرا لما تتيحه من خدمات ومميزات.

وفي الجانب المتعلق بعزوف الباحثين عن مطالعة الصحافة الإلكترونية والتي تعتبر نسبتهم الإجمالية منخفضة مقارنة بمن يتعرضون لهذه الصحف (27.46%)، أن الأفراد الذين يقل سنهم عن 20 سنة، هم الأقل تعرضا للتصفح الإلكتروني للجرائد، فيمكن أن يرجع هذا العزوف إلى أن الكثير من الشباب في هذا السن، لا يزالون في مرحلة الدراسة، أو أقل نضجا لإستيعاب ما يقدم من أخبار في هذا المستوى الإلكتروني، فهم يفضلون الأمور الترفيهية أكثر، وغالبا ما تقدم لهم من التلفزيون، أو الأترنت.

الجدول رقم 37: يبين العلاقة بين متغير السن ومدة مطالعة الصحافة الإلكترونية.

| المجموع | | من 40 سنة فما فوق | | من 30 سنة إلى 39 سنة | | من 20 سنة إلى 29 سنة | | أقل من 20 سنة | | السن مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية |
|---------|--------|-------------------|--------|----------------------|--------|----------------------|--------|---------------|-------|---|
| | | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | |
| 206 | 12.53% | 31 | 86.11% | 43 | 78.18% | 112 | 69.56% | 20 | 62.5% | نعم |
| 13.88 | 27.46% | 5 | 13.88% | 13 | 21.81% | 49 | 30.43% | 12 | 37.5% | لا |
| 284 | 100% | 36 | 100% | 55 | 100% | 161 | 100% | 32 | 100% | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على استمارة البحث

الجدول رقم 38: علاقة كثافة إستخدام الصحافة الإلكترونية بمتغير السن، المستوى التعليمي.

| المتغيرات الطبيعية | | السن | | | | | | | | | | | | | | المتغيرات الطبيعية | |
|--------------------|--|---------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|------------|-------|---------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------------------|-------|
| | | أقل من 20 سنة | | من 20 إلى 29 | | من 30 إلى 39 | | 40 فما فوق | | إبتدائي/أساسي | | ثانوي | | عالي | | ما بعد التدرج | |
| | | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد |
| باستمرار | | 23.80% | 5 | 21.36% | 25 | 45.45% | 20 | 28.12% | 9 | 16.66% | 1 | 24.24% | 8 | 26.57% | 38 | 37.5% | 12 |
| أحيانا | | 61.90% | 13 | 45.29% | 53 | 36.36% | 16 | 46.87% | 15 | 66.66% | 4 | 54.54% | 18 | 45.45% | 65 | 31.25% | 10 |
| نادرا | | 14.28% | 3 | 33.33% | 39 | 18.18% | 8 | 25% | 8 | 16.66% | 1 | 21.21% | 7 | 28% | 40 | 31.25% | 10 |
| المجموع | | 100% | 21 | 100% | 117 | 100% | 44 | 100% | 32 | 100% | 6 | 100% | 33 | 100% | 143 | 100% | 32 |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

ويلاحظ من خلال البيانات الإحصائية المبينة في الجدول رقم 38، أن فئة السن التي تتراوح ما بين 30 سنة إلى 39 سنة أكثر تعرضا لمطالعة الصحافة الإلكترونية بصفة منتظمة ومستمرة بنسبة 45.45%، وأحيانا بنسبة 61.60% من الفئة الأولى للمبحوثين الذين يقل سنهم عن 20 سنة. أما الفئة التي تمارس عادة تصفح الجرائد الإلكترونية بصفة نادرة، فقد كانت للفئة العمرية الثانية من 20 سنة إلى 29 سنة بنسبة قدرت بـ 33.33%.

وفيما يرتبط بمتغير المستوى التعليمي، فتشير النتائج المبينة في الجدول ذاته، أن أصحاب المستويات ما بعد التدرج هي الأكثر إنتظاما في التعرض للصحافة الإلكترونية بنسبة 37.5%، يليها في المركز الثاني، أصحاب المستوى العالي (الجامعي) بنسبة 26.57%، فالمبحوثين ذوي المستوى الثانوي بنسبة 24.24%، أما فئة المستوى الأساسي (المتوسط أو الإبتدائي) فجاءت في المرتبة الأخيرة بما يعادل فردا واحدا بنسبة 16.66%.

أما الأفراد الذين يتعرضون لهذا النوع من الصحف بصفة متقطعة (غير منتظمة) فهم أصحاب المستوى التعليمي الأساسي بنسبة تفوق النصف 66.66%، أما صفة الندرة في التعرض للجرائد على شبكة الأنترنت فكانت لذوي المستوى التعليمي ما بعد التدرج بنسبة 31.25%.

والملاحظ أن نتائج هذا الجدول جاءت لتؤكد نتائج الجدول رقم 37، وهو أن الأشخاص أكثر مطالعة للصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت هم أصحاب الفئة العمرية من 30 سنة الى 39 سنة، ومن 40 سنة فأكثر، وفي الوقت ذاته، هم أكثر الأفراد تعرضا لهذه النوع من الصحف بصفة

مستمرة، وفي المقابل المبحوثين الذين يقل سنهم عن 20 سنة؛ فأثبتت النتائج أنهم أقل الأفراد إستخداما للصحافة الإلكترونية والمتقطعين في مطالعتهم لهذه الجرائد، وهو ما يبين أن عامل السن هو الذي يتحكم بعادة وبطبيعة إستخدام الصحافة الإلكترونية، فالتعرض العرضي وغير المنتظم عند من يقل سنهم عن العشرين سنة يرجع بالدرجة الأولى إلى إتجاه هذه الفئة إلى الوسائل الحديثة كالأنترنت، لكن بغية مثلا تعلم الدروس أو الترفيه بالألعاب المتنوعة المتوفرة بكثرة على هذه الشبكة، وفي الوقت ذاته فإن هذه الفئة لا تكتفي بإستخدام وسيلة إعلامية محددة، ولكن تتعدد وتنوع الوسائل التي تستخدمها، عكس الأفراد الذين يزيد سنهم عن هذه الفئة، فهم يكونون أكثر نضجا، وأكثر إهتماما في معرفة ما يدور حولهم من أخبار ومعلومات في شتى الميادين، مواكبين في ذلك الأوعية الإعلامية، والإتصالية الجديدة ومن بينهما الصحافة الإلكترونية، كذلك متغير المستوى التعليمي ضروري في عملية التعرض للصحافة الإلكترونية، حيث أثبتت النتائج أن أصحاب المستويات الجامعية، وخاصة ذوي المستوى ما بعد التدرج أكثر المبحوثين إستخداما وتصفحاً للصحافة الفورية، وذلك للفوائد التي يجدها، في سهولة وسرعة الحصول على آخر الأخبار وبشتى الأساليب ومن مختلف أنحاء العالم، وكذا في معرفة كل ما هو جديد ومفيد في مجالاتهم... الخ.

الجدول رقم 39: علاقة متغير السن والمستوى التعليمي بطبيعة مطالعة الصحف الورقية.

| المستوى التعليمي | | | | | | | | السن | | | | | | | | المتغيرات طبيعة المطالعة |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|---------------|-------|------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|---------------|-------|--------------------------------|
| ما بعد التدرج | | عالي | | ثانوي | | إبتدائي/أساسي | | 40 فما فوق | | من 30 إلى 39 | | من 20 إلى 29 | | أقل من 20 سنة | | |
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| %5.71 | 2 | %16.38 | 29 | %15.68 | 8 | %0 | 0 | %22.22 | 8 | %32 | 16 | %6.36 | 10 | %15.15 | 5 | بإستمرار |
| %74.28 | 26 | %66.10 | 117 | %56.86 | 29 | %76.92 | 12 | %63.88 | 23 | %52 | 26 | %71.33 | 112 | %63.63 | 21 | أحيانا |
| %14.28 | 5 | %14.12 | 25 | %17.64 | 9 | %7.69 | 1 | %8.33 | 3 | %16 | 8 | %16.00 | 25 | %12.12 | 4 | في أوقات نادرة |
| %5.71 | 2 | %3.38 | 6 | %9.80 | 5 | %15.38 | 2 | %5.55 | 2 | %0 | 0 | %6.36 | 10 | %91 | 3 | نادرة جدا |
| %100 | 35 | %100 | 177 | %100 | 51 | %100 | 13 | %100 | 36 | %100 | 50 | %100 | 157 | %100 | 33 | المجموع |

يتجلى من خلال النتائج التي يحويها الجدول رقم 39، ومن خلال علاقة متغير السن بطبيعة مطالعة الصحف التقليدية، أن الأشخاص الذين يزيد عمرهم عن 40 سنة، هم الذين يقرؤون الصحف ورقيا بشكل مستمر بنسبة 22.22% في حين المبحوثين الذين يتراوح سنهم ما بين 20 سنة إلى 29 سنة، يطالعون هذه الصحف أحيانا بنسبة 71.33%، أما 16% فكانت للفئة ذاتها وفئة 30 سنة إلى 39 سنة والتي تطالع الصحف المطبوعة في أوقات نادرة، لتبقى الأوقات النادرة جدا منسوبة للأفراد الذين يقل عمرهم عن 20 سنة، وكذلك من 20 إلى 29 سنة بنسبة 9.1% و 6.36% على التوالي.

ويتبين كذلك من خلال الجدول، أن هناك علاقة بين متغير المستوى التعليمي وعادات قراءة الصحف المطبوعة، حيث يلاحظ أن نسب من يطالعونها بشكل مستمر منخفضة جدا مقارنة مع مطالعة نظيرتها الإلكترونية، حيث تتقدم النسبة عند الأفراد ذوي المستوى التعليمي الأساسي، وفئة ما بعد التدرج تطالع الصحف الورقية باستمرار بنسبة 5.71%، أما المستوى الثانوي فيطالع أصحابه الصحافة بنسبة 15.68%، لتبقى النسبة المرتفعة نوعا ما مقارنة بالنسب الأخرى للأشخاص ذوي المستوى العالي بنسبة 16.38%، ويبين الجدول كذلك أن النسب ترتفع لدى المبحوثين عند مطالعة الجرائد الورقية في بعض الأحيان، بنسبة 76.92% عند من لديهم مستوى أساسي، و 74.28% عند مستوى ما بعد التدرج 66.10% عند أصحاب المستوى العالي، و 56.86% بالنسبة لمن لديهم مستوى ثانوي، لتتخفض نسب مطالعتها في الأوقات النادرة والنادرة جدا عند كافة المستويات.

وعلى ضوء النسب الواردة في الجدول رقم 38، والجدول 39، المتعلقان بطبيعة مطالعة الصحف الإلكترونية، والصحف الورقية أنه على الرغم من وجود نسبة معتبرة من المبحوثين الذين يقل عمرهم عن 20 سنة، وكذلك من 20 سنة إلى 29 سنة من رواد شبكة الأنترنت، إلا أن ثقافة مطالعة الصحف الإلكترونية بصفة مستمرة لم يتوسع إنتشارها بعد هؤلاء، وكذلك قراءتهم للصحف الورقية باستمرار لا يزال منخفضا مقارنة بالفئات الأخرى، وربما يرجع السبب إلى إستخدامهم وسائل متعددة في الوقت نفسه، وبالتالي لا يتسنى لهم التفرغ للقراءة، وفي هذا الإطار يعتبر Marc Prensky هذا الأمر إحدى خصائص الجيل الرقمي فالشباب حاليا يملكون القدرة على إستخدام العديد من الوسائل في الوقت نفسه ألعاب فيديو، التلفزيون، الإنترنت، الهواتف النقالة وغيرها... الموضوع دائما على مقربة منه، وعلى حد تعبيره أصبح هذا الإستخدام المتقاطع عادة راسخة في حياتهم اليومية.¹

وبما أن الإعلام المقروء سواء ورقيا أم الكترونيا عكس الإعلام المسموع والمرئي يتطلب قدرات فكرية معينة لإستيعاب محتوياتها، فقد تبين من خلال الجدولين السابقين إنخفاض مستوياتها كذلك بصفة مستمرة عند الأفراد ذوي المستويات الأساسية، وترتفع لدى أصحاب المستويات التعليمية وما بعد التدرج ويمكن أن تفسر ذلك كون هذه الفئة لديها القدرات الفكرية اللازمة للقراءة والتعمق وتحليل وتفسير جل ما يقدم من أخبار ومقالات.

¹ تسعديت قُدوار ، مرجع سبق ذكره، 239.

الفصل السادس: دراسة تحليلية لإستخدامات وإشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك

الجدول رقم 40: يبين العلاقة بين دوافع قراءة الصحف الالكترونية ومتغيري السن والجنس.

| أقل من 20 سنة | | 40 فما فوق | | من 30 إلى 39 | | من 20 إلى 29 | | أنتى | | ذكر | | المتغيرات دوافع المطالعة |
|---------------|-------|------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------|-------|--------|-------|--|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| %28.60 | 6 | %25 | 8 | %27.3 | 12 | %24 | 28 | %26.4 | 33 | %23.59 | 21 | لا نني لا بد أن أساير تكنولوجيا العصر |
| %23.80 | 5 | %0 | 0 | %4.50 | 2 | %9.40 | 11 | %7.2 | 9 | %10.11 | 9 | لأنها لا تكلفني الكثير من المال حتى انتهي من قراءتها |
| %14.30 | 3 | %18.80 | 6 | %18.18 | 8 | %12.90 | 15 | %12 | 15 | %19.10 | 17 | لأنها تمثل لي بديلا سهلا للصحف التقليدية |
| %14.30 | 3 | %25 | 8 | %27.30 | 12 | %30.80 | 36 | %30.4 | 38 | %23.60 | 21 | لأنها تمدني بأحدث وأهم الأخبار بشكل فوري |
| %14.28 | 3 | %28.12 | 9 | %18.18 | 8 | %18.80 | 22 | %20.80 | 26 | %18.00 | 16 | لأنني أتمكن من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق |
| %4.76 | 1 | %0 | 0 | %2.30 | 1 | %1.70 | 2 | %1.6 | 2 | %2.24 | 2 | لأنها تفيذني في مجالي |
| %0 | 0 | %3.12 | 1 | %2.30 | 1 | %2.56 | 3 | %1.6 | 2 | %3.37 | 3 | لأنني لا أقرأ الصحف المطبوعة على الورق |
| %100 | 21 | %100 | 32 | %100 | 44 | %100 | 117 | %100 | 125 | %100 | 89 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتادا على إستمارة البحث

يلعب متغير السن دورا هاما في تحديد الدوافع التي تكمن وراء تعرض المبحوثين للصحافة الإلكترونية، حيث أن ترتيب الدوافع جاء مطابقا كذلك لنتائج الجدول البسيط السابق المرتبط بهذا العنصر، لكن النسب تباينت في الفئات العمرية، حيث أن ميزة الفورية في إرسال أحدث الأخبار طوال اليوم، وإمكانية متابعتها متى أراد المستخدم خاصة مع وجود خدمة التحديث، التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم، هي من دفعت بالشباب الذين يبلغ سنهم من 20 سنة إلى 29 سنة بنسبة 30.80%، وكذلك فئة الشباب الثانية من 30 سنة إلى 39 سنة بنسبة مقاربة قدرت بـ 27.30%.

لتأتي في المقام الثاني ضرورة مسايرة التكنولوجيا الحديثة والتي كانت كذلك أبرز الإهتمامات عند المستخدمين الإلكترونيين، والتي إستحوذت على نسب متقاربة من مختلف الفئات العمرية، خاصة عند من تقل أعمارهم عن 20 سنة، بنسبة 28.60%، ونسبة 27.30%، عند الفئة العمرية من 30 سنة إلى 39 سنة، أما المبحوثين من يزيد سنهم عن 40 سنة فقد بلغت نسبتهم 25%، في المقابل نسبة 24% كانت للفئة العمرية 20 سنة الى 29 سنة.

أما التمكن من قراءة الصحيفة قبل وجودها في الأكشاك فقد كانت ضمن حاجات ممارسة عملية التصفح عبر الأنترنت، خاصة عند الأفراد الذين يفوق سنهم 40 سنة، بنسبة بلغت 28.12%، وفي نظر البعض فإن الفئة ذاتها (40 سنة فما فوق)، وفئة 30 سنة إلى 39 سنة، ترى

أن الصحف الإلكترونية بديلا سهلا عن الصحف المطبوعة وذلك بنسبتين متقاربتين جدا 18.80% و 18.18% على التوالي.

في المقابل الدافع المادي هو سبب تبني البعض الصحافة الإلكترونية بنسبة بلغت 23.80% عند من تقل أعمارهم عن 20 سنة، والملاحظ هو أن خاصيتها الإفادة في مجال الدراسة، أو العمل، وكذا عدم قراءة الصحف المطبوعة كانت من أضعف الدوافع والإهتمامات عند معظم أفراد العينة بنسب ضئيلة جدا، كما أنها تنعدم أحيانا عند بعض الفئات، إذ بلغت أقصاها 2%، وقد يرجع السبب في ذلك أن معظم أفراد العينة المدروسة بعيدين كل البعد عن مهمة الصحافة، أو عن تخصص علوم الإعلام والاتصال، وكون تعرضهم للصحافة الإلكترونية يكون لسبب معرفة الأخبار والتحليلات لتكوين ثقافة تفيدهم في المجتمع، كذلك العزوف عن قراءة الصحف الورقية والتي إنخفضت نسبة جدا، يثبت بأن، هذه الصحافة التقليدية لا يزال يريها حاضرا، ومكانها ومكانتها وأهميتها لازالت قائمة على الرغم من الزخم الذي يعيشه العالم اليوم مع هذه التكنولوجيات الحديثة.

فيما يخص العلاقة بين متغير الجنس ودوافع قراءة الصحف الإلكترونية، فقد أظهرت النتائج الموضحة في الجدول رقم 40، أن دافع الوصول إلى أحدث وأهم الأخبار بشكل فوري هو من تصدر قائمة حاجات التعرض لهذه الصحافة الفورية على الشبكة، وهو ما ثبت كذلك في أحد الجداول البسيطة المبينة سابقا، لكن النسبة عند الإناث فاقت نظيرتها عند الذكور، حيث بلغت 30.4%، في المقابل 23.60% بالنسبة للذكور، أما مسايرة تكنولوجيا العصر فقد تركزت في المرتبة الثانية، والأمر

ذاته عند الإناث فاق الجنس الآخر بنسبة قدرت بـ 26.4% والذكور بنسبة 23.59% ، ولكنها نسب متقاربة نوعا ما.

أما خاصية التمكّن من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق فقد كان ضمن أهم الدوافع وراء هذا الإستخدام الإلكتروني بنسبة بلغت عند الإناث 20.80% والذكور 18.00%.

في حين يبقى دافع أن تكون الصحافة الإلكترونية بديلا سهلا للصحف الورقية أحد الأسباب لممارسة عملية التصفح الإلكتروني، إذ تقدمت فيه النسبة عند الذكور 19.10% مقارنة بالإناث والتي قدرت (15) أنثى من أصل 125 بنسبة 12%.

أما التكلفة المادية المنخفضة حين التطلع وتصفح الجرائد على شبكة المعلومات الدولية، فقد إحتلت المركز الخامس ولكن بنسبة لا تتعدى 11% عند كلا الجنسين، حيث بلغت عند الذكور 10.11%، و7.2% عند الإناث.

ليبقى في الأخير دافعا للإفادة في المجال، وعدم قراءة الصحف المطبوعة على الورق، آخر الإهتمامات عند مستخدمي الصحافة الإلكترونية بنسب لا تفوق 5% حيث بلغ الدافع الأول 2.24% عند الذكور و 1.6% عند الإناث، أما الدافع الثاني 1.6% دائما عند الإناث، و 3.37% عند فئة الذكور.

الفصل السادس: دراسة تحليلية لإستخدامات وإشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك

الجدول رقم 41: يبين العلاقة بين الفوائد المحققة من الصحافة الإلكترونية ومتغير المستوى التعليمي .

| ما بعد التدرج | | عالي | | ثانوي | | إبتدائي / أساسي | | المتغيرات الفوائد المحققة |
|---------------|-------|--------|-------|--------|-------|-----------------|-------|---|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| %18.39 | 16 | %67.81 | 59 | %10.34 | 9 | %3.44 | 3 | تنمية مهارات المناقشة والحوار وطرح الآراء |
| %13.6 | 17 | %71.2 | 89 | %13.6 | 17 | %1.6 | 2 | تنمية قدرات البحث عن المعلومات |
| %11.36 | 5 | %70.45 | 31 | %15.90 | 7 | %2.27 | 1 | تكوين صداقات متعددة من مختلف أنحاء العالم |
| %22.58 | 14 | %66.12 | 41 | %11.29 | 7 | %0 | 0 | توفر لي خاصية التفاعلية |
| %7.14 | 1 | %92.85 | 13 | %0 | 0 | %0 | 0 | أتمتع بفتيات اخراجها |
| %12.96 | 7 | %72.22 | 39 | %14.81 | 8 | %0 | 0 | تشغل وقت فراغي |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعمادا على إستمارة البحث

لقد قدمت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، وعلى رأسها الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت مزايا عديدة لإستيقاء الأخبار، وقدمت طرقا ووسائل عديدة للجمهور من أجل التواصل مع المرسل، مما أتاح للمستخدم إمكانيات مختلفة للمشاركة والتعامل والحوار، بأشكال وفي أزمنة لم تسبق معرفتها من قبل.

وتأسيسا على البيانات الموضحة في الجدول رقم 41، يلاحظ من خلاله أن هناك إرتباط قوي بين الأفراد الذين يتمتعون بمستوى تعليمي عالي، والفوائد المحققة لديهم من خلال إستخدام الصحافة الإلكترونية، كوسيلة جمالية يحترف فيها الإخراج، بنسبة 92.85%، والتي تشغل وقت فراغ هؤلاء المبحوثين بنسبة 72.22%، بالإضافة إلى فائدة البحث عن المعلومات وتنمية القدرات فيه بنسبة 71.2%، لتكون نسبة 70.45% للمبحوثين الجامعيين الذين يستفيدون من أهمية تكوين صداقات متعددة من مختلف أنحاء العالم، زيادة على فائدة تنمية مهارات المناقشة والحوار وطرح الآراء، التي توفرها لهم هذه الصحافة الحديثة، بنسبة 67.81%، والتفاعلية كأهم خاصية في هذه الوسيلة والتي بلغت نسبتها عند المبحوثين الجامعيين 66.12%، وكلها نسب متقاربة فاقت النصف بكثير.

فعلى ضوء هذه النسب الواردة في الجدول والمتعلقة خصوصا مع ذوي المستوى التعليمي العالي، أن هذه الفئة ليس من أولوياتها في التعرض للصحافة الإلكترونية فقط معرفة الأخبار، بل الدوافع الأساسية لهذا الإستخدم تتعدى حدود الإستهلاك فقط، لتحاول بذلك إستغلال كل الإمكانيات التي تتصف بها هذه الوسيلة، خاصة مع توفر الأوعية المختلفة لمطالعتها، مثلا في الهواتف النقالة، كذلك

مع ترقية الجيل الثالث **3G**، على اللوحات الإلكترونية... الخ، معناه في أي مكان تتوفر فيه الإنترنت، وكذلك يمكن تحميلها ليتمكن المستخدم من تصفحها متى شاء حتى وإن غابت الإنترنت، وبالتالي يمكن القول بأن الجمهور الإلكتروني الجامعي هو جمهور نشط، يحسن إستغلال الفرص، ويرغب في إشباع حاجات لم يتمكن من إشباعها في الصحافة الورقية على وجه الخصوص.

وكما يقول أحد الكتاب الإعلاميين، أن أهم ما تتميز به الوسائل الحديثة، وفي مقدمها الإنترنت، هو الآنية والخيارات العديدة التي تمنحها للمستخدم من أجل التفاعل مع القائم بالاتصال "فبعد أن كان رد الفعل يأتي متأخرا عبر الرسائل المكتوبة أو الاتصالات الهاتفية، لكن إستخدام الشبكات الرقمية وبالأخص الإنترنت، في السنوات القليلة الماضية، فتحت قنوات التواصل والحوار والتفاعل بين عنصرين في العملية الإتصالية وهما المرسل والمستقبل، ما مكن من سقوط الحواجز بين هذين العنصرين في محاولة لإعادة عملية الإتصال إلى طبيعتها المباشرة"¹.

والملاحظ كذلك من خلال البيانات الإحصائية التي يشير إليها الجدول أن المبحوثين ذوي مستوى ما بعد التدرج يجيئون إهتماما وفائدة بالصحافة الإلكترونية، لكن بنسب منخفضة نوعا مقارنة مع الفئة الجامعية ولقد إحتلت فيه خاصية التفاعلية المركز الأول بنسبة 22.58%.

أما المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الأساسي والمستوى التعليمي الثانوي فأخر إهتماماتهم هذه المزايا التي تحققها الصحافة الإلكترونية، فيما يخص عنصر التفاعلية، والحوار وطرح الآراء، فنيات

¹ محمد فلحي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

الإخراج، كذلك شغل وقت الفراغ، والتي إنعدمت فيها النسب عند معظمهم خاصة أصحاب المستوى الأساسي، وربما يستخدمون عنصر التفاعلية فقط عبر شبكات التواصل الإجتماعي في مواضيع مختلفة بعيدة عن العلاقة بينهم وبين القائم بالإتصال ، كونهم أفراد مستواهم محدود وغير مختصين في هذا النوع من الوسائل الصحفية.

الجدول رقم 42: يبين العلاقة بين المضامين المفضلة في الصحافة الإلكترونية ومتغير السن والمستوى التعليمي.

| المستوى التعليمي | | | | | | | | السن | | | | | | | | السن المستوى التعليمي المواضيع، مستوى العرض | |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|---------------|-------|----------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|---------------|-------|---|----------------------------------|
| ما بعد التدرج | | عالي | | ثانوي | | إبتدائي/أساسي | | 40 سنة فما فوق | | من 30 إلى 39 سنة | | من 20 إلى 29 سنة | | أقل من 20 سنة | | | |
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | | |
| %53.12 | 17 | %37.07 | 3 | %27.27 | 9 | %16.66 | 1 | %59.34 | 19 | %43.18 | 19 | %31.62 | 37 | %41.7 | 5 | ياستمرار | المواضيع والأخبار السياسية |
| %34.37 | 11 | %49 | 70 | %57.57 | 19 | %66.66 | 4 | %31.25 | 10 | %43.18 | 19 | %53.9 | 63 | %57.47 | 12 | أحيانا | |
| %12.5 | 4 | %14 | 20 | %15.15 | 5 | %16.66 | 1 | %9.37 | 3 | %13.53 | 6 | %14.52 | 17 | %19.04 | 4 | لا أقرؤها | |
| %12.7 | 4 | %8.39 | 12 | %9.1 | 3 | %16.66 | 1 | %3.12 | 1 | %13.63 | 6 | %7.69 | 9 | %19.04 | 4 | ياستمرار | أخبار الاقتصاد والبورصة |
| %28.12 | 9 | %41.25 | 59 | %18.18 | 6 | %16.66 | 1 | %37.5 | 12 | %36.36 | 16 | %38.46 | 45 | %9.52 | 2 | أحيانا | |
| %99.37 | 19 | %50.34 | 72 | %72.72 | 24 | %66.66 | 4 | %59.37 | 19 | %50 | 22 | %53.84 | 63 | %71.42 | 15 | لا أقرؤها | |
| %30.37 | 11 | %39.9 | 57 | %51.51 | 17 | %66.66 | 4 | %37.5 | 12 | %38.7 | 17 | %41.02 | 48 | %57.15 | 12 | ياستمرار | المواضيع الثقافية والأدبية |
| %0687 | 15 | %44.75 | 64 | %36.36 | 12 | %33.33 | 2 | %43.75 | 14 | %34.1 | 15 | %47 | 55 | %29.85 | 9 | أحيانا | |
| %18.75 | 6 | %15.38 | 22 | %12.12 | 4 | %0 | 0 | %18.75 | 06 | %27.3 | 12 | %12 | 14 | %10 | 0 | لا أقرؤها | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على استمارة البحث

الفصل السادس: دراسة تحليلية لإستخدامات وإشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|----|--------|----|--------|----|--------|---|--------|----|--------|----|--------|----|--------|----|-----------|-------------------|
| %12.5 | 8 | %38.46 | 55 | %39.4 | 13 | %33.33 | 2 | %28.12 | 9 | %36.36 | 16 | %35.9 | 42 | %52.4 | 11 | باستمرار | المواضيع الرياضية |
| %71.87 | 7 | %37.76 | 54 | %36.36 | 12 | %16.66 | 1 | %40.62 | 13 | %36.36 | 16 | %33.33 | 39 | %28.6 | 6 | أحيانا | |
| %53.12 | 17 | %23.77 | 34 | %24.24 | 8 | %50 | 3 | %31.2 | 10 | %27.27 | 12 | %30.76 | 36 | %19.04 | 4 | لا أقرؤها | |
| %31.25 | 10 | %36.36 | 52 | %30.34 | 10 | %33.33 | 2 | %25 | 8 | %38.63 | 17 | %36.75 | 43 | %50 | 6 | باستمرار | المواضيع الفنية |
| %31.28 | 10 | %46.15 | 66 | %33.33 | 11 | %66.66 | 4 | %34.37 | 11 | %50 | 22 | %40.17 | 47 | %52.4 | 12 | أحيانا | |
| %37.5 | 12 | %17.48 | 25 | %36.36 | 12 | %0 | 0 | %40.62 | 13 | %11.36 | 5 | %23.07 | 27 | %19.04 | 4 | لا أقرؤها | |
| %65.65 | 21 | %60.13 | 86 | %45.45 | 15 | %83.33 | 5 | %62.5 | 20 | %65.80 | 29 | %59 | 69 | %42.85 | 9 | باستمرار | المواضيع المحلية |
| %25 | 8 | %31.45 | 45 | %42.42 | 14 | %0 | 0 | %25 | 8 | %29.54 | 13 | %34.18 | 40 | %28.57 | 6 | أحيانا | |
| %20.37 | 3 | %8.20 | 12 | %12.12 | 4 | %16.66 | 1 | %12.5 | 4 | %4.54 | 2 | %6.83 | 8 | %28.57 | 6 | لا أقرؤها | |

نهدف من خلال هذا الترتيب الموضح في الجدول رقم (42)، إلى توضيح إختلاف أولويات الإهتمام والتفضيل لدى مستخدمي الصحافة الإلكترونية، بالربط مع متغيري السن والمستوى التعليمي. تشير بيانات الجدول إلى أن كل الفئات العمرية تفضل في المرتبة الأولى المواضيع والأخبار المحلية، مع إرتفاع نسبة الفئة العمرية الممتدة من 30 سنة إلى 39 سنة، بنسبة تقدر 65.90%، مقابل 62.5% للفئة العمرية الممتدة من 40 سنة فما فوق، و 59% لمن يتراوح سنهم بين 20 سنة و 29 سنة، أما من تقل أعمارهم عن 20 سنة، فقد بلغت نسبتهم 42.85%، والمميز كذلك أن هذا الارتفاع في نسب التعرض لهذا النوع من المواضيع ترافقه خاصية الإستمرارية.

أما الرتبة الثانية فكانت للمواضيع والأخبار السياسية بشكل مستمر عند مختلف الفئات العمرية خاصة بالنسبة للفئة العمرية الأكبر سنا من سن الأربعين فما فوق، بنسبة 59.37%، وكذلك من يمتد عمرهم من سن الثلاثين إلى سن التاسع والثلاثين بنسبة 43.18%.

في المرتبة الثالثة نجد المواضيع الرياضية بالنسبة للمبحوثين الشباب الذين يقل عمرهم عن 20 سنة والذين يتابعونها بإستمرار بنسبة 52.4% والمواضيع الثقافية والأدبية بالنسبة لهم كذلك وبشكل مستمر ب 57.14%، وكذلك بالنسبة للفئة العمرية من 20 سنة إلى 29 سنة نسبة 41.02%، والفئتان المتبقيتان فنسبتهما متقاربة ب 38.7% عند 30 سنة إلى 39 سنة، و 37.5% عند سن 40 سنة فما فوق.

يظهر من خلال الجدول ذاته، أن مستوى التعرض والتفضيل تزيد نسبته بالدرجة الأولى في المواضيع المحلية، عند مختلف المستويات التعليمية بنسب متباينة، حيث بلغت أقصاها عند المبحوثين ذوي المستوى الأساسي، بنسبة 83.33% هي نسبة مرتفعة جدا، مقابل 65.69% عند أصحاب مستوى ما بعد التدرج و 60.13% عند الأفراد الجامعيين، أما المستوى الثانوي، فقد بلغت نسبة تعرض أصحابه، 45.45%.

وخاصية التعرض للصحافة الإلكترونية بمواضيعها وأخبارها السياسية برزت بشكل واضح، سواء ما تعلق الأمر بمتغير السن، وكذلك بمتغير المستوى التعليمي فهذا الأخير، نجد فيه أن نسبة التعرض لما هو سياسي تزداد كلما إنتقلنا من المستويات التعليمية الدنيا، إلى العليا، وهذا بالنسب التالية 16.66% للمستويات الأساسية، 27.27% لدى المستويات الثانوية، 37.06% بالنسبة للمستوى العالي و 53.12% لمستويات ما بعد التدرج وعلى العكس من ذلك نجد خاصية عدم الإستمرارية للمواضيع ذاتها تقل نسبة تفضيلها كلما إنتقلنا من المستويات الدنيا إلى العليا، بحيث سجلت الدراسة، نسبة 66.66% لدى أصحاب المستوى الأساسي، و 57.57% عند المستويات الثانوية، 49% عند أصحاب المستوى العالي وفي الأخير 34.37% لدى مستوى ما بعد التدرج.

وتجدر الإشارة إلى أن المواضيع الثقافية والأدبية تصدرت المرتبة الثانية عند المستويات الأساسية بعد المواضيع الإخبارية السياسية، وذلك بنسبة 66.66%، و 51.51% بالنسبة للمستوى الثانوي، لتكون الإستمرارية في التعرض للمواضيع الرياضية من بين أهم أهمية عند المستويات الثانوية بنسبة

39.4%، أما المستوى الجامعي قد جاءت المواضيع الثقافية والأدبية في المركز الثاني بنسبة 39.9% والمواضيع الرياضية في المركز الثالث، بنسبة مقدرة بـ 38.46%، لتحتل أخبار الاقتصاد والبورصة آخر الأولويات ترتيباً لديهم بنسبة 8.39%.

أما المبحوثين ذوي مستوى ما بعد التدرج، فإن المواضيع والأخبار السياسية تتصدر قائمة الإهتمامات بعد الأخبار المحلية وذلك بنسبة 53.12% والمواضيع الثقافية والأدبية كانت في المركز الثالث بـ 34.37%، أما المواضيع الفنية فقد جاءت في المرتبة الموالية بنسبة 31.25%، لتبقى المواضيع الرياضية في المركز الرابع بنسبة 25%، وأخيراً مثل باقي المستويات التعليمية كانت الأخبار الإقتصادية في آخر مرتبة بنسبة 12.5%.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول الذي يضم متغيري السن والمستوى التعليمي، يظهر لنا أن تأثير متغير السن واضحاً في تحديد إهتمامات التعرض لمضامين الصحافة الفورية، حيث أن أفراد الفئة العمرية التي تقل عن 20 سنة، تهتم أكثر بالمواضيع الثقافية الأدبية، فيمكن أن يرجع هذا الأمر إلى أن الكثير من هؤلاء المبحوثين لا يزالون في مرحلة الدراسة، وبالتالي فإن هذا النوع من المواضيع قد يساعدهم، والأمر ذاته بالنسبة للشباب الذين يتراوح سنهم من 20 سنة إلى 29 سنة، أما الفئة العمرية الثالثة والرابعة والتي يمتد سن أفرادها من 30 إلى 39 سنة، وأزيد عن 40 سنة، فهي تميل إلى المواضيع الإخبارية السياسية أكثر من المواضيع الأدبية والرياضية... إلخ، وقد يفسر هذا بكون أن هذه الفئة أكثر

نضجا فكريا، ويمكن إرجاع ذلك كذلك إلى أن هذه الفئة (الثالثة والرابعة) لديها قدرات فكرية أكثر من الفئة العمرية الأولى والثانية لفهم وتحليل محتوى هذا النوع من المواضيع.

الجدول رقم 43: بين العلاقة بين مدى تفاعل أفراد العينة في الصحف الإلكترونية وكثافة إستخدام شبكة الأنترنت.

| المتفاعل | غرفة الحوار | | | خدمة المراسل | | | البريد الإلكتروني | | | القوائم البريدية | | |
|---------------------|-------------|--------|--------------|--------------|--------|--------------|-------------------|--------|--------------|------------------|--------|--------------|
| | أحيانا | غالباً | لا أستخدامها | أحيانا | غالباً | لا أستخدامها | أحيانا | غالباً | لا أستخدامها | أحيانا | غالباً | لا أستخدامها |
| | | | | | | | | | | | | |
| أقل | 1 | 7.7 | 23 | 1 | 3.9 | 23 | 1 | 3.9 | 14 | 5.3 | 14 | 76.92 |
| مرة | 5 | 20.90 | 19 | 5 | 20.9 | 17 | 3 | 12.5 | 12 | 50 | 9 | 83.33 |
| عدة مرات في الاسبوع | 6 | 10.7 | 48 | 6 | 10.7 | 36 | 20 | 35.71 | 19 | 34 | 43 | 76.80 |
| باستمرار | 26 | 24.07 | 73 | 26 | 24.07 | 47 | 46 | 42.60 | 21 | 19.10 | 77 | 71.3 |
| الكثافة | 26 | 24.07 | 73 | 26 | 24.07 | 47 | 46 | 42.60 | 21 | 19.10 | 77 | 71.3 |

على الرغم من أن الوسائل الإتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الإتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة لهذه الوسائل الإتصالية الحديثة أبرزها عنصر التفاعلية المتوفرة في الصحافة الإلكترونية، والتي تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثيرا على الأدوار ويستطيعون تبادلها إتصاليا، حيث يطلق على القائمين بالإتصال مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الإتصال مثل، الممارسة، الثنائية، التبادل التحكم، المشاركون¹... الخ.

وبناء على ذلك تم ربط هذا العنصر (التفاعلية) ومستوى مشاركة المبحوثين بكثافة إستخدامهم للإنترنت، كما هو موضح في الجدول (جدول رقم 43)، حيث يتبين لنا من خلاله أن إستخدام البريد الإلكتروني كان أكثر الأشكال التفاعلية إستخداما في الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة التي تستخدم شبكة الأنترنت بشكل يومي، حيث بلغت نسبة من يتفاعلون غالبا 39.04%، وأحيانا ب 42.60%، أما التي لا تستخدم هذا الشكل التفاعل فقد بلغت 19.50%.

كذلك تبقى هذه النسب مرتفعة عند من يستخدمون شبكة المعلومات الدولية عدة مرات في الأسبوع، ب 30.35% غالبا، 35.71% أحيانا ونسبة 34% لا تستخدم البريد الإلكتروني، في حين تنخفض نسبة المشاركة عند من يستعمل شبكة الأنترنت مرة في الأسبوع وأقل من ذلك.

¹ محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره ص 273.

لتمركز في المرتبة الثانية خدمة المراسل عند المستجوبين، حيث بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت يوميا لهذه التقنية 27.8% في الغالب، و28.70% في بعض الأحيان، والأمر مشابه نوعا ما لمن يستخدم الشبكة عدة مرات في الأسبوع، في حين ترتفع نسبة من لا يستخدم هذه الخدمة تماما، عند مستعملي الشبكة العنكبوتية مرة في الأسبوع، وأقل من ذلك بنسبة 70.9%، و69.23% على التوالي.

وفيما يتعلق بغرف الحوار فهي ثالث الأشكال التفاعلية معرفة لدى المبحوثين، فقط 8.33% ممن يستخدمون شبكة الأنترنت يوميا يشاركون في هذا النوع أو 24.07% أحيانا، حيث تبقى 67.6% لمن لا يستخدمها، أما الأفراد المتعرضين لشبكة الأنترنت عدة مرات في الأسبوع لا يستخدمونها بنسبة 85.71% ومرة في الأسبوع 88.50%.

لتبقى في آخر مرتبة القوائم البريدية بنسبة منخفضة في الإستخدم، مرتفعة في عدمه، وكذلك كلما قلت المرات التي يستخدم فيها الأنترنت عند المبحوثين، كلما إنخفضت فيها نسب المشاركة بهذه القوائم، لتتعدم في بعض الأحيان، فمثلا من يستخدم الأنترنت يوما، لا يستعين بهذه التقنية بنسبة 71.3% والذي يستخدم الشبكة مرة في الأسبوع، يعزف عن إستخدام القوائم البريدية بنسبة 83.33%.

الجدول رقم 44: بين العلاقة بين أسباب عدم قراءة الصحف الإلكترونية ومتغيري السن، الجنس ومكان الإقامة

| مكان الإقامة | | السن | | | | | | | | | | الجنس | | المتغيرات أسباب عدم المطالعة | | |
|--------------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------------|-------|--------------|-------|---------------|-------|--------|-------|------------------------------------|-----|--|
| ريف | | مدينة | | من 40 سنة | | من 30-39 سنة | | من 20-29 سنة | | أقل من 20 سنة | | أنثى | | | ذكر | |
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | | % | العدد |
| %18.18 | 6 | %24.40 | 10 | %33.33 | 2 | %11.11 | 1 | %22.30 | 10 | %21.50 | 3 | %20.50 | 9 | %23.3 | 7 | لأنني لا أعرف مواقع الصحف |
| %18.50 | 16 | %44 | 18 | %66.66 | 4 | %44.60 | 4 | %35.55 | 16 | %28.60 | 4 | %52.3 | 23 | %36.66 | 11 | لأن لا شيء أفضل من النسخة الورقية |
| %15.15 | 5 | %24.40 | 10 | %0 | 0 | %22.22 | 2 | %17.80 | 8 | %35.80 | 5 | %22.72 | 10 | %16.70 | 5 | للمواظبة على قراءة الصحف الورقية |
| %18.18 | 6 | %7.30 | 3 | %0 | 0 | %22.22 | 2 | %24.50 | 11 | %14.30 | 2 | %4.60 | 2 | %23.33 | 7 | لأن هناك مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية |
| %100 | 33 | %100 | 41 | %100 | 6 | %100 | 9 | %100 | 45 | %100 | 14 | %100 | 44 | %100 | 30 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على إستمارة البحث

يتبين من الجدول (44)، الذي يدرج العلاقة بين متغير السن، الجنس ومكان الإقامة بعدم قراءة الصحف الإلكترونية، أن أكثر الدوافع التي تدفع بالمبحوثين الذكور والإناث بعدم التعرض إلى هذا النوع من الصحف يرجع بالدرجة الأولى، لتفضيلهم النسخة الورقية، فهم يعتقدون في ذلك أن لا شيء أفضل من الصحافة المطبوعة بنسبة 88.96%، ويتبين أن الإناث أكثر تشبهاً بهذا الرأي من الذكور، إن بلغت نسبتهم 52.3%، في المقابل 36.66% بالنسبة للذكور.

وفي الترتيب الثاني يتضح أن 43.8% من الذكور والإناث يعزفون عن القراءة الإلكترونية لعدم درايتهم بمواقع الصحف بنسبة 23.3% للذكور و20.50% للإناث، وجاء في الترتيب الثالث، سبب المواظبة على قراءة الصحف الورقية دافع عدم ممارسة العملية الإلكترونية بنسبة 22.72% عند الإناث و16.70% عند الذكور.

وفي المراتب المتأخرة جاء مبرر وجود مواقع على شبكة الإنترنت أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية، بنسبة 23.33% بالنسبة لجنس الذكور، و4.60% عند الإناث.

وكذلك تبقى المرتبة الأولى منسوبة إلى الأفضلية للصحافة الورقية مقارنة بالصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص، وذلك عند جميع الفئات العمرية، بالخصوص المبحوثين الذين يفوق سنهم 40 سنة، بنسبة 66.66%، وكذلك الفئة العمرية 30 سنة إلى 39 سنة، والشباب ذوي سن 20 سنة إلى 29 سنة بلغت نسبتهم 35.55%، وفي الأخير نسبة 28.60%.

وما يتعلق بأولويات عدم تصفح الجرائد الإلكترونية بشكل رئيسي عند فئة أقل من 20 سنة، هو المواظبة على قراءة الصحف الورقية بنسبة 35.80%، والفئة العمرية (20 سنة إلى 29 سنة) للمبحوثين لا يتعرضون لهذه الصحف بالدرجة الأولى إلى جانب الأفضلية الورقية؛ وجود مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية، بنسبة 24.50%، أما الأشخاص الذين يمتد عمرهم من 30 سنة إلى 39 سنة، دائما إلى جانب الأفضلية للصحف الورقية، هو المواظبة على قراءة الصحف الورقية ووجود مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية بنسب متعادلة نسبة 22.22%.

أما عند الأفراد من يفوق سنهم 40 سنة، فقد كانت ثاني الأسباب مرتبة عندهم لعدم قراءة الصحف إلكترونيا، هو عدم معرفتهم مواقعها 33.33%، وإنعدمت النسب بالنسبة للسببين الآخرين.

توضح البيانات الإحصائية المبينة في هذا الجدول وجود علاقة بين مكان إقامة المبحوثين وعدم مطالعة الصحف إلكترونيا، حيث أن إعتقاد الأفضلية الأولى للصحف الورقية كانت أقوى الدوافع تبريرا عند سكان المدينة بنسبة 44% وسكان الريف بنسبة 48.50%.

أما المرتبة الثانية عند سكان المدينة، فكانت بنسبة 24.40%، لعدم معرفة مواقع الصحف، وللمواظبة على قراءة الصحف الورقية، أما سكان الريف فهم يعللون عدم تعرضهم للجرائد على الأنترنت، هو عدم معرفتهم كذلك المواقع الإلكترونية بنسب متساوية قدرت بـ 18.18%.

الجدول رقم 45: يبين علاقة متغير السن والمستوى التعليمي بتأثير الصحف الإلكترونية على قراءة الصحف الورقية.

| المستوى التعليمي | | | | | | | | السن | | | | | | | | المتغيرات تأثير تصفح الصحف الإلكترونية |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|---------------|-------|----------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|---------------|-------|--|
| ما بعد التدرج | | عالي | | ثانوي | | إبتدائي/أساسي | | 40 سنة فما فوق | | من 30 إلى 40 سنة | | من 20 إلى 29 سنة | | أقل من 20 سنة | | |
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| %21.89 | 7 | %11.88 | 17 | %12.12 | 4 | %20 | 1 | %12.12 | 4 | %15.90 | 7 | %13.70 | 16 | %10 | 2 | أنهي اعتمادي تماما على الصحف الورقية |
| %28.12 | 9 | %23.07 | 33 | %21.21 | 7 | %20 | 1 | %12.12 | 4 | %27.27 | 12 | %23.07 | 27 | %35 | 7 | قلل إعتمادي على الصحف الورقية بشكل كبير |
| %21.87 | 7 | %23.07 | 33 | %24.24 | 8 | %60 | 3 | %21.21 | 7 | %25 | 11 | %24 | 28 | %25 | 5 | قلل إعتمادي على الصحف الورقية إلى حد ما |
| %28.12 | 9 | %41.95 | 60 | %42.42 | 14 | %0 | 0 | %54.54 | 18 | %31.9 | 14 | %39.31 | 46 | %30 | 6 | لم يؤثر إطلاقا على قراءتي للصحف الورقية |
| %100 | 32 | %100 | 143 | %100 | 33 | %100 | 5 | %100 | 33 | %100 | 44 | %100 | 117 | %100 | 20 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

يتضح من خلال الجدول أن علاقة أغلبية المبحوثين بالصحافة التقليدية لازالت قائمة إلى يومنا هذا، على الرغم من بروز الصحافة الإلكترونية على الشبكة المعلوماتية، حيث أن غالبية المبحوثين ومن مختلف الفئات العمرية يؤكدون عدم تأثير الصحافة الإلكترونية على قراءتهم للصحف الورقية حيث بلغت أقصاها عند الأفراد الذين يزيد عمرهم عن سن الأربعين بنسبة 54.54%، والفئة العمرية من 30 سنة إلى 40 سنة بنسبة 31.9%، في المقابل نسبة 39.31% للشباب الذين يمثل سنهم من 20 سنة إلى 29 سنة، أما الشباب أقل من 20 سنة، فإن تعرضهم لتصفح الصحف إلكترونيا قلل بشكل كبير اعتمادهم على الصحف الورقية، بنسبة 35%، ونسبة 30% ترى عكس ذلك نظرا لعلاقتهم الدائمة بمطالعة الصحف الورقية، وفي المقام الثاني عند الفئة العمرية 20 سنة إلى 29 سنة، يرون بأن الصحف الإلكترونية قللت اعتمادهم على المطبوعة إلى حد ما بنسبة 24.00%، وأفراد العينة الذين يمتد سنهم من الثلاثين حتى الأربعين، ترى نسبة 27.27% منهم أن الاعتماد الإلكتروني للصحف قلل بشكل كبير من مقروئية الصحف المطبوعة.

أما علاقة المستوى التعليمي بتأثر الصحف الورقية، فيظهر لنا الجدول ذاته أن في فئة المستوى الابتدائي غالبية المبحوثين أثناء تعرضهم للصحافة الإلكترونية قللوا اعتمادهم على الصحف الورقية إلى حد ما، بنسبة فاقت الخمسين بالمائة حيث بلغت 60%، أما النسبة المتبقية منهم من أنهى اعتمادهم تماما على الصحف الورقية، ومنهم من قلل اعتمادهم عليها بشكل كبير بنسب متساوية قدرت بـ 20% لكل واحدة، في المقابل فئة المستوى الثانوي، فلم يؤثر على الإطلاق إستخدامهم للصحف إلكترونيا

الفصل السادس: دراسة تحليلية لاستخدامات واشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك.

على مقروئية الصحف المطبوعة بنسبة 42.42%، أما نسبة التأثير التي إحتلت المرتبة الثانية عند ذات الفئة، فقدرت بـ 24.24% وكان فيها التأثير محدودا.

كذلك أصحاب المستوى الجامعي أكدوا في أجوبتهم على أن الصحافة الإلكترونية لم تؤثر بثباتا على علاقتهم بالصحف التقليدية بنسبة 41.95%، أما فئة ما بعد التدرج فقد إنشطرت آراء المستجوبين فيها بنسب متعادلة إلى فئة تعتقد أن ممارستهم لتصفح الصحف على شبكة الأنترنت أثر على قراءتهم للصحف الورقية بشكل كبير بنسبة 28.12%، وفئة أخرى ترى عكس ذلك في أن تعرضهم للصحافة الفورية لم تنقص من نسبة تعرضهم للصحف التقليدية بالنسبة ذاتها (28.12%).

الجدول رقم 46: يبين المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأكثر الوسائل

إستخداما عند أفراد العينة.

| الترتيب | معامل الاختلاف | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المقاييس الإستخدام |
|---------|----------------|-------------------|-----------------|-----------------------|
| الأولى | 1.62% | 0.027 | 1.27 | الصحف الورقية |
| الثانية | 2.12% | 0.018 | 1.11 | الصحف الإلكترونية |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث.

يؤكد الجدول أعلاه رياضيا دور وسائل الإعلام التقليدية، وكذلك الحديثة كمصدر مهم للمعلومات لدى أفراد العينة المدروسة، إذ وكما يوضح الجدول رقم 46 ، فإن 1.27 كمتوسط حسابي نالته الصحف الورقية ، يظهرها كأول إختيار لديهم في القراءة والإستخدام ،وهو ما أكدته الجداول البسيطة السابقة لإرتفاع نسبة الممارسين لهذه العملية، أما الصحف الإلكترونية فهي في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي قدر 1.11 ، أما الإنحراف المعياري فيساوي 0.027 للصحف الورقية ، و 0.018 للصحف الإلكترونية ، وهذا ما نالته الجرائد الورقية في مراتب الإهتمام والإستخدام عند

الفصل السادس: دراسة تحليلية لاستخدامات واشباعات جمهور القراء للصحافة الالكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك.

المبحوثين، والملاحظ من خلال حساب معامل الاختلاف لكلا الوسيلتين ، أن معامل الاختلاف

لإستخدام الصحف الإلكترونية 2.12% أكبر من معامل الاختلاف للإستخدام الورقي ب1.62

، وبالتالي الإستعمال الإلكتروني أكثر تشتتاً من الإستعمال الورقي الخاص بعينة الدراسة.

الجدول رقم 47: يبين المتوسط الحسابي، الإنحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأكثر

الصحف الثانوية إستخداما عند أفراد العينة.

| الترتيب | معامل الاختلاف | الإنحراف المعياري | المتوسط الحسابي | المقاييس مطالعة جرائد اخرى |
|---------|----------------|-------------------|-----------------|----------------------------------|
| الأولى | 2.07% | 0.029 | 1.40 | جرائد ورقية أخرى |
| الثانية | 2.24% | 0.029 | 1.29 | جرائد إلكترونية أخرى |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يشير الجدول رقم 47 إلى أن المبحوثين يطالعون صحفا أخرى زيادة على مطالعة صحفهم المفضلة سواء الصحف التقليدية، أم النسخ الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وهو ما أثبت في الجداول السابقة الخاصة بمحاور الدراسة التطبيقية، لكن الجرائد الأخرى الأكثر مطالعة عند جمهور المبحوثين كانت لنصيب الصحف المطبوعة بمتوسط حسابي 1.40 مقارنة مع متوسط الجرائد الإلكترونية الأخرى المتقارب الذي قدر 1.29 في ثاني مرتبة، والملاحظ هو تساوي إنحرفهما المعياري بقيمة 0.029،

ونائج الجدول توضح أن مطالعة الجرائد الورقية أقل تشتتا من مطالعة نظيرتها الإلكترونية، لأن معامل

الإختلاف الورقي 2.07 مقارنة بمعامل الإختلاف 2.24.

الجدول رقم 48: يبين مطالعة الصحف الورقية من طرف افراد العينة وفق متغير الجنس.

| مطالعة الصحف الورقية | | | | | | المطالعة | |
|----------------------|-----------------|----------------------|--------------------|--------|-------|----------|---------|
| الدالة | قيمة T sig*1 | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة | العدد | الجنس | |
| دالة | 0.05 | 0.34 | 1.09 | 39.13% | 108 | ذكر | الجنس |
| | | 0.21 | 1.14 | 60.86 | 168 | أنثى | |
| | | 0.27 | 1.11 | %100 | 276 | | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن قيمة إختبار "ت" بلغت 0.05 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، فيما يتعلق بمدى مطالعة الصحف المطبوعة ورقيا، إذ بلغ المتوسط الحسابي الكلي 1.11، ولكن لصالح الإناث في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 1.14 وإنحراف معياري 0.21، مقارنة بمتوسط الذكور ب

* هو نوع من الاختبارات الاحصائية حول الفرق بين متوسطين (متوسط اداء العينة الاولى مستقل عن متوسط اداء العينة الثانية)، اي لا يوجد بين البيانات ارتباط ما يسمى اختبار T لعينتين مستقلتين INDEPENDENT SAMPLES T.TEST

1.09 وانحراف معياري 0.34 ، وهذا يعني أن الإناث أقل تشتتا وأكثر تعرضا للصحف المطبوعة

وبالتالي نخالف للمرة الثانية مقولة أن الصحف للرجال.

الجدول رقم 49: يبين مطالعة الصحف الإلكترونية من طرف أفراد العينة وفق متغير الجنس والمستوى التعليمي.

| مطالعة الصحف الإلكترونية | | | | | | مطالعة الصحف الإلكترونية | |
|--------------------------|----------|-------------------|-----------------|--------|-------|--------------------------|---------|
| الدلالة | قيمة Sig | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة | العدد | المتغيرات | |
| دالة | 0.04 | 0.042 | 1.28 | %43 | 92 | ذكر | الجنس |
| | | 0.035 | 1.27 | %57 | 122 | أنثى | |
| دالة | 0.03 | 0.15 | 1.5 | 2.18% | 6 | إبتدائي/أساسي | المستوى |
| | | 0.70 | 1.23 | %15.5 | 33 | ثانوي | |
| | | 0.06 | 1.50 | %66.8 | 143 | جامعي | |
| | | 0.06 | 1.37 | %15 | 32 | مابعد التدرج | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

تشير نتائج الجدول 49 إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، وكذلك ما يتعلق بالمستوى التعليمي للأفراد المستخدمين للصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، حيث بلغت قيمة "ت" 0.03 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجات استخدام ومطالعة الصحف الإلكترونية، وذلك لكلا الجنسين تقريبا، حيث بلغ متوسط الذكور 1.28 بإنحراف معياري 0.042، ومتوسط الإناث بلغت قيمته 1.27 بإنحراف معياري 0.035، هذا يعني أن كلا الفئتين سواء الذكور أم الإناث تبديان إهتماما بمطالعة الصحافة على الشاشة، لكن الملاحظ هو أن فئة الإناث أقل تشتتا من فئة الذكور. ووفقا لمتغير المستوى التعليمي، أثبتت النتائج من خلال الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، لأنه وحسب إختبار "ت" بلغت القيمة 0.03، لكن الواضح هو أن الأفراد ذوي المستويات العلمية العالية هم الأكثر تعرضا وإستخداما للصحافة الإلكترونية، حيث أن المبحوثين ذوي المستوى الجامعي تركزوا في المقدمة بمتوسط حسابي يساوي 1.50 وإنحراف معياري 0.06، والمركز الثاني لأصحاب مستوى ما بعد التدرج بمتوسط 1.37 وإنحراف معياري يساوي 0.06، والملاحظ هو إقتراب الإنحرافين من متوسطهما الحسابي، وبالتالي نلمس تجانسا في الفئتين، على عكس فئة المستوى الثانوي التي تحصلت على ثالث مرتبة بإنحراف يساوي 0.7 ومتوسط حسابي 1.23، أما آخر المراتب إستخداما للصحافة اللاورقية يشار إلى المستوى الأساسي بإنحراف معياري 0.15، ومتوسط حسابي يساوي 1.18 وبالتالي يظهر تباينا في هتين المجموعتين الأخيرتين.

الجدول رقم 50: يبين العلاقة بين مكان استخدام شبكة الإنترنت من طرف أفراد العينة ومتغير مكان الإقامة.

| الدالة | قيمة T sig | ريف | | مدينة | | مكان الإقامة مكان الاستخدام |
|--------|------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| | | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | |
| دالة | 0.02 | 0.03 | 1.80 | 0.027 | 1.88 | في أماكن العمل |
| دالة | 0.01 | 0.051 | 1.84 | 0.025 | 1.70 | في مقاهي الإنترنت |
| دالة | 0.02 | 0.057 | 1.20 | 0.028 | 1.48 | في المنزل |
| دالة | 0.05 | 0.51 | 1.83 | 0.026 | 1.71 | في المكتبات |
| | 0.02 | 0.16 | 1.69 | 0.026 | 1.66 | المجموع |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث.

تشير نتائج الجدول رقم 50 إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة سكان المدينة وسكان الريف محل دراستنا، فيما يتعلق بمكان استخدام شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة "ت" فيما يرتبط بالإبحار عبر الشبكة في أماكن العمل 0.02، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، ما يعني بوجود فروق بين سكان المدينة وسكان الريف في كثافة استخدام الإنترنت في العمل، وذلك لصالح سكان المدينة مقارنة بسكان الريف بمتوسطين متقاربين قدرهما 1.88 و 1.80،

على التوالي وهو ما يعني مدى إهتمام المبحوثين باستخدام شبكة الإنترنت لدرجة إستغلالهم فرصة تواجدهم في العمل حتى يستخدموا الشبكة لأغراض مختلفة.

أظهرت النتائج كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية، ما يرتبط بالتعرض للشبكة في مقاهي الإنترنت، بقيمة "ت" قدرت ب 0.01 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ويختلف هذه المرة عن أماكن العمل ليكون لصالح سكان الريف بمتوسط حسابي قدر ب 1.84 وإنحراف معياري 0.051، أما سكان المدينة فقد بلغ متوسط حسابهم بشأن هذا الإستخدام 1.70 وإنحراف معياري 0.025، والملاحظ هو أن هذه الأخيرة أقل تشبها من الفئة الأولى، وربما يعود سبب هذا التعرض المكثف في مثل هذه الأماكن بالنسبة للمقيمين في الريف هو قلة توفر خدمة الإنترنت في منازلهم، لتشير النتائج المبينة في الجدول ذاته وجود الفروق الدالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، لأن قيمة "ت" قدرت ب 0.02 فيما يتعلق باستخدام الإنترنت في المنزل، حيث أن سكان المدينة هم الأكثر إستخداما بمتوسط حسابي قدر ب 1.48 وإنحراف معياري 0.028 مقارنة بسكان الريف الذين إحتلوا المرتبة الثانية بمتوسط قدر ب 1.20 وإنحراف معياري 0.057، ويظهر أن الإنحرافين المعياريين أكثر إقترابا من وسطهما الحسابي، وبالتالي نلمس تجانسا، وهو ما يعلل كثرة تواجد سكان الأرياف في مقاهي الإنترنت، أما المكتبات فقد حظيت هي كذلك بالإقبال الشبكي لكلا الفئتين، وتثبت النتائج وجود فروق دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث بلغت قيمة "ت" 0.05 والملاحظ أن هذا الإستخدام نجده بالدرجة الأولى عند سكان الريف بمتوسط حسابي 1.83 وإنحراف معياري قدر ب 0.51 مقارنة بسكان المدينة الذي بلغ متوسطهم 1.71 وإنحراف أقل تشبها قدر ب 0.026.

الفصل السادس: دراسة تحليلية لاستخدامات واشباعات جمهور القراء للصحافة الالكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك.

تبين نتائج الجدول كذلك أن المتوسط الحسابي الكلي لأماكن استخدام الإنترنت بالنسبة لمتغير المدينة كمكان إقامة بلغ 1.69 والانحراف المعياري الكلي 0.026، أما متغير الريف كمكان للإقامة فقد بلغ المتوسط الإجمالي 1.66 وهو مقارب للمدينة، وانحراف معياري 0.16 وهو أكثر تشتتاً، والملاحظ هو أن كلا المتوسطين أكبر من الأداة الثانية، وبالتالي حسب قيمة "ت" الإجمالية والتي قدرت 0.02 نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مكان الإقامة واستخدام شبكة الإنترنت.

الجدول رقم 51: يمثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والقيمة التائية لإجابات أفراد العينة المرتبطة بأشكال التفاعل في الصحف

الإلكترونية وفق متغير السن.

| الدلالة | قيمة T sig | من 40 فما فوق | | من 30 سنة إلى 39 سنة | | من 20 سنة إلى 29 سنة | | أقل من 20 سنة | | السن التفاعلية |
|----------|---------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------|----------------------|-------------------|
| | | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | |
| دالة | 0.03 | 2.81 | 0.08 | 2.76 | 0.09 | 2.76 | 0.05 | 2.63 | غرف الحوار | |
| غير دالة | 0.13 | 2.60 | 0.12 | 2.39 | 0.072 | 2.33 | 0.18 | 2.24 | خدمة المراسل | |
| دالة | 0.03 | 1.91 | 0.78 | 2.10 | 0.071 | 2.31 | 0.16 | 1.87 | البريد الإلكتروني | |
| غير دالة | 0.29 | 2.81 | 0.08 | 2.76 | 0.05 | 2.68 | 0.09 | 2.67 | القوائم البريدية | |

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على إستمارة البحث

تبرز نتائج الجدول رقم 51، أن قيمة "ت" تساوي 0.03 ما يتعلق بعنصر غرف الحوار، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، بمعنى هناك فروق ذات دلالة إحصائية في هذا الشكل التفاعلي من طرف الباحثين في استخدامهم للصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت تبعاً لمتغير السن، وذلك لصالح المستجوبين الشباب الذين يفوق سنهم الأربعين بمتوسط حسابي يساوي 2.81 وإنحراف معياري 0.08، أما المرتبة الثانية فكانت لمن يتراوح سنهم من 30 سنة إلى 39 سنة، وللأفراد ما بين 20 سنة إلى 29 سنة، بمتوسطين متساويين 2.76 وإنحرافين معياريين 0.08 و 0.09، أما المقام الأخير فقد كان لمن يقل سنهم عن العشرين، بمتوسط حسابي 2.63 وإنحراف معياري 0.05 .

وفيما يخص الشكل التفاعلي خدمة المراسل فقد كشفت نتائج الجدول بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، في استخدام الأفراد الباحثين من جميع الفئات العمرية، إذ تبين أن القيمة التائية، بلغت 0.13، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05، كذلك الأمر ذاته المتعلق بالقوائم البريدية، إذ تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية، فيما يخص تفاعل الباحثين بهذا النوع الإتصالي، في الصحافة الإلكترونية، إذ بلغت القيمة التائية 0.29.

وتشير نتائج الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين من أقل من 20 سنة، من 20 سنة إلى 29 سنة، من 30 سنة إلى 39 سنة، ومن يفوق سنهم الأربعين سنة، فيما يخص البريد الإلكتروني كشكل من أشكال التفاعلية، والذي سبق وأن تمركز في المرتبة الأولى في الجداول السابقة كأكثر المجالات التي يتفاعل من خلالها مستخدموا الصحافة الإلكترونية، حيث قدرت قيمة "ت"

الفصل السادس: دراسة تحليلية لاستخدامات واشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك.

0.03 ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 ، مما يعني وجود فروق بين مختلف الفئات العمرية محل الدراسة ، ولقد جاءت هذه الفروق لصالح الشباب من 20 سنة إلى 29 سنة ، بمتوسط حسابي 2.31 وإنحراف معياري 0.071 ، أما المرتبة الثانية فقد كانت لفئة 30 سنة إلى 39 سنة ، بمتوسط حسابي 2.10 وإنحراف معياري 0.12 ، أما المرتبة الثالثة فكانت لمن يفوق سنهم الأربعين بمتوسط حسابي 1.91 وإنحراف معياري 0.78 ، لتبقى في الأخير فئة يقل سنهم عن العشرين سنة ، بمتوسط حسابي وإنحراف معياري قدر ب 1.87 و 0.16 على التوالي .

والملاحظ من خلال هذه النتائج أن الشباب هم من يحسنون استخدام المفاتيح الإلكترونية ، وهم الأكثر تمكنا وتحكما وإهتماما بالتفاعلية التي تتيحها الشبكة بصحافتها الإلكترونية .

المطلب الثاني: الإستنتاجات المتعلقة بالجداول المركبة.

من خلال تحليل البيانات الإحصائية الواردة في الجداول المركبة توصلنا إلى الإستنتاجات التالية:

تتعدد الفضاءات التي يستخدم فيها أفراد العينة لشبكة المعلومات الدولية، من منزل، مقاهي الأنترن، مكاتب، وحتى في أماكن العمل، و هو ما يبين الدور الهام الذي أضحت تتميز به هذه الوسيلة الحديثة عند المبحوثين نظرا للإمكانيات المتطورة و المتنوعة التي تحملها، لكن الملاحظ هو أن نسبة مرتفعة من المبحوثين تستخدم هذه الشبكة في المنزل كأكثر الأماكن تفضيلا في الإستخدام (نسبة تفوق 50 %)، فعلى الرغم من إرتفاع تكلفة الأنترن إلا أنها لا تعرف ترددا في إدخال خدمتها في أماكن السكن، بإعتبارها وسيلة ليست بالكمالية في ممارستهم اليومية، و في الوقت ذاته يطالع المبحوثون المستخدمون للصحافة الإلكترونية جرائدهم ، عبر الأنترن في المنزل كذلك و هو ما يوضح العلاقة الإرتباطية ما بين كثافة إستخدام الأنترن و مكان إستعماله و مكان مطالعة الصحافة الإلكترونية وكثافة تصفحها، بحيث كلما زاد إستخدام الأنترن في المنزل كلما زادت فرصة مطالعة الجرائد إلكترونيا في المكان ذاته، و يمكن أن نفسر طبيعة هذا التعرض المكثف للصحافة الإلكترونية في المنزل، هو كون أن الأفراد غالبا ما يكونون في إنشغال دائم خارج المنزل منهم من يعمل ، و منهم من يدرس، و منهم من يمارس أشغاله اليومية بعيدا عن إمكانية إستيقاء الأخبار... إلخ، و لكن القاسم المشترك الذي يجمع هذه الشرائح هو العودة إلى المنزل، بإعتباره منبع الإسترخاء و الراحة و الهدوء أين يستطيع الفرد التعرض لمختلف الوسائل الإعلامية و الإتصالية و التركيز في التصفح الإلكتروني و التثقف.

كشفت الدراسة أن جمهور المستخدمين يقبلون على التعرض إلى الصحافة الإلكترونية بدون إنقطاع (يومية) بنسبة 50% ، فعلى الرغم من الإزدحام و الزخم الذي يشهده عالم الإتصال بالعديد من التقنيات الإتصالية، إلا أن التعرض إلى الأنترنت ، و ممارسة نمط القراءة الإلكترونية أضحى مكثفا كلما زاد تعرض المبحوثين إلى استخدام الشبكة ، و هو ما يبين العلاقة الطردية بين الإستخدام الإلكتروني و المطالعة اللاورقية للصحف.

إن الذكور أكثر تعرضا لشبكة الأنترنت من الإناث بصفة مستمرة و يومية، و يمكن أن نفسر هذا التباين في نسب التعرض ، هو التباين في الإهتمام الذي يدفع كلا من الجنسين لإستعمال هذه الشبكة، فقد يكون الإهتمام الأولي عند الإناث هو البحث العلمي و قراءة الكتب إلكترونيا، أو تحميل الملفات و هو ما لا يكون بشكل مستمر، كما قد يكون سبب الإبحار داخل الشبكة عند النوع الثاني هو الدردشة و إقامة العلاقات مع الزملاء و الأصدقاء ، أو الألعاب الإلكترونية...إلخ.

كشفت الدراسة كذلك أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من الثلاثين إلى تسع و ثلاثين أكثر الأفراد تعرضا لشبكة الأنترنت بشكل يومي (غير متقطع) ، إلى جانب فئة الشباب المتراوح سنهم من 20 سنة إلى 29 سنة، في حين تنخفض نسبة التعرض الإلكتروني عند المبحوثين من تقل أعمارهم عن سن العشرين، و يمكن أن نفسر هذا الإختلاف النسبي هو الإحتياجات الخاصة عند كل فئة عمرية، و لكن في الوقت نفسه هذا التعرض اليومي المتقارب عند مختلف الشرائح و اليومي، يثبت ولوع المبحوثين بهذه الشبكة، و التبنى الحاضر لكل ما هو حديث ، و الميل إلى التغيير و التجديد، كذلك إتقان إستخدام هذه التكنولوجيا عند الشباب و كذلك من يتعدى سنهم 30 من العمر، و هو ما لا

يوافق الدراسة التي قام بها مركز "Credoc" في فرنسا، وكذلك دراسة جمال عبد العظيم حول المتغيرات المؤثرة في معدلات استخدام الأنترنت في البحرين، إذ أن النتائج أكدت في كلتا الدراستين أن نسبة استخدام شبكة الأنترنت ترتفع عند الفئة العمرية من 18 سنة إلى 24 سنة، عكس الفئة العمرية الأخرى، (من 24 فما فوق) و بالتالي أثبتت الدراسة أن النشاط الإلكتروني غير الشبكة العنكبوتية ليس مقتصرًا على فئة دون سواها بل هو حاضر و لكن حسب الحاجات المحددة التي يرغب فيها كل مبحوث إلى تحقيقها بما يتوافق و عمره.

تبرز النتائج أن المستوى التعليمي له أثر واضح في تحديد الوسيلة الإلكترونية و مدى التعرض لها، بحيث أن ممارسة نمط القراءة الإلكترونية تزداد لدى المستويات الجامعية، و تنخفض لدى المستويات الأساسية و الثانوية، بخلاف أصحاب مستوى ما بعد التدرج الذين لا يقبلون على المطالعة اللاورقية بصفة مرتفعة، و هو ما يؤكد الاعتقاد السائد في الأدبيات، بأن مشاهدة وسيلة التلفزيون (الإذاعة المرئية) ترتفع كلما كان المستوى التعليمي للفرد منخفض، لكن يكون المتعلم و المثقف أكثر قدرة على فهم و إستيعاب المقصود من الرسائل الإتصالية عبر الصحافة بصورة أكثر، أما عن الإنخفاض في النسب عند أصحاب مستوى ما بعد التدرج فيمكن أن يفسر في بغية هؤلاء الأفراد الحفاظ على ممارسة العادة التقليدية المتمثلة في مطالعة الصحف ورقيا، و ليس في عدم مواكبة التطور التكنولوجي.

تبرز النتائج كذلك أن نسبة الإناث من أفراد العينة المستخدمة للصحافة الإلكترونية إستحوذت على نسبة قراءة إلكترونية مرتفعة نوعا ما و التي فاقت نسبة الذكور (57% مقابل 43% عند الذكور)، كذلك الأمر ذاته فيما يتعلق بهذا المتغير (الجنس) و مطالعة الصحف ورقيا، في أن نسبة الإناث فاقت

نسبة الذكور بكثير (60.86% إناث مقابل 39.13 عند الذكور) ، و هو ما يفسر بأن المطالعة الصحفية أضحت عادة عند كلا الجنسين سواء كانت ورقية أم إلكترونية، و هو ما يختلف مع المقولة الشعبية الشائعة بأن "الصحف للرجال" ، إذ أن الإقبال الأنثوي أضحى منافسا قويا وفاق الإقبال الذكوري، و هو ما يبين إهتمام كلا النوعين بهتين الوسيلين (الإلكترونية و الورقية).

يظهر جليا مواكبة أفراد العينة للتكنولوجيات الإعلامية و الإتصالية و أبرزها الصحافة الفورية نظرا لما تتيحه لهم من خدمات و مميزات، حيث أن هناك علاقة بين التعرض إلى الصحف الإلكترونية و متغير السن، فكلما تقدم العمر كلما زاد تبني أفراد العينة لمطالعة الجرائد على شبكة المعلومات الدولية، و هو أمر منطقي لأن الفرد عندما ينتقل من سن المراهقة إلى مرحلة ما بعد المراهقة، ... وهكذا يصبح أكثر نضجا من قبل، و أكثر قابلية للإستقرار و لاستيعاب ما يقدم من أخبار و تفاصيل معمقة ، و بالتالي يستقيها من هذا النوع من الوسائل الإتصالية ، عكس الفئات العمرية الصغرى التي غالبا ما تميل إلى الخيال فتتعرض أكثر إلى التلفزيون و كذا شبكة الأنترنت و إلى الألعاب ... إلخ.

تعكس نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين متغيرات السن و المستوى التعليمي و طبيعة مطالعة الصحف الإلكترونية، حيث تهتم الفئة العمرية من 30 سنة إلى 39 و كذلك من 40 سنة فما فوق ، بالتعرض إلى الصحف اللاورقية و بصفة مستمرة دون تقطع ، في حين الأفراد الذين تقل أعمارهم عن الثلاثين سنة يستخدمون هذه الوسيلة بنسب منخفضة و بصفة غير منتظمة تماما، و هو ما يوضح بأن عامل السن هو المتحكم بنمط التعرض و درجة الاهتمام و التفضيل ، و يمكن أن يعود السبب في ذلك في أن الشباب خاصة من يقل سنهم عن العشرين لا يكتفون بإستخدام وسيلة واحدة،

و إذا ما إستخدموا شبكة الأنترنت فيكون ذلك لقضاء أشياء أخرى مثلا البحوث، تعلم الدروس ، الترفيه و التسلية، عكس الفئات العمرية المتقدمة، و التي تكون أقل تذبذبا في الإستخدام ، و أكثر وفاء في التعرض خاصة إلى المحامل التي تقدم أخبارا و معلوماتا تمكنهم من معرفة ما يدور حولهم من وقائع في شتى الميادين.

هناك إرتباط إيجابي بين المستوى التعليمي و التعرض إلى الصحافة اللاورقية بشكل منتظم، فكلما إرتفعت المستويات إلى ما بعد التدرج كلما زادت نسبة التصفح الإلكتروني عند المبحوثين، وهو ما يشير إلى إدراك هؤلاء بالأهمية و المزايا التي تقدمها هذه الصحف في سهولة و سرعة و التعمق، والتفاعل في من مختلف أنحاء العالم.

إن الطبيعة اللامستمرّة (بعض الأحيان) في مطالعة الصحف الورقية هي التي غلبت عند المبحوثين في مختلف الفئات العمرية، و كذلك المستويات التعليمية، حيث أن عند الأفراد الذين يزيد عمرهم عن سن الأربعين لا يطالعون الصحف المطبوعة بشكل مستمر، إلا بنسب منخفضة نوعا ما، كذلك الأمر ذاته لمن يتراوح سنهم بين الثلاثين و التاسع و الثلاثين عاما من 29 سنة فأقل؛ فنسبهم ضئيلة جدا في المطالعة اليومية للجرائد، و المعروف في عادات التصفح الورقي هو أن الأشخاص المتقدمين في السن عادة، أو المتقاعدین هم أكثر الناس قراءة للصحف سواء الناطقة بالعربية أو بالفرنسية ، و هو الأمر الذي لم يظهر بشكل كثيف عند هذه الفئات العمرية، و في المقابل يظهر كذلك أن عدم الإنتظام في قراءة الصحف المطبوعة طغى عند المبحوثين من مختلف المستويات التعليمية، حيث تبين أن صفة الديمومة و عدم الإنقطاع في التعرض إلى هذا النوع من الصحف يكاد يغيب ، إذ

تتعدم نسبته أحيانا عند مستويات تعليمية معينة و في الجهة الأخرى ترتفع النسب إلى حد تفوق به 60% بشكل غير منتظم (أحيانا) عند جميع الفئات التعليمية (الأساسي، الثانوي، العالي، ما بعد التدرج) ، و هو ما يشير إلى أن هناك نمط آخر يتدخل في الممارسات اليومية عند أفراد العينة يجعلهم يقللون تعرضهم إلى الصحف الورقية، ويمكن أن نفسر ذلك بأن النظير الإلكتروني للصحف عبر شبكة الأنترنت هو الذي غير نوعا ما عادة مقروئية الصحف عند أفراد العينة، خاصة عند من يزيد سنهم عن ثلاثين سنة، و من يتمتعون بمستوى تعليمي عالي، و ما بعد التدرج، بالمقارنة بين النتائج يظهر أن الإستمرارية في التصفح الإلكتروني للصحف، هو الشيء الطاعني عند هذه الفئات؛ الأمر الذي يبين مدى الأهمية التي تحتلها الصحافة بصفة عامة عندهم، بامتلاكهم النضج، و الإستقرار الفكري إلى جانب القدرات الفكرية اللازمة للقراءة و التحليل و التفسير لما يقدم من محتوى في الرسائل الإتصالية ، أما المستويات التعليمية المنخفضة ، و ذوي الأعمار المنخفضة كذلك (المراهقين، و الشباب) فنلمس صفة اللإستمرارية حاضرة في كلتا الوصيلتين ، و هو ما يبين عدم النضج الكافي عندهم لقراءة الصحف، إلى جانب النشاط في إستخدام وسائل متنوعة و في وقت واحد، من تلفزيون، هواتف نقالة، أنترنت ، ألعاب فيديو... الذي أضحي عادة راسخة في حياتهم.

تختلف دوافع تعرض أفراد العينة المدروسة للصحافة الإلكترونية باختلاف أعمارهم، حيث أن الخاصية التي تتميز بها الصحيفة الإلكترونية المتمثلة في الفورية في إرسال أحدث الأخبار على مدار اليوم، و إمكانية متابعة ذلك مثل آراء المستقبل، هي الدافع الأساسي الذي يكمن في إستخدام الشباب لهذه الوسيلة (20 سنة إلى 29 سنة)، و كذلك من (30 سنة إلى 39 سنة) ، أما دافع ضرورة

مسايرة التكنولوجيا الحديثة للاتصال هو أساس تعرض المبحوثين من تقل أعمارهم عن سنة العشرين ، في حين السبب الرئيسي في تعرض الأشخاص الذين يمتد عمرهم عن الأربعين فما فوق ميزة التمكّن من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق كونها بديلا سهلا للصحف الورقية، و الملاحظ هنا أن كل هذا التباين في الدوافع يرجع إلى التباين في الإهتمام و في الإحتياجات التي يرغب المستخدم في تحقيقها، إلا أن القاسم المشترك في هذه التفضيلات أنها اقتصرت على الخصائص الإستثنائية الموجودة في الصحافة الإلكترونية ، و الغائبة تماما في الصحافة الورقية.

إن خاصية الحداثة و إستقبال المحتوى بشكل فوري إلى جانب مسايرة تكنولوجيا العصر وضرورته، هي أولى الإهتمامات التي تدفع كلا الجنسين (ذكر، أنثى) إلى ممارسة عملية القراءة الإلكترونية للصحف عبر شبكة الأنترنت، و هذا الأمر مؤثر على ميل الذكور و الإناث إلى الجديد المرافق بالسرعة، فالعالم اليوم يشهد ثورة تقنية فاقت جميع الحدود، و تدفق حاد في المعلومات و الأخبار لمس الشكل و المحتوى، لذلك يتبين من هذه الإهتمامات أن الصحافة الإلكترونية حققت هذه الإحتياجات نظرا لإقتزائها الوطيد بهذا التطور.

توجد علاقة إرتباط قوية بين المستوى التعليمي و الفوائد التي يحققها الدخول إلى مواقع الصحف الإلكترونية ، بحيث كلما إرتفع المستوى التعليمي، كلما زاد إدراك الفرد للأهمية و للمميزات التي تتمتع بها هذه الوسيلة من جهة، و كلما أحسن إستغلالها و إهتم بها أكثر من جهة أخرى، و الملاحظ هو أن أصحاب المستوى التعليمي العالي هم أكثر شرائح المجتمع إهتماما بالصحافة الإلكترونية ، حيث تبين أنها تحقق لهم جميع الفوائد بنسب مرتفعة جدا، من فوائد مراقبة البيئة (عن طريق الحصول على

الأخبار و المعلومات)، فوائد التسلية و الترفيه و شغل وقت الفراغ ، فوائد تنمية مهارات المناقشة الحوار و طرح الآراء، فوائد التواصل الإجتماعي (تكوين صداقات عالمية)، بالإضافة إلى الخاصية الإستثنائية المتمثلة في التفاعلية و التي لقت إهتمام و أهمية بارزة عند هذه الفئة، عكس الفئات التعليمية المنخفضة والتي تبين أن هذه الفوائد لا يرغب في تحقيقها من طرفهم، و بالتالي يظهر بأن تعرض الجامعيين للصحافة الإلكترونية تعدى حدود إستيقاء الأخبار فقط، كما هو معهود في الصحافة الورقية بل ذهب بإستغلال كل يقدم و هو ما غير شكل الإتصال ، من إتجاه واحد إلى عدة إتجاهات، تحول فيه هذا المستخدم إلى مرسل، و ناقد، و مناقش ... إلخ، و هو الأمر الذي إستغلته هذه الوسيلة من شبكة الأنترنت التي تبث من خلالها " و كما يقول أحد الكتاب الإعلاميين: " أن أهم ما تتميز به الوسائل الحديثة ، و في مقدمتها الأنترنت هو الآنية و الخيارات العديدة التي تمنحها للمستخدم من أجل التفاعل مع القائم بالإتصال "فبعد أن كان رد الفعل يأتي متأخرا عبر الرسائل المكتوبة أو الإتصالات الهاتفية" ... لكن إستخدام الشبكات الرقمية و بالأخص الأنترنت في السنوات القليلة الماضية ، فتحت قنوات التواصل و الحوار ، و التفاعل بين عنصرين في العملية الإتصالية : و هما المرسل و المستقبل، ما مكن من سقوط الحواجز بين هذين العنصرين ، في محاولة لإعادة عملية الإتصال إلى طبيعتها المباشرة.¹

يفضل أفراد العينة في تعرضهم إلى مضامين الصحافة الإلكترونية المواضيع و الأخبار المحلية، وهو الإهتمام المشترك الذي جمع كل الفئات العمرية الخاصة بدراستنا إلى جانب خاصية الإستمرارية لهذه العملية الإلكترونية، في حين تتباين مستويات تفضيلهم لبقية المضامين، و الملاحظ كذلك أن المواضيع

¹محمد قلحي، الإتصال الرقمي التفاعلي في عصر الإعلام الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص87.

السياسية كذلك تحظى بإهتمام المبحوثين بشكل طردي ، إذ كلما تقدم العمر كلما إرتفعت نسبة الإهتمام بهذا النوع من المضامين ، كذلك المضمون الرياضي حظي بإهتمام الكثيرين من أفراد عينة الدراسة خاصة فئة المراهقين (أقل من 20 سنة) و فئة الشباب (20 سنة إلى 29 سنة) ، بالإضافة إلى بقية المضامين التي إنخفضت نسبتها من جهة، و إختلفت مستويات تفضيلاتها من جهة أخرى، و المميز كذلك أن هذه التفضيلات المتعلقة بالمحتوى الإلكتروني للجرائد، تتوافق مع المبحوثين من جميع المستويات التعليمية، من الأساسية إلى ما بعد التدرج حيث حازت المضامين المحلية أولى الإهتمامات ، فأخبارها السياسية ... إلخ، و أظهرت النتائج أن التعرض لما هو ذو طابع سياسي يزداد كلما إنتقلنا من المستويات التعليمية الدنيا، إلى المستويات التعليمية العليا و العكس صحيح، و يمكن أن نفسر التوافق الذي جمع علاقة التفضيل المضموني للصحف الإلكترونية بمتغيرا السن و المستوى التعليمي بما يتعلق بالمرتبة الأولى التي حازها المحتوى المحلي، يرجع إلى أن كل فرد يعيش في مجتمع يشترك فيه مع باقي الأفراد في الكثير من العادات و المشاكل و الأوضاع السائدة فيه، (بيئة واحدة) بأوجه مختلفة: سياسية، إقتصادية، إجتماعية ... إلخ، كذلك نجد كل فرد يسعى إلى معرفة كل ما يتعلق بهذه البيئة التي يقطن فيها، حتى يشعر بانتمائه الحقيقي لها ، و لهذا نجد أن مختلف الصحف الإلكترونية خاصة الوطنية منها تضع هذا الأمر في عين الإعتبار، لأن خاصية القرب أمر ضروري في المجتمع الجزائري، و قد أكدت العديد من الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن التعرض للبرامج و المواضيع يرتبط ارتباطا وثيقا بالسن، بحيث يفضل صغار السن المواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة، و كلما تقدم العمر تحول إهتمام الفرد من المضمون الخيالي إلى الموضوعات الواقعية الجادة، كذلك هناك ارتباط إيجابي بين المستوى

التعليمي و التعرض للمواضيع الجادة، حيث توجد علاقة بين مقدرة الفرد الذهنية، و درجة استيعابه للرسالة الإتصالية¹، و هو ما ينطبق مع النتائج المبينة.

إن إستخدام الأفراد لشبكة الأنترنت أضحي حتمية فرضتها التكنولوجيا الإتصالية الحديثة، وهو ما أكدته نتائج الدراسة المتمثلة في الإستعمال المكثف لهذه الوسيلة عند جل أفراد عينة البحث من حيث متغيرات النوع، السن، و المستوى التعليمي، و لعل أهم خاصية تميزت بها هذه الشبكة هي " التفاعلية" ، و لعل كذلك أهم خاصية إستغلتها الصحافة، الإللكترونية "هي التفاعلية ذاتها كذلك لكن بشكل مختلف و أكثر خصوصية، لأن الأمر يتعلق هنا بالمحتوى و الشكل الذي يتواصل على أساسه المرسل(القائم بالإتصال) و المستقبل(المستخدم و المتعرض للصحف إلكترونيا) ، معناه السياق المرتبط بالصحافة ، لكن الملاحظ من خلال النتائج التي كشفتها الدراسة أن هناك أشكال تفاعلية حظيت بإستغلال نسبة معتبرة من الباحثين في حين إنعدم إستخدام الباحثين ذاتهم لأشكال أخرى، فالبريد الإللكتروني تصدر أولى المراتب تفضيلا و إستخداما من طرف المستجوبين و بشكل مستمر، كذلك خدمة المراسل تركزت ثاني الأشكال تفضيلا و إستخداما عند هؤلاء الأفراد محل الدراسة، لتبقي غرف الحوار، و القوائم البريدية آخر الأشكال التفاعلية إستخداما و إهتماما من طرف مستخدمي شبكة الأنترنت، و المتعرضين في ذات الوقت إلى الصحف الإللكترونية ، و هو مؤشر على أن هذه الخدمات التفاعلية ليست متوفرة عند جل الصحف الإللكترونية الوطنية، و في الوقت ذاته إنخفاض خبرة الصحف الجزائرية اللاورقية مقارنة بالدول المتقدمة ، فهي لحد اليوم لا زالت غير قادرة على جلب الفئة

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الإتصال و نظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره،ص:248.

العازفة عن مطالعتها أصلا، و من جهة أخرى قلة الإهتمام بما يخص حب التعرف على مختلف الأشكال التفاعلية الأخرى.

إن تفضيل النسخة الورقية على النسخة الإلكترونية هو الدافع الأول الذي جعل المبحوثين يعزفون عن التعرض للصحافة اللاورقية على شبكة الأنترنت، عند كلا النوعين سواء ذكور و إناث عينة الدراسة، كذلك دافع عدم معرفة هؤلاء المبحوثين بمواقع الصحف الإلكترونية تصدر المركز الثاني بنسب متقاربة عند كلا الجنسين، و هو ما يبين على أنه بالرغم من بروز و أهمية مساندة التكنولوجيا الحديثة، و تبني معظم المبحوثين هذا المولود الإعلامي الجديد "الصحافة الفورية" إلا أن نسبة لا بأس بها، تقر عدم التعرض لهذه النوعية من الصحف ، بحكم أنها تليبي إحتياجاتها من الصحف المطبوعة، و ترى بأن لا شيء يضاهي الجرائد الورقية و لا يمكن إستبدالها ، و عدم دراية أفراد العينة بالمواقع الإلكترونية هو دافع غير كافي لعدم قراءة الصحف الإلكترونية ، بل هو مبرر يعكس عدم فضول المبحوثين إلى التعرض لهذا النوع من الصحافة و التعرف على خصائصها خيفة إستبدالها بالصحف الورقية، و هذا التخوف يشير إلى مكانة الصحافة الورقية عند 74 مفردة من جل أفراد العينة.

إن أكثر الدوافع إلحاحا لعدم تصفح الجرائد على الشبكة العنكبوتية، هو تفضيل النسخة الورقية دائما عند جميع الفئات العمرية الأربعة محل الدراسة، أما الدوافع الأخرى فتتباين نسبها من فئة عمرية إلى فئة أخرى، و لكن الكل أجمع على المكانة التي تحتلها الصحافة الورقية، و الأمر ذاته بالنسبة إلى سكان المدن و سكان الأرياف ، فهم يرون أن لا شيء أفضل من النسخة الورقية، فالظاهر أنهم يستفيدون كثيرا من محتوى هذه الصحف، كذلك سهولة حملها و مطالعتها في أي مكان أراداه الفرد،

و بالتالي فهم يرغبون في المواظبة على هذا النمط الإعلامي، و هو ما يشير إلى درجة الإهتمام بهذه الوسيلة التقليدية على الرغم من وجود الوسائل الأخرى الأكثر تطورا و على رأسها الصحافة الإلكترونية. إن وسائل الإعلام و الإتصال على إختلاف أنواعها (صحافة مكتوبة، صحافة إلكترونية)، تلعب دورا مهما في إستيقاء الأخبار و المعلومات التي تمم الأفراد، و لقد كشفت نتائج الدراسة أن التعرض للصحافة الإلكترونية بكل ما تحمله من سرعة و حركية مع تنوع و تطور المحامل التي يتم تصحفها ، لم يؤثر إطلاقا على مقروئية الصحافة الورقية عند جل الباحثين، ومن مختلف الفئات العمرية، في المقابل مسألة التأثير تتفاوت بتفاوت الفئات العمرية، حيث أن نسب متواضعة من الشب (24 سنة إلى 29 سنة) رأوا بأن التعرض الإلكتروني للصحف قلل الإعتماد الورقي إلى حد ما، في حين الأفراد الذين يفوق سنهم 40 سنة ، قلل إعتمادهم اللاورقي بشكل كبير على مقروئية الصحف الورقية، أما متغير المستويات التعليمية و علاقته بمكانة الصحف الورقية بعد التعرض لها إلكترونيا، فقد تباينت الأجوبة فيمن أنهى الإعتماد، و نسبا أخرى كان التأثير ضعيفا ، و منهم من كان قويا... إلخ، و هذا كله يمكن أن يفسر بأن لكل وسيلة ميزاتھا الخاصة، و أنه لا يمكن على الأقل في الدول السائرة في طريق النمو (مثل الجزائر التي كانت متأخرة نوعا في إطلاق صحفھا عبر الأنترنت) أن تحتل الأنترنت بصحافتھا الإلكترونية مكان الصحافة المكتوبة، و كما ظهر أن التأثير كان نسبيا، و العلاقة بين كلتا الوسيلتين لا زالت قائمة، لكن التصريحات التي أنهت التعامل و التعرض إلى الصحف التقليدية لا بد من أخذھا مأخذ الجد وفي عين الإعتبار، إذ لا بد من التفكير في أمور أخرى تطور من خلالها هذه الصحف (شكلا و محتوى).

المطلب الثالث: الخلاصة العامة للدراسة:

إن قراءة الصحف بإعتبارها سلوكا إتصاليا، سواء كانت قراءة ورقية أم قراءة إلكترونية، ترتبط بأنماط ومظاهر إستخدامها والتعرض إليها، ويمدى ما تحققه هذه القراءة من دوافع وحاجات يستهدفها الفرد، إذا ما جاءت هذه الصحف ومحتواها ومفرداتها ملبية لهذه الدوافع والحاجات " أو يتجنب القراءة، إذا لم ترض بشكل أو بآخر دافعا لدى الفرد أو حاجة من حاجاته التي يستهدفها من التصفح"¹، ومع إختلاف الدوافع والحاجات فإنه من المتوقع إختلاف في عادات القراءة ومظاهر إستخدام الصحف. وتمدنا البيانات المتحصل عليها من خلال تفريغ إستمارات الدراسة، في الفصل التطبيقي المخصص، والتي تم الإعتماد عليها لتحليل الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة، بمجموعة من النتائج المتعلقة بإستخدامات المبحوثين للصحافة الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها، مع الإنعكاس على الصحف الورقية وإستخداماتها، ومن خلال التحليلات السابقة نستنتج ما يلي:

توصلت الدراسة إلى أن معظم أفراد العينة يتعرضون إلى الصحافة المطبوعة، لكن الطابع العام الذي ميز هذه القراءة هو النمط غير المنتظم في عملية المطالعة، ويفسر ذلك بإزدحام المشهد الإتصالي بالعديد من الوسائل الإعلامية والاتصالية، والتي تنافس الصحافة التقليدية، خاصة مع التطور التكنولوجي الذي نعيشه اليوم والميزة، التي تظل تتميز بها الصحف الورقية هي إمكانية

¹ محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سبق ذكره، ص 242.

مطالعتها في أي مكان يرغب فيه المستخدم لها، حيث أن أغلبية المبحوثين يفضلون قراءتها في المنزل بمفردهم.

كشفت الدراسة وجود تفاوت في مستويات التفضيل لطبيعة الجرائد الوطنية، حيث غالبية المبحوثين يفضلون في إبتحاهاتهم: الصحافة الخاصة وعلى الخصوص جريدتي " الخبر " و " الشروق " اليوميين، ويعود السبب في ذلك إلى المحتوى الملامس لأرض الواقع في الرسائل الإعلامية الموجهة للقارئ، وعلى رأسها المواضيع الإجتماعية، على غرار الجرائد الخاصة الأخرى، فيما يبقى مشكل اللغة (الفرنسية) حاضرا عند المبحوثين إذ تبين أن نسبة قليلة منهم فقط تلجأ إلى مطالعة الجرائد الفرانكفونية، وهذا الإقبال في نوعية المطالعة، يعكس وجود خاصية الإنتقائية التي تحضر الإستخدام الورقي لدى المبحوثين.

تشير الدراسة كذلك إلى أنه على الرغم من الإقبال الشديد على جريدتي الشروق اليومي، والخبر اليومي، إلا أن نمط القراءة يستمر عند هؤلاء المبحوثين حتى في حالة تعذر الحصول على هذه الجرائد المفضلة، وهو ما يفسر طبيعة الإرتباط الوثيق بين الجمهور القارئ والوسيلة الصحفية الورقية، الذي يعكس خاصية التعود على القراءة بدافع القراءة، وهو ما يخالف الفرض الذي بنيت عليه نظرية الإستخدامات والإشباعات في كون أن الجمهور نشط، إذ تتفق هذه النتيجة مع وجهة النظر التي يتبناها أوستن بارو **Barou** والذي يرى أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ليس له أي دافع، ويتفق ذلك مع النظر للسلوك الإنساني على أنه مرتبط بالتعود، ولا يعتمد على وجود حاجات داخلية كامنة داخل الفرد، والتي تدفعه بدورها لسلوك التعرض، وهو ما يوافق أيضا الإتجاه

الذي يفسر العلاقة بين الإستخدام والإشباع، في أن سلوك الفرد المتمثل في التعرض لمضمون معين يكون بشكل غير مخطط بل بدافع العادة.

كشفت نتائج هذه الدراسة أن متوسط مطالعة الجمهور للصحف الورقية لا يتعدى مدة نصف ساعة زمن، وهو ما يوحي إلى ضيق الوقت عند هؤلاء، والتعرض السطحي غير المعمق، وربما يكون سببه الملل في قراءة كل الأخبار والمضامين المكتوبة، وهذه النتيجة في حد ذاتها تتعارض وفروض نظرية الإستخدامات والإشباع فيما يتعلق بأبعاد الجمهور النشط، حيث أن المدة الزمنية القليلة في تعرض معظم المبحوثين للصحف، يوحي بضعف الإهتمام، والدوافع التي يهدف القارئ إلى إشباعها، لأنه حسب النظرية التي تعتقد أن هناك علاقة إرتباط بين البحث عن الإشباع، وبين التعرض لوسائل الإعلام، فكلما زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام دل ذلك على نشاط هذا الجمهور، وقدرته على إختيار المعلومات التي تلبي إحتياجاته، وهو الذي يغيب نوعا ما في النتائج المتعلقة بالتعرض للصحف الورقية.

إن نمط الوصول إلى الجريدة الورقية يختلف عند أفراد العينة بإختلاف الدوافع الكامنة وراء هذا التعرض، حيث طغت طريقة التحصل عليها من الأكشاك والأصدقاء على طريقة من يحصل عليها بالإشتراك، فهذه الأخيرة هي من تبين أكثر العمدية التعرض إلى نوعية الوسيلة ومحتواها وأهميته، إضافة إلى عاملي الإستمرارية والإنتظام المهمين في القواعد التي تبنى عليها في الأساس النظرية، لكن هذا الفرض لم يكن حاضرا بشدة في إستعمال الصحف الورقية.

كشفت النتائج تقاربا في الفترات التي يتعرض إليها الجمهور للصحف المطبوعة بين الصباح، الظهيرة والمساء، وهو ما يكشف بحد ذاته الإختلاف في الدوافع التي تدفع بالقارئ إلى تبني هذا النمط في وقت التعرض، في من يرغب بمعرفة الأخبار فقط السريعة، ومن يرغب في التعمق بمعرفة الحثيات والتفاصيل، وفي من يرغب في التسلية والأنس ... إلخ، إضافة إلى الإختلاف في غهتومات أفراد العينة المطالعة للصحف الورقية، حسب ما تبين في الدراسة الميدانية، في نوعية المضامين التي تعكس تبني الأهداف التي يطمح كل مبحوث إلى تحقيقها.

إن الأفراد وفقا لنظرية الإستخدامات والإشباعات يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية وإجتماعية لإستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة والتي يطلق عليها مصطلح الإشباع، وبناء على ما كشفته الدراسة، وحسب المدخل الوظيفي كونه أحد المداخل الأساسية في البحث عن أسباب إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام، في إطار الوظائف والأدوار التي تقوم بها هذه الوسائل، وبصفة خاصة " الصحافة المكتوبة "، تبين لنا أن رغبة قراء الصحف الورقية في معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط بهم في المجتمع والعالم الخارجي، والرغبة في الإستطلاع (وظيفة الإعلام)، هي أهم الأسباب التي تدفع بهم للتعرض إلى هذا النوع من الصحف، إلى جانب وظيفة الترفيه التي كانت سببا مهما لتبني القراءة من طرف أفراد العينة، نظرا لمساعدتها لهؤلاء على الهروب من المشاكل اليومية، إضافة إلى ملئها لأوقات الفراغ وإكتساب المتعة، وبالتالي تساعدهم على الراحة والإسترخاء، وهو ما يؤكد بأن الوظائف التي تقوم بها الصحف المطبوعة سببا لتعرض أفراد

عينة الدراسة لهذه الصحافة، إلا وظيفة المساعدة على تكوين الآراء والمواقف لم تنجح في تحقيقها " الصحافة المكتوبة " بدليل إنخفاض درجة اهتمام الباحثين بها.

كشفت نتائج الدراسة كذلك أن ممارسة عملية القراءة للصحف الورقية كان نتيجة حاجة أغلبية الباحثين إلى التعرف على ظروف الآخرين، والتوحد مع الغير، وتحقيق الإنتماء للجماعة، إضافة إلى دعم الدور الاجتماعي والقدرة على التواصل مع الآخرين، وبذلك تعتبر الصحافة بديلا عن الألفة في الحياة الحقيقية، وهو ما يؤكد كذلك على نجاح هذه الوسيلة، في تجسيد وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي.

وبما أن نظرية الإستخدامات والإشباعات إهتمت بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها القارئ (الصحافة المكتوبة) والإشباعات المحققة بالفعل، إتضح من خلال النتائج أن الإشباعات التي تحققت بالفعل عند جل أفراد العينة، كانت تلك المرتبطة بمحتوى الرسالة المقدمة في هذه الوسيلة، وحسب **Wener** الذي ميز بين نوعين من الإشباعات، فإن الإشباعات التوجيهية المتمثلة في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات هي التي تحققت عند الباحثين والتي تعتبر أحد أنواع إشباعات المحتوى.

وفي المقابل كذلك تحققت لدى معظم الباحثين الإشباعات العملية التي ترتبط بالدرجة الأولى بالوسيلة (الصحافة المكتوبة) وخصوصا الإشباعات شبه التوجيهية المتعلقة بتخفيف الإحساس بالتوتر من خلال التسلية والترفيه التي وجدوها حاضرة في الصحافة الورقية.

كشفت الدراسة أن الدوافع الكامنة وراء إختيار وتفضيل جمهور القراء للصحافة الورقية، يكمن بالدرجة الأولى في تحقيق الراحة والسلامة للعين، أي تحقيق الراحة الفيزيولوجية، ومن جهة أخرى جاءت نتائج الدراسة لتؤكد للمرة الثانية، أن تعرض الباحثين للصحف الورقية يحكمه السلوك التعودي وليس مخطط في عملية الإنتقاء، وبالتالي هذا النمط يناقض تماما الأدبيات التي بنيت عليها نظرية الإستخدامات والإشباعات.

كشفت الدراسة الإرتباط القوي بشبكة الأنترنت من طرف نسبة عالية جدا من الباحثين محل الدراسة وهذا راجع لإندماج مختلف الوسائل الإعلامية فيها، المطبوعة، السمعية والبصرية،... إلخ، والتي تسحر المستخدمين، إضافة إلى درجة الإهتمام المرتفع عند جل الأفراد نظرا لتنوع محتواها من بحوث علمية، ألعاب فيديو، أفلام، وقنوات أخرى للتواصل الاجتماعي والدرشة... إلخ، والتي تتفق مع كل فئة عمرية، وهو ما توصلت إليه الدراسة في نمط الإستخدام اليومي وكثافته عند مجتمع البحث.

وقد أشارت الدراسات السابقة إلى أنه بالنظر إلى كم المعلومات والأخبار الفورية الموجودة على شبكة الأنترنت، فإن النشاط الذي يبذله مستخدميها للبحث عن الأخبار هو نشاط هادف، وموجه، وعمدي، وبالتالي فإن تعرضه بالصدفة للأخبار والمعلومات الفورية يعد ظاهرة واضحة وملموسة عند التعامل مع الأنترنت، وهو ما يبرهن نشاط الجمهور من خلال عمديته في الإستخدام، وهو كذلك أحد الفروض الأساسية المهمة في نظرية الإستخدامات و الإشباعات التي بنيت عليها دراستنا.

تعتبر الصحافة الإلكترونية وسيطا هاما لإستيقاء ونقل الأخبار والمجريات لمختلف شرائح المجتمع، وهو ما تبين من خلال نتائج الدراسة التي أجريت على مجتمع البحث، أن مستوى الإهتمام بالصحافة اللاورقية يكون مماثلا نوعا ما للإهتمام بالأنترنت، وكشفت الدراسة كذلك أن أغلب المبحوثين لا يكتفون بمطالعة جريدتهم المفضلة فقط، بل يلجؤون إلى تصفح جرائد أخرى على الشبكة، وهو ما يشير إلى نشاط الجمهور خاصة مع التطور التكنولوجي، لأنه بالإسقاط على نظرية الإستخدامات والإشباعات فإن إنتقائية الجمهور في إستخدامه للصحف الإلكترونية (الفورية) تبدأ من إختياره عدم الإكتفاء بالنسخة الورقية، والإتجاه للإصدار الفوري، وفي احتفاظه ببعض المواقع ضمن قائمة المواقع المفضلة لديه، لكن نمط عدم الإنتظام في إستخدام الصحافة الإلكترونية ظهر جليا عند أغلب المبحوثين، عكس الإنتظام في التعرض للصحافة الورقية الذي تبين في نتائج الدراسة، فهذا التقطع في الإستخدام الإلكتروني للصحف اللاورقية يخالف مبدأ المشاركة التي يعتمد عليها أبعاد مفهوم الجمهور النشط، في النظرية المستخدمة التي تعتقد أنه كلما إستغرق أفراد الجمهور في خبرة إستخدام الوسيلة الإعلامية، كلما إزدادت مشاركته وإرتباطه بها.

كشفت الدراسة تباين أنماط إستخدام الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة، فمنهم من يقوم بعملية التصفح وقت تصفح مواقع أخرى، وهو ما يشير إلى عدم جدية التعرض، ونسبة منخفضة منهم من تولي إهتماما كبيرا في تصفح الجرائد اللاورقية نظرا لإعطائها أولوية الدخول على مواقع هذه الصحف قبل التوجه إلى الإبحار في المواقع الأخرى، فهذا النمط يؤكد مستوى التفضيل الإلكتروني، في حين ترتفع نسب من يقدمون على القراءة الإلكترونية للصحف بعد الانتهاء الكلي

من استخدام شبكة المعلومات الدولية؛ وهو ما يؤكد ضعف الرغبة في تتبع محتوى هذا النوع من الصحف.

يتجلى التأثير الواضح لإستخدام التكنولوجيات الحديثة على جمهور الصحافة الإلكترونية، في تغير عادات المطالعة، وظهور عادات جديدة وأشكال جديدة لم تكن موجودة من قبل، إذ أصبح الإستخدام في أي وقت، و أي مكان وعلى محامل متنوعة ومتعددة، فبعدما كان القارئ يكتفي فقط بشراء جريدته ويقوم بمطالعتها، أصبح اليوم وبفضل الخصائص الإتصالية التي تميز الصحف الفورية، في سهولة وسرعة تحميلها، وطريقة تصميمها وإخراجها، ضف إلى إمكانية الإطلاع على الأرشيف الإلكتروني للصحف للأعداد السابقة، بشكل أسرع وأسهل من خلال البيانات الخاصة بالجريدة، وزيادة على كل هذه المزايا، خاصية العالمية، وإنكسار القيود المكانية، في مقدرة الأفراد الإطلاع على مختلف الجرائد وفي أي رقعة جغرافية في العالم يرغب في تحميلها، وهو ما يغيب تماما في الصحف التقليدية، لكن كشفت الدراسة، أنه وعلى الرغم من إتجاه بعض المبحوثين إلى الصحف العربية، والأجنبية، وتفضيلهم تصفحها، لما تتصف به من مميزات وإمكانيات عالية في معظمها، إلا أن النسبة الأكثر كانت تفضل وتتحج إلى الصحف الإلكترونية الجزائرية نظرا للأهمية، والتعطش لمعرفة ما يدور من أحداث وأخبار وطنية ومحلية، وهو ما يؤكد على حاجة الشعوب بالوطنية والإنتماء عند أغلبية المبحوثين.

أظهرت الدراسة أن أفراد العينة المستخدمة للصحافة الإلكترونية تتمثل هذا النوع من الصحف كوسيلة للحصول على معلومات حول المواضيع السياسية، وكذلك المعرفة عن الثقافة والأدب،

إضافة إلى المواضيع الفنية (بهدف الترفيه)، الرياضة والمواضيع المحلية، حيث تختلف درجات الإهتمام بكل نوع من هذه المضامين، بإختلاف مستويات التفضيل، وإختلاف حاجات ودوافع كل فئة لإشباعها.

لقد قدمت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وسائل عديدة للجمهور من أجل التواصل مع المرسل، مما أتاح للمستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية، إمكانيات عديدة للمشاركة والتفاعل والحوار بأشكال و أزمنا لم تسبق معرفتها، لكنها بالنسبة لعينة الدراسة تبقى متدنية نوعا ما، ومحصورة في البريد الإلكتروني وخدمة المراسل، ولكن على الرغم من هذه المحدودية في إتقان أشكال التفاعلية إلا أنها حاضرة في الدراسة والتي تساهم في عملية تفعيل وإشراك المتلقي في العمل الصحفي، وتمكنه من التواصل مع القائم بالإتصال، وهو ما يشير على العموم إلى مفهوم الجمهور النشط نسبيا، مقارنة مع الصحف التقليدية، التي لا يسعه (الجمهور) إلا أن يبقى مستقبلا للمعلومة فقط، فالمنتديات الإلكترونية المتاحة على موقع الصحيفة نفسها إحدى وسائل تعبير المستخدمين عن آرائهم، فهي ما توضح بعد الجمهور ونشاطه.

كشفت الدراسة عن مدى إرتباط بعض المبحوثين بالعالم الورقي وتفضيلهم المطلق للصحافة التقليدية، على الرغم من إستخدامهم الشبكة العنكبوتية، وكانت الدوافع المبررة لعدم التعرض للصحف اللاورقية مختلفة وكلها تصب في إطار العمدية في إنتقاء الوسيلة الورقية والتعرض لمحتواها فقط.

يعتمد جمهور المستخدمين على الصحافة الإلكترونية بالدرجة الأولى بغية ربح الوقت الذي وجدوه حاضرا وبشدة في إستخدام هذه الوسيلة، ويمكن القول بأن هذا "نوع من الإشباعات الجديدة التي ظهرت مع الصحافة الإلكترونية"، فهذه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال جلبت معها خصائص مختلفة تماما، عما كانت عليه في الوسائل التقليدية، المتمثلة في الفورية والآنية في إرسال الأخبار وكذا إستقبالها، إضافة إلى إمكانية تصفح الجرائد في أي مكان وزمان يفضله المستخدم... الخ، عكس الرقابة ومحدودية الوقت، والمراحل التقليدية التي يتميز بها اقتناء الصحف الورقية، وبالتالي الجمهور المستخدم للصحف الفورية يواكب السرعة التي يشهدها العالم اليوم، إضافة إلى غرباطه بالعالم الإلكتروني.

توصلت الدراسة أنه على الرغم من إدراك الباحثين لقيمة الوقت والقصد في إستغلاله، وعدم تضييعه في أنماط أخرى للقراءة، إلا أن الإعتماد على الصحف الورقية لا يزال سائدا عند بعض الباحثين، وهو ما جاء كسبب للتوجه إلى قراءة الصحف الإلكترونية نظرا لنفاذها في أماكن البيع.

إن ملامح تكنولوجيا الإعلام والاتصال تظهر جليا في دوافع إستخدام أفراد العينة للصحافة اللاورقية، فعاملي "الوقت وضرورة مواكبة تكنولوجيا العصر" من أقوى الدوافع إستخداما لهذا النوع من الصحف، وتحقيق الوجود الافتراضي، هو أحد الإشباعات الرئيسية التي يسعى مجتمع البحث إلى تحقيقها، من إستخدام شبكة الويب، والصحافة الإلكترونية، فشعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية تتيحها له الشاشة، والتي تختلف تماما عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها، تحقق

له إشباعاً من نوع خاص وتمتعاً بروح التجديد، مما وجد بالصحافة الإلكترونية كبديل سهل للصحف الورقية عند المبحوثين.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن الاتجاه الغالب في درجة رضى المبحوثين على مستوى أداء الصحف الجزائرية كان إيجابياً، بإستثناء أن بعض أفراد العينة تحفظوا على الإبداء برأيهم حول هذا المستوى، لكن الحاجة الرئيسية التي يبحث عنها معظم المبحوثين هي الحاجة الترفيهية، فإستخدامهم للصحف الإلكترونية هو بالدرجة الأولى للإستمتاع والتسلية، والهروب إلى العالم الافتراضي لتخفيف التوتر والضغوطات الخارجية.

أظهرت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يتمثلون الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت كوسيلة للحصول على المعلومات نوتعلم أشياء جديدة (إكتساب مهارات جديدة)، الأمر الذي لا يتحقق لهم من خلال تعاملاتهم وتفاعلاتهم اليومية، وهو ما يوافق الدراسات المختلفة التي توصلت إلى تعيين الإشباع المتحققة لدى الجمهور المستخدم للأنترنت، وهو ما يدعى بإستكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، والشعور بالإثارة أثناء الإستخدام والبحث.

إن نشاط الجمهور يظهر من خلال مشاركته في معالجة المعلومات التي يستقبلها، وكذلك في المعلومات التي يقوم بالبحث عليها عن قصد وليس بمجرد الصدفة، بحيث يقوم بعدد من الإختيارات الواعية الإرادية للقيام بذلك، حيث أن هذه العمدية تتحقق في أسلوب تفاعل المستخدم مع المحتوى وأشكاله المختلفة، ونتائج الدراسة أثبت ذلك من خلال إرتفاع نسب المبحوثين الذين يسعون إلى تحقيق هذه الخصائص، التي تتيحها هذه التقنيات الحديثة في مجال الصحافة، التي قدمت

له فرصة المشاركة في الرد والتعليق فيما هو منشور في مواقع الصحف على الأنترنت، من خلال البريد الإلكتروني، وخدمة المراسل كأكثر الأشكال التفاعلية المستخدمة من طرف المبحوثين، وبالتالي تغيير شكل الإتصال ولم يعد أحادي الاتجاه كما هو الإعلام الورقي.

توصلت الدراسة أنه على الرغم من ارتفاع نسبة إستخدام وسيط الأنترنت لدى أفراد العينة، وقدرته على جلب إهتمام وإنتباه المتلقين للتعليم والتثقيف والترفيه، إلا أن الصحافة الإلكترونية الرقمية الموجودة على هذه الشبكة ومع كل المميزات الإستثنائية التي تتمتع بها، إلا أنها لم تستطع التأثير المطلق على جمهور القراء إلا في نسبة 10% منهم من قرروا إستبدال الصحف الورقية بالصحف الإلكترونية، وهو ما يبين أن لكل دوافعه، ودرجة الإهتمام تبقى متفاوتة من شخص إلى شخص ومن فئة إلى فئة، حسب المتغيرات، والخصائص الفردية لكل مبحوث .

كشفت الدراسة أن إستخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال يمثل حيزا هاما في النشاطات اليومية لأفراد العينة، حيث يظهر جليا تبنيه للأنترنيت، وسرعة تقبله للجديد، وذلك من خلال إرتفاع كثافة إستخدام هذه الشبكة، وتعدد مرافق إستخدامها، وخصوصا المنزل كأكثر الأماكن إستعمالا لهذه التقنية الحديثة.

كشفت الدراسة كذلك الإرتباط الوثيق بين كثافة الإستخدام ومكانه (الأنترنت)، ومطالعة الصحف الإلكترونية، بحيث كلما زاد إستخدام شبكة الأنترنت في المنزل، كلما زادت فرصة مطالعة الصحف الفورية.

توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية مصدر هام للثقافة وخلق الوعي، بدليل التعرض اليومي عند نسبة مرتفعة من المبحوثين، كذلك تبين طبيعة العلاقة الطردية بن زيادة تعرض المبحوثين لشبكة الإنترنت، والتعرض اليومي للصحف الإلكترونية.

إن ظهور شبكة الأنترنت وإندماج مختلف الوسائل فيها من مكتوب، مرئي، ومسموع ... إلخ، سحر المستخدمين من مختلف الفئات العمرية، ولكلا النوعين (الذكر، الأنثى)، حيث إتضح من خلال الدراسة، زيادة درجة الارتباط بالشاشة خاصة مع تنوع المحامل الميسرة أكثر لإستخدام هذه الشبكة، لكن كشفت الدراسة، بأن الذكور أكثر تعرضا لشبكة الأنترنت من الإناث وبشكل مستمر، وربما يعود السبب في تعدد الدوافع التي يرغبون في إشباعها مقارنة مع الإناث.

تبين من خلال الدراسة أن النشاط الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت، ليس مقتصرًا فقط على فئة معينة دون سواها، بل هو حاضر وبقوة عند جميع الفئات العمرية محل الدراسة، لكن بصفة نسبية ومتباينة، حسب الحاجات المحددة التي يرغب فيها كل فرد في تحقيقها، وهو ما يناقض النتائج التي توصلت إليها العديد من الدراسات في أن الشبكة العنكبوتية تعرف إستخداما فقط من فئة الشباب وخاصة من 18 سنة إلى 24 سنة.

نستنتج من خلال نتائج الدراسة أن هناك علاقة ترابطية بين المستوى التعليمي ونسبة المقروئية الإلكترونية للصحف، بحيث ترتفع لدى المستويات التعليمية الجامعية، وتنخفض لدى المستويات الدنيا، بفعل أن هذه الفئة (المستوى العالي) لها في معظمها من الإمكانيات الفكرية ما يمكنها من إستيعاب المحتوى الإعلامي الذي تبثه هذه الصحف الإلكترونية.

كشفت الدراسة أنه على الرغم من الإقبال الشديد لعدد المبحوثين من نوع الذكور على شبكة الأنترنت، إلا أن الإناث هن الأكثر تعرضا للصحافة الإلكترونية، والأمر ذاته بالنسبة لممارسة القراءة الورقية للصحف، وهو ما يبين نشاط الإناث في عملية الإنتقاء والتعرض، كذلك يظهر أن استخدام الصحافة الإلكترونية من أولويات استخدام شبكة المعلومات الدولية عندهن.

يتضح من خلال النتائج وجود علاقة ترابطية بين متغير السن ونسبة مقروئية الصحف الفورية، فكلما تقدم العمر عند الأفراد محل الدراسة كل إرتفعت نسبة المطالعة الإلكترونية لديهم. كشفت نتائج الدراسة، بأن السن يتحكم في طبيعة مطالعة الجرائد على شبكة الأنترنت، بحيث كلما تقدم العمر خاصة من سن الثلاثين فما فوق، كلما زادت صفة الإستمرارية والإنتظام في التعرض إلى هذا النوع من الصحف، أما التذبذب في التعرض وعدم الإنتظام بنجدهما عند من تقل أعمارهم عن الثلاثين.

كشفت الدراسة كذلك العلاقة القوية بين المستوى التعليمي ونمط التعرض إلى الصحافة الفورية، بحيث كلما تحسن المستوى التعليمي (العليا، وما بعد التدرج)، كلما عرفت القراءة اللاورقية إنتظاما، وإستمرارية لدى عدد مرتفع من المبحوثين.

إن الإستخدم المتقطع (اللامستمر) للصحف التقليدية، أضحي الخاصية البارزة في إستخدامات جمهور القراء حسب ما كشفته الدراسة، سواء ما إرتبط بالمستوى التعليمي، فكل المستويات تعرف هذا التقطع، وكذلك عند مختلف الأعمار، في مقابل الإستمرارية والإنتظام والتعرض الكثيف في التعرض إلى الصحافة اللاورقية، وهو ما يؤكد التأثير الذي تعرفه مقروئية

الصحف الورقية، فهذا النمط في الإستخدام اللاورقي، يوضح درجة الإهتمام، والتفضيل لدى الباحثين، نظرا لوجود مميزات ظهرت بظهور هذه التكنولوجيا الحديثة، والتي غيرت في شكل الإستخدام وكذلك نوعت من الإشباعات التي يعمد الفرد إلى تحقيقها من وراء هذا الإستعمال.

إن التأكيد على أن الأفراد يملكون القدرة الكافية على تشخيص دوافعهم أو إحتياجاتهم بالطرق المناسبة، بحيث تتدخل في ذلك الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الإجتماعي وبذلك تختلف الحاجات من شخص إلى آخر، هي إحدى الفروض الأساسية التي بنيت عليها الدراسة، في دوافع إستخدام أفراد عينة الدراسة للصحافة الإلكترونية، حيث ثبت أن لكل فئة عمرية دوافع وحاجات معينة ترغب في إشباعها من خلال التعرض الإلكتروني، حيث أن دافع تعرض الأفراد من تقل أعمارهم عن 20 سنة هو ضرورة المسايرة التكنولوجية، وفئة 20 سنة إلى 29 (الشباب) و 30 سنة إلى 39 كان تعرضهم بسبب خاصية الفورية، أما من يزيد سنهم عن الأربعين فممارستهم عملية قراءة الصحف الفورية هو بالدرجة الأولى التمكن من قراءة الصحف قبل وجودها في الأسواق.

كشفت الدراسة أنه بظهور الصحافة الإلكترونية، ظهرت لدى الجمهور حاجات لم تكن معروفة مع الوسائل التقليدية، وعلى الخصوص الصحافة المطبوعة، حيث أن كلا الجنسين (ذكور وإناث)، من أفراد العينة، يهتمون بقراءة الصحف الفورية، بهدف المسايرة التكنولوجية، إستقبال المحتوى بشكل فوري، الحداثة، وهي كلها خصائص تقدم فقط من خلال هذا النوع من الصحف.

تبين من خلال النتائج، مدى العلاقة القوية بين المستوى التعليمي وفوائد إستخدام الصحافة الإلكترونية، بحيث كلما تحسن المستوى التعليمي عند جمهور المبحوثين، كلما تعددت وتنوعت الفوائد من جراء هذا الإستخدام، من حيث الشكل والمحتوى وكلما زاد الإهتمام بقراءة الصحف الإلكترونية.

تعكس النتائج المتوصل إليها التباين في درجة الإهتمام وفي التعرض إلى المضامين المختلفة التي تقدمها مختلف الصحف الإلكترونية عند مجتمع الدراسة، لكن تبين أن هناك إرتباط إيجابي بين المستوى التعليمي والتعرض للمواضيع الجادة، حيث توجد علاقة بين مقدرة الفرد الذهنية، ودرجة إستيعابه للرسالة الإتصالية، إذ أن المواضيع السياسية تعرف إهتماماً أولوياً عند من يتميزون بمستوى تعليمي عالي وما بعد التدرج، والأمر ذاته بالنسبة لمن يتقدم في العمر، وتبقى المضامين المحلية القاسم المشترك الذي جمع تفضيلات جمهور القراء، في جميع المراحل العمرية، و في مختلف المستويات التعليمية.

يسلط **Millison** الضوء على تفاعلية الصحافة الإلكترونية، من خلال تقديم بعض النماذج لطرق وأساليب التفاعل بقوله: " يستطيع القراء والمشاركون الإستجابة اللحظية للمادة المقدمة من الصحفي الإلكتروني، ويمكن أن تأخذ هذه الاستجابة عدة أشكال مثل البريد الإلكتروني للمحرر، وهو ما يشبه الخطاب التقليدي للمحرر في الإصدارات المطبوعة، ويمكن للصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية أن يستفيدوا من المناقشات التي تتيح للقراء الإستجابة اللحظية لموضوع ما، والتعليقات من القراء الآخرين فيما يشبه أسلوب النقاش على اللوحات الإخبارية، ويمكن الوصول

إليها في أي وقت، كما يمكن للقراء أن يصبحوا مشاركين في خلق البيئة التحريرية، حيث يساهمون في إقترح ما يتم تغطيته، أو الموضوعات التي يمكن أن يعالجها الكاتب في مقالاته، فالتفاعلية هي ذلك البعد الاستثنائي الذي أضفى أمورا عديدة لا بد إعادة التحكيم فيها، وبصفة خاصة في مبادئ مقترَب الإستخدامات والإشباعات، وقد كشفت الدراسة إهتماما معتبرا من طرف المبحوثين في إستخدام هذه الخاصية لكنها بقيت محصورة فقط في شكلي البريد الإلكتروني وخدمة المراسل، في حين إنعدمت تقريبا نسب إستخدام باقي الأشكال التفاعلية، وهو ما يتطلب جهدا من ناحية المرسل والمستقبل.

كشفت نتائج الدراسة من خلال طرح دوافع عدم تعرض جمهور القراء للصحافة الفورية، تباين الأجوبة حول هذا العزوف، لكن فيما يرتبط بمتغير النوع، فكل من الذكور والإناث أجمعوا على دافع مشترك وهو التفضيل المطلق للنسخة الورقية على النسخة الإلكترونية، كذلك الأمر ذاته بما يتعلق بجميع الفئات العمرية (متغير السن)، ويبقى هذا التفضيل كأقوى الدوافع إلحاحا عند سكان المدن وكذلك سكان الأرياف محل الدراسة (متغير مكان الإقامة)، وكل هذا يوضح الوفاء للصحف التقليدية، والمكانة المهمة التي تلعبها في تحقيق الرغبات وتلبية إحتياجات قارئها (الجمهور)، على الرغم من وجود قنوات أكثر تطورا، وهو ما يوافق فرض النظرية الذي يرى " إستطاعة الجمهور تحديد حاجاته ودوافعه، وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات من جهة، ومن جهة أخرى لا يوافق بعد الإنتقائية المرتبط بنشاط الجمهور، في كون إنتقائية الجمهور

تبدأ في استخدام الصحف الفورية من إختياره عدم الإكتفاء بالنسخة الورقية، والإتجاه للإصدار الفوري، إذ أن هذا الأمر يجعل جمهور القراء في هذا المنظور غير نشط.

إنه وطبقا لما تبين في نتائج الدراسة، يمكن القول أنه على الرغم من سيطرة الأنترنت على جلب أكبر قدر من الإهتمام بكل ما تتيحه من تدفق في المعلومات، وبالرغم من الخصائص الإتصالية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية على هذه الشبكة، من تفاعلية وسرعة في الحصول على الأخبار والمستجدات، إلا أنها لم تنجح في مقابل ذلك من إحتلال الصدارة المطلقة والسيطرة على إهتمامات المستخدمين، وقد إتضح أن تأثير الصحف الإلكترونية على مقروئية الصحف الورقية يتفاوت بتفاوت الفئات العمرية ،حيث أن الشباب قلل تعرضهم للصحف المطبوعة إلى حد ما، في حين المبحوثين من يزيد سنهم عن الأربعين قللوا إعتمادهم على الشكل الورقي، بشكل كبير، أما بالنسبة للمستوى التعليمي، فقد تباينت الأجوبة فيما يخص مسألة التأثير بشكل متقارب، فيمن أنھوا الإعتماذ الورقي، وفيمن لازالوا مهتمين به، وفيمن قللوا بشكل كبير، وفيمن قللوه إلى حد ما، وتبقى الإستخدامات دائما متعلقة بطبيعة حاجات ودوافع كل فرد.

وبناء على ذلك تسمح لنا هذه الدراسة بالإجابة عن التساؤلات التي وردت في الإطار المنهجي، والتي تمحورت أساسا حول مدى تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الصحف الورقية من خلال طريقة تعرضه وإستخدامه ومظاهر رضاه وإشباعه التي يسعى إلى تحقيقها ،، فيتضح لنا أن الصحافة الورقية لا تزال محافظة على مكانتها ومستواها بين مجتمع القراء، وعلى الرغم من المميزات والخصائص والتقنيات المستخدمة في النشر الإلكتروني التي تعتمد عليها الصحافة الإلكترونية إلا أنها لم تؤثر تأثيرا

قويا ومباشرا على مقروئية ومستقبل الصحف الورقية و القاريء الجزائري يملك من المقومات ما يمكنه من تحديد نمط معين في إستخدام الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية لأهداف مقصودة ،لكن بشكل غير مطلق فأحيانا يغلب عليه طابع الجمهور الذي يحسن الإنتقاء ويتعمد الإستخدام ،وأحيانا أخرى تغيب فيه هذه الأبعاد ،بأن تحكمه فيها سلوكات غير عقلية وغير مخططة ،والملاحظ كذلك أن القاريء الجزائري إكتسب من خلال إستخدامه للصحافة الإلكترونية مهارات جديدة تختلف في طبيعتها عن أنماط مطالعته للصحف الورقية،وأیضا تحققت لديه إشباعات من نوع خاص وهو ما يشير إلى جاذبية هذا النوع من الصحف على شبكة الأنترنت،لكنه في الوقت ذاته لم يحسن إستغلال كل ما يتيح هذا الإعلام من الإمكانيات الجديدة ،خاصة كثافة تفاعله مع المستخدمين الآخرين أو مع القائمين بالإتصال عبر القنوات التفاعلية المتاحة إلاّ في حدود ضيقة ومن فئات معينة فقط.

أما فيما يتعلق بالأسئلة الفرعية والتي تمت صياغتها كالتالي :

ما هي دوافع تعرض جمهور القراء في الجزائر للصحف المطبوعة؟ إتضح لنا من خلال الدراسة أن القراء يتجهون إلى قراءة الصحف الورقية كبديل أساسي للعلاقات الطبيعية وذلك بالتعرف على ظروف الآخرين وحياتهم ،ومشاكلهم والقدرة على التواصل معهم، أي أن القراء يجعلون من هذه الصحف بديلا عن الألفة في الحياة الطبيعية،وهذه إحدى أدبيات نظرية الإستخدامات والإشباعات ،كذلك التعرض إلى مطالعة الجرائد ورقيا يكون لديهم في المقام الأول محققا للإشباع التوجيهي (إشباعات المحتوى) المتمثلة أساسا في معرفة الوقائع والأحداث ،وإشباعات أخرى شبه توجيهية المتمثلة في التسلية والترفيه وتخفيف التوتر لديهم.

ما مدى استخدام القارئ الجزائري للصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت؟ توصلنا

من خلال الدراسة؛ عدم إكتفاء نسبة عالية من جمهور القراء بالمطالعة الورقية للصحف، وإتجاههم إلى الإستخدام الإلكتروني لمواقع الصحف، وإهتمامهم بهذا النوع الأخير مماثل تقريبا إهتمامهم بشبكة الأنترنت، حتى أن مفهوم الجمهور النشط بأبعاده الخمسة من إنتقائية، تحقيق المنفعة، العمدية في الإستخدام، مقاومة التأثيرات غير المرغوبة، المشاركة برزت أكثر، نظرا للإمكانيات التي تتيحها الصحافة الفورية للمستخدمين خاصة صفة التفاعلية، والتزامنية واللاتزامنية... الخ، لكن في الوقت ذاته لم يرتق هذا الجمهور إلى التحول من جمهور نشط إلى مرسل نشط لقلة مشاركته الفعالة في الحوار والمناقشة والرد والتعليق على ما يقدم من محتوى إلكتروني سواء مع المحررين أم مع الجمهور بعضه البعض، فالتفاعلية ورجع الصدى وجدناها معروفة ومطبقة في حدود ضيقة جدا ومن خلال البريد الإلكتروني وخدمة المراسل كأكثر الأشكال التفاعلية إستخداما من جمهور الدراسة بإعتبارها أهم الإعتبارات التي يجب أن تراعى في دراسة الإستخدام في الأجهزة الإلكترونية الحديثة، وهو ما يؤكد ما ورد في الإطار النظري، في كون أن التفاعلية على الصحافة الإلكترونية لا تمد للجانب التطبيقي للواقع بصلة، والمشكلة لا تلمس هنا عند المستخدمين فقط بل وأيضا التقصير يكمن في عدم تطوير هذه النقطة من طرف القائمين بالاتصال.

ما هي الإشباعات المتحققة من استخدام جمهور القراء للصحف الإلكترونية؟ توصلنا من

خلال نتائج الدراسة أن ملامح تكنولوجيا الإتصال ظهرت جليا في دوافع إستخدام جمهور القراء للصحافة اللاورقية لا تشبه إشباعات الصحافة الورقية، حيث ظهرت في الدراسة أبعادا جديدة نضيفها

إلى مفهوم الجمهور النشط المتمثلة في السرعة والسهولة في الحصول على الأخبار والمستجدات، والصحافة الإلكترونية بهذا حققت للقارئ خدمة إعلامية لم تستطع الوسيلة التقليدية تحقيقها له، في إستكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي، التفاعلية، الحضور الافتراضي، الشعور بمواكبة تكنولوجيا العصر، أي أنها حققت لديه إشباعات من نوع خاص، في تمتعه بروح التجديد، وكل هذه الدوافع والحاجات لم تظهر بشكل واضح في نظرية الإستخدامات والإشباعات كونها نشأت في زمن سبق ظهور الأنترنت والصحافة الإلكترونية وهو ما يدعو إلى إعادة النظر في العناصر الأساسية التي توصلت إليها النظرية وإلى تطويرها.

الفرضية الرئيسية :

إن جمهور القراء هو جمهور نشيط، واعي، فعال في العملية الإتصالية وإن التطور الهائل في وسائل الإعلام الإلكترونية جعل من الصحافة الإلكترونية تمارس تأثيرا قويا ومباشرا على مقروئية الصحف الورقية الذي ينعكس بالسلب على مستقبلها واستمراريتها. لقد أثبتت نتائج الدراسة نسبية هذا الفرض بحيث تم التوصل إلى أن هذه الأبعاد تتحقق في بعض أنماط الإستخدام ولا تتوفر في أحيان كثيرة، لكنها تختلف في كلتا الوسيلتين في السلوك الاتصالي، وبأن الصحافة الإلكترونية وعلى الرغم من عرضها للمحتوى بطريقة متميزة وأكثر تفاعلية إلا أنها لم تمارس تأثيراتها بصفة قوية ومباشرة على المقروئية لدى هؤلاء الأفراد في مطالعة الصحف ورقيا وعلى عزوق القراء عنها؛ لأن هذا الأخير تعود ومنذ سنوات على قراءة الصحيفة الورقية ما يجعل من الصعب التخلي بين ليلة وضحاها على هذا النمط، والمواطن العربي يثق أكثر بالخبر المنشور في النسخ الورقية، حتى لو كانت محدودة التوزيع، إضافة

إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية والجزائرية على وجه خاص ليست متطورة جدا بالشكل الذي يجعلها تجذب كل القراء وتحل محل الصحافة الورقية.

- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الإتصال، وإستخدامهم للصحف الورقية إستخدام إيجابي، وبالتالي فإن سلوكهم في القراءة هو سلوك هادف وذو دوافع شخصية، نفسية واجتماعية، تقبل الدراسة هذا الفرض لأن القراء يتجهون إلى الصحف المطبوعة بغية تحقيق إشباعات مختلفة متمثلة في معرفة الأخبار، زيادة المعرفة والإطلاع، إشباعات التسلية وشغل أوقات الفراغ،... الخ إلا في بعض الأوقات يكون تعرضهم غير مقصودا بل بدافع التعود على القراءة أو القراءة لمجرد القراءة.

- إن التحديات التي جلبتها شبكة الأنترنت، غيرت من أنماط القراءة و الإتصال، وجعلت من صحافتها الإلكترونية منافسا قويا لمصادر الإتصال الموجودة في محيط الفرد في عمليات الإنتقاء والإستخدام التي يقوم بها، وبالتالي أصبح تعرض القراء للصحف الإلكترونية يمثل ركيزة يومية في حياتهم، تقبل الدراسة هذه الفرضية لكن ليس إلى درجة أنها أضحت ركيزة يومية لا يمكن الإستغناء عليها، بدليل عدم الإنتظام في إستخدام هذا النوع من الصحف، لانه حسب النظرية فإن الفعالية والمشاركة تظهر أكثر في وقت التعرض و الإستمرارية فمقارنة بالصحافة الورقية إتضح أن هذه الاخيرة تحظى بوفاء أكبر من المطالعة والتصفح، ولكن بمجرد عدم الإكتفاء بالنسخة الورقية والإتجاه إلى الإصدار الإلكتروني يؤكد على تمسك جمهور القراء بهذا النوع من النسخ الإلكترونية.

-إن التحديات التي جلبتها شبكة الأنترنت، أظهرت أجيالا جديدة لا تقبل على الصحف المطبوعة، وبالتالي فإن إختيار جمهور القراء في المجتمع الجزائري للصحافة الإلكترونية يكون بهدف إشباع حاجات معرفية، و حاجات التسلية فقط في قالب إلكتروني، ترفض الدراسة هذا الفرض لأن الدراسة أكدت من جهة أن جمهور القراء لم يتخل بتاتا عن الإستعمال الورقي للصحف، على الرغم من بروز تحديات إلكترونية جديدة، ومن جهة أخرى فإن النتائج بينت أن جمهور القراء حصل على إشباعات مختلفة ولا تماثل إشباعات الصحف الورقية فليس الشكل الإعلامي الذي تغير فحسب؛ بل أن هذا النمط الجديد أثمر إشباعات إفتراضية متعلقة بالتعرف على سمات العالم الخارجي والتحاور مع الآخرين، الحصول على الأخبار في أسرع وقت ممكن، والشعور بالمواكبة التكنولوجية،.... الخ وليس مجرد الترفيه والحصول على المعلومات.

أما الأسئلة الثلاثة المتعلقة بوجود فروق دالة إحصائية التي تربط المتغيرات بالنمط والمشاركة، فتبين لنا من خلال الدراسة ما يلي:

-هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس، ومطالعة الصحف الورقية؟ ثبت من خلال النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وبالتالي لا تقبل الدراسة الإجابة المؤقتة في عدم وجود فروق.

-هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس، والمستوى التعليمي ومطالعة الصحف الإلكترونية؟ أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، وكذلك ما يتعلق

الفصل السادس: دراسة تحليلية لاستخدامات واشباعات جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك.

بالمستوى التعليمي للأفراد المستخدمين للصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وبالتالي تقبل الدراسة الفرضية الموضوعة مسبقا نظرا لصحتها.

-هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المشاركة النشطة في الصحافة الإلكترونية لجمهور القراء ومتغير السن؟ تقبل الدراسة نسبية الفرض القائل بوجود فروق، لأنه وحسب النتائج توجد فروق ذات دلالة إحصائية لغرف الحوار والبريد الإلكتروني من طرف المبحوثين في إستخدامهم للصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت تبعاً لمتغير السن، أما خدمة المراسل والقوائم البريدية فثبت غياب الفروق الدالة إحصائياً.

خاتمة

خاتمة:

ونحن نصل إلى آخر مرحلة من مراحل إعداد هذه الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي، والتي تناولنا من خلالها موضوع "إستخدامات الصحافة الإلكترونية عند جمهور القراء في الجزائر وإنعكاساتها على الصحافة الورقية"، دراسة وصفية تحليلية على ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع، لا يفوتنا هنا بأن نذكر أنّ هناك كثير من الدراسات عنيت بإستخدامات الجمهور لتكنولوجيا الإتصال بصفة عامة، وإن الدراسات التي إهتمت بالبحث عن طبيعة العلاقة بين الصحافة التقليدية والصحافة الحديثة، ووحجم تأثير هذه الأخيرة على مقروئية الصحف الورقية يتجاوزها أكثر من إتجاه، ويعود السبب في ذلك إلى جملة من العوامل المتداخلة فيما بينها، فمدخل الإستخدامات والإشباع منح السلطة للجمهور وذلك في البحث عن ما يفعله الفرد بمضمون وسائل الإعلام، أكثر من الإهتمام بما تفعله هذه الوسائل بالفرد، وذلك بناء على فروض بنيت على أساسها النظرية، والتي تركز في مجملها على الكيفية التي تساهم بها الوسائل في الحفاظ على التوازن الإجتماعي، عن طريق إشباع الحاجات النفسية والإجتماعية لجمهورها، بالنظر إلى هذا الأخير على أنه نشيط، واعي، فعال، يدكر، يتدكر، ويتصرف إتجاه المحتوى الإعلامي بإنتقائية، لأهداف مقصودة تلي توقعاته .

ويمكن القول أنه حقيقة لكل وسيلة سواء الصحافة المطبوعة أم الصحافة اللاورقية على شبكة الأنترنت، سلوكا إتصايا ونمطا معيناً في طريقة الإستخدام، لما تحققه كل منهما من حاجات يسعى الجمهور إلى تحقيقها، وعلى الرغم من سيطرة شبكة الأنترنت على جلب أكبر قدر من الإهتمام بكل

ما تتيحه من تدفق في المعلومات، وعلى الرغم من الخصائص الإتصالية التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية على هذه الشبكة، من تفاعلية وسرعة في حصول المستخدم على الأخبار والمستجدات، إلا أنها لم تنجح في مقابل ذلك من إحتلال الصدارة والسيطرة على إهتمامات القراء، فالصحافة الرقمية لا زالت لم تتشكل معالمها بشكل مطلق، وهذا التشكل تتحكم فيه بدرجة كبيرة طبيعة وثقافة إستخدام أفراد المجتمع للوسائل الإلكترونية الحديثة، وعلى الرغم من ذلك إلا أنها تعتبر نمطا جديدا من الإعلام، والذي ظهرت معه أبعادا جديدة حظيت بإهتمام نسبة معتبرة من جمهور القراء وغابت تماما في المداخل الأساسية لنظرية الإستخدامات والإشباع.

ومن هنا فإن جمهور القراء في المجتمع الجزائري جعل من الصحافة الإلكترونية مكتملا للصحافة الورقية، حيث أنه وجد في كليهما مظاهر إشباع معينة، وبالتالي لم يتجنب التعرض إلى واحدة منهما بشكل مباشر، وهو ما يوضح أن الصحافة الورقية لا تزال محافظة على مكانتها وعلى مستواها بين مجتمع القراء، والصحافة الإلكترونية أظهرت هذا الجمهور من زاوية أخرى بشكل مغاير مختلف عن طبيعته التقليدية في عملية التعرض والإستخدام، وبالتالي فإنعكاس الصحافة الفورية لو يكن قويا وسلبيا جدا كما كنا نتوقع، حيث أننا نتوقع أن تظل جنبا إلى جنب مع الصحف الورقية، ولكل منهما إستخداماته عند القارئ وله حرية الإختيار، كما يمكنه الجمع بينهما لتوسيع دائرة معارفه وثقافته.

وفي الأخير تجدر بنا الإشارة إلى أن النتائج التي تم إستخلاصها من خلال تناولنا لهذا الموضوع تبقى مرتبطة بأفراد لهم خصوصيات وإهتمامات معينة، وتجعلها تتميز بالنسبية مقارنة بالأبحاث الأخرى التي

صممت في ظروف مكانية وزمانية مختلفة، وباستخدام أساليب ومناهج بحث مغايرة، ولا ندعي بأننا أجبنا عن السؤال الكبير المتعلق بجمهور القراء في الجزائر وأنماط إستخدامه ومظاهر إشباعه إثر التعرض للوسيلة الإلكترونية والتقليدية، ولا ندعي كذلك أننا قمنا بقياس جميع الفروض التي أتت بها نظرية الإستخدامات والإشباع، وإنما يمكن أن نكون قد تمكنا من معرفة طبيعة هذا المجتمع والأبعاد الجديدة التي توفرت فيه، وبالتالي نأمل أن تكون بداية لصياغة فرضيات للقيام بدراسات أخرى في هذا المجال.

قائمة المراجع

- 1/ إبراهيم بسيوني حمادة ، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الإتصال و الرأي العام ، الطبعة الأولى، عالم الكتب ، مصر ، سنة 2008.
- 2/ إبراهيم عبده، تاريخ الصحافة والطباعة في مصر، ط1 ، القاهرة، دون ذكر دار النشر ، سنة 1949
- 3/ أحمد حسين الصاوي ، طباعة الصحف وإخراجها، القاهرة ، دار القومية للطباعة والنشر ، سنة 1997.
- 4/ أديب خضور ، دور الإعلام في مكافحة المخدرات ، دار الأيام، الجزائر ، ط 1 ، سنة 1999.
- 5/ الطاهر بن خرف الله وآخرون، الوسيط في الدراسات الجامعية ، ج1، دار هومة لنشر والتوزيع ، الجزائر، 2002.
- 6/ أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون طبعة، سنة 2003.
- 7/ أمين سعيد عبد الغفار ، وسائل الإعلام الجديدة ، و الموجة الرقمية الثانية ، الطبعة الثانية ، أيتراك للطباعة و النشر و التوزيع ، مصر ، سنة 2008.
- 8/ إجلال خليفة ، الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية، القاهرة، دار الطباعة الحديثة، سنة 1976
- 9/ اسماعيل سعيد سيني ، قواعد أساسية في البحث العلمي ، (دون ذكر دار النشر) ، الطبعة 1، مؤسسة الرسالة، (دون ذكر مكان النشر)، سنة 1994
- 10/ جميل صليبا، أساليب البحث العلمي، منشورات عويدات، ط2، بيروت، لبنان، ، سنة 1987

- 11/جون ماكسويل هاملتون، جورج ا. كريمسكي ،تر، أحمد محمود، صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية، ط 2 ، دون ذكر مكان النشر، دار الشروق، سنة 2002.
- 12/جون ميرل ،رالف لوشتاين ،الإعلام وسيلة ورسالة، تر ساعد خضر العرابي الحارثي ،الرياض، دار المريخ، سنة 1989.
- 13/حسن عماد مكاوي ،ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدر المصرية اللبنانية الطبعة 3، القاهرة، مصر، سنة 2003.
- 14/حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، ط1 رخصة برس لطباعة والنشر، 2007.
- 15/حسين محمد نصر، الأنترنت والإعلام، الصحافة الالكترونية، العين، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003.
- 16/حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي ،مصر، دون ذكر الطبعة، سنة 1991.
- 17/خليل صابات ،الصحافة رسالة إستعداد وفن وعلم ، ط 2 ، القاهرة ،دار المعارف، سنة 1995
- 18/خليل صابات ،جمال عبد العظيم ،وسائل الإتصال ،نشأتها وتطورها، ط 9 ، القاهرة، الأنجلو مصرية، سنة. 2001
- 19/راسم محمد جمال ،الإتصال والإعلام في الوطن العربي ،مركز دراسات الوحدة العربية، سنة 1991.
- 20/رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2007
- 21/زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، عمان ط 1 ، دار اسامة للنشر، 2009.

- 22/ سامي الشريف، الإذاعات والقنوات المتخصصة، ط1، القاهرة، دون ذكر دار النشر، 2009.
- 23/ سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الإتصال الجماهيري، ط1، عمان عالم الكتب الحديث، 2008.
- 24/ سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1994.
- 25/ سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دون ذكر مكان النشر، دار الفجر للنشر والتوزيع، سنة 1997.
- 26/ سيد أحمد غريب، تصميم وتنفيذ البحث العلمي الإجتماعي، ط3، الاسكندرية، دار المعرفة، 1994.
- 27/ سيد غريب أحمد، تصميم البحث العلمي، دار المعرفة الجامعية، دون ذكر الطبعة، مصر، سنة 1986.
- 28/ سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد صافي، تطبيقات عملية باستخدام الرزم الاحصائية للعلوم الإجتماعية، في البحث التربوي والنفسي، الجامعة الاسلامية، غزة، سنة 2013.
- 29/ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، ثورة الصحافة في القرن القادم، ط 4، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 1999.
- 30/ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، المكتبة الاعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، أكتوبر 2005..
- 31/ شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الإتجاهات الحديثة، ط 1، دون ذكر مكان النشر، الدار المصرية اللبنانية، سنة 2002..

- 32/ شيلدون آر جاوايزروجي، إيقانزويت، دليل الصحفي إلى إستطلاعات الرأي العام، تر. هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، سنة 1997
- 33/ صالح محمد الفوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، مكتبة غريب، القاهرة، سنة 1982.
- 34/ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، دون طبعة، سنة 2003.
- 35/ طلعت همام، مائة سؤال عن الصحافة، ط 2، عمان، دار الفرقان للنشر، سنة 1988.
- 36/ عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الإتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر دون ذكر الطبعة، سنة 1997.
- 37/ عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي، الأسلوب الاحصائي واستخدامه في بحوث الراي العام والاعلام، الدراسات الميدانية، تحليل المحتوى، العينات، (دون ذكر الطبعة)، دار الفكر العربي، القاهرة، سنة 1999
- 38/ عبد الكريم عقيل، الأنترنت، المرجع الكامل، مكتب جرير، السعودية، دون ذكر الطبعة، سنة 1999.
- 39/ عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، دون ذكر مكان النشر، الهيئة المصرية العامة، سنة 2002.
- 40/ عبد الله عمر الفرابي، تكنولوجيا التعليم والاتصال، دون ذكر مكان النشر، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع سنة 1999.
- 41/ عبد المالك ردمان الدناني، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، مصر، سنة 2005.

- 42/فرانك كليش ،تر حسام الدين زكرياء،ثورة الأنفوميديا ،الوسائط المتعددة وكيف تغير عالمنا وحياتك ،يناير 1997.
- 43/فريال مهنا ،علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية ،دار الفكر ،ط1،دمشق ،سوريا ، سنة 2002.
- 44/فهد العسكر ،التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة ،دار عالم الكتب،الرياض،سنة 1998.
- 45/فضيل دليو،الإتصال ،مفاهيمه،نظرياته،وسائله،دار الفجر للنشر والتوزيع،ط1،مصر ،سنة 2005.
- 46/ماجد سالم تران،الأنترنت والصحافة الإلكترونية،ط1،مصر ،الدار المصرية اللبنانية،2008.
- 47/محمد العويني، نماذج الإتصال و تطبيقاتها في الإعلام الدولي، مكتبة الانجلو المصرية، دون ذكر الطبعة ،سنة 1995.
- 48/محمد سمير حسين، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط1، القاهرة، عالم الكتب،سنة 1997.
- 49/محمد عبد الحميد ،بحوث الصحافة ،ط2، ،عالم الكتب ، القاهرة ، 1997.
- 50/محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1 القاهرة، عالم الكتب 1993
- 51/محمد عبد الحميد،نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير،عالم الكتب،القاهرة،ط2،مصر ،سنة 2000 .

52/ محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الاعلامية،عالم الكتب ،القاهرة،دون ذكر الطبعة،سنة 2000

53/ محمد فرغلي فراج وآخرون،السلوك الانساني،نظرية علمية،القاهرة،دار الحامد للنشر و التوزيع،ط1، الأردن، سنة2009.

54/ محمد لعقاب ، وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، الجزائر دار هومة ط1، 2007.

55/ محمد محفوظ ،دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال،دون ذكر مكان النشر،دار المعرفة الجامعية،سنة 2005 .

56/ محمد نصر مهنا،مدخل الى الإعلام وتكنولوجيا الإتصال في عالم متغير ،ط2 ، القاهرة،دون ذكر دار النشر ، 2007 .

57/ محمود عبدالله الخوالدة، علم النفس السياسي و الإعلامي، دار الكتب الجامعية،دون ذكر الطبعة ،سنة1997.

58/ محمود علم الدين، تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (دون ذكر مكان النشر) ،الدار المصرية اللبنانية ،ماي 2007.

59/ محمود علم الدين ،الصحافة في عصر المعلومات ،الاساسيات والمستحدثات ،دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة،سنة2000

60/ محمود علم الدين ،أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ،(دون ذكر دار النشر) الطبعة 2 ،سنة 2009.

61/ ملفين ديفليير ساندراروكيتش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر و التوزيع، مصر، سنة 1993.

62/منى سعيد الحديدي،حسن عماد المكاوي،حسن محمد عبد الشافعي ، تكنولوجيا الإتصال (المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية) الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة 2000.

63/مرزوق عبد الحكم العادلي،الاعلانات الصحفية،دراسة في الاستخدامات والاشباع،دار الفجر،القاهرة،مصر،ط1،سنة2004.

64/موريس أنجرس تر بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبيات عملية، الجزائر، دار القصة للنشر، 2004.

65/نبيل جمعة صالح النجار، الإحصاء في التربية والعلوم الإنسانية مع تطبيقات برمجية spss دار حامد للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، سنة 2009

66/نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط 1 ،دون ذكر مكان النشر،دار الخلدونية،سنة 2008 .

67/ياسين السيد،المعلوماتية وحضارة العولمة،رؤية نقدية عربية،دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، 2002

الرسائل و المذكرات:

68/السعيد بومعيرة،أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب ،دراسة إستطلاعية بمنطقة البلدية،أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال،جامعة الجزائر ،سنة 2006.

69/إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية وإتجاهات القراء "دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين،جامعة الجزائر 3،كلية العلوم السياسية والاعلام ،سنة 2010،2011

- 70/ أشرف جلال حسن، واقع استخدام الجمهور المصري للاعلان التلفزيوني و اشباعاته)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1995.
- 71/ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين و الأنترنت، دراسة في استخدامات و إشباعات طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، سنة 2007 .
- 72/ تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الإتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات و الاشباعات لدى الشباب، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الاعلام والاتصال، سنة 2010.
- 73/ رضا عبد الواحد أمين، استخدامات النخب المصرية للصحافة الالكترونية و تأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، دراسة ميدانية، جامعة الأزهر، شعبة الصحافة و النشر، سنة 2005.
- 74/ رضا عبد الواحد أمين: إتجاهات الصحافة المصرية نحو ظاهرة العولمة ، دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية، 2002.
- 75/ سوزان محمد عبده جميل، استخدامات طلاب الجامعات لمواقع الصحافة المصرية على شبكة الأنترنت و الإشباعات المتحققة منها (دراسة ميدانية) ، جامعة طنطا، مصر سنة 2006.
- 76/ عادل عبد الغفار، فرج خليل، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، سنة 1995.

77/ عبد الباسط محمد عبد الوهاب، إستخدام تكنولوجيا البث الاذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية

وميدانية، دون ذكر المكان، سنة 2005.

78/ عبير شفيق جورج الرجباني، إستخدامات الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية

اليومية في الأردن، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، سنة 2009.

79/ كمال ربيع الحاج، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون و

الاشباع المتحققة منها، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1998 .

80/ كريمة بوفلاحة، الجمهور المتفاعل في الصحافة الإلكترونية، دراسة إستكشافية لعينة من القراء

المتفاعلين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، جامعة الجزائر 2009، 2010.

81/ ليلى حسين محمد السيد، استخدامات الاسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية و مدى الاشباع

الذي تحققه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام قسم الاذاعة و التلفزيون، سنة 1993.

82/ محمد شطاح، صحافة الأنترنت ومستقبل الصحافة الورقية"المكتوبة" في الجزائر، جامعة عنابة، قسم

علوم الإعلام والاتصال، 2005 .

83/ محمد مليك، النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة، دراسة نظرية وصحفية جامعة الجزائر

، 2006.

84/ محمد إبراهيم عايش، المرأة العربية والصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية للحضور الإعلامي للمرأة

العربية في ثلاث مواقع إعلامية إلكترونية، الشارقة، جوان 2006.

- 85/مها عبد المجيد صلاح ،إستخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت،دراسة تحليلية وميدانية جامعة القاهرة ،كلية الاعلام ،قسم الصحافة والنشر،سنة 2004.
- 86/ناجية مزبان، جمهور القنوات الفضائية العربية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 2006/2005
- 87/ندى محي الدين الساعي، استخدام شبكة المعلومات و أثره على معدلات التعرض للتلفزيون، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات ،جامعة القاهرة (كلية الإعلام) 1997
- 88/هبة أحمد شاهين،استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ،دراسة تحليلية ميدانية،جامعة القاهرة،كلية الاعلام،قسم الاذاعة والتلفزيون،سنة 2001.
- 89/بمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل،رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال،جامعة الجزائر ،سنة 2006.
- المجلات والمؤتمرات.**
- 90/السعيد بومعيزة،زعموم خالد،التفاعلية في الإذاعة،أشكالها ووسائلها ،مجلة إتحاد الاذاعات العربية،تونس،سنة2007.
- 91/أسامة محمود شريف،مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية ،بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لإتحاد الصحفيين العرب،عمان،سنة 2000 .

92/جاسم محمد الشيخ جابر ، الصحافة الإلكترونية العربية ، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية

لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد :تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أفريل 2009.

93/خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، سلسلة وبحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2007 .

94/سعيد الغريب ،الصحيفة الإلكترونية والورقية،دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية،المجلة المصرية لبحوث الإعلام،القاهرة ،جامعة القاهرة،كلية الإعلام،سنة 1991

95/سعيد محمد الغريب النجار ،التفاعلية في الصحف العربية على الإنترنت، أبحاث المؤتمر الدولي، أبحاث المؤتمر الدولي،الإعلام الجديد :تكنولوجيا جديدة لعالم جديد،جامعة البحرين،9،7أفريل 2009.

96/عباس مصطفى ، التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية وفي الأترنت ، ورقة بحث مقدمة لمؤشر الصحافة في الفراغ العربي ،جامعة الشارقة ، نوفمبر 2005.

97/عماد بشير، إسهام الصحافة اليومية المطبوعة في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الأترنت ،ورقة بحث مقدمة في أشغال إجتماع الخبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي ، المجلس الإقتصادي والإجتماعي، بيروت، 2005/3 .

98/فرانك كليش ،تر حسام الدين زكرياء،ثورة الأنفوميديا ،الوسائط المتعددة وكيف تغير عالمنا وحياتك ،مجلة عالم المعرفة العدد 253، سنة 2000.

99/محمد تمبور عبد الحسيب ،تكنولوجيا ومستقبل طباعة الصحف ،مجلة الدراسات الاعلامية سنة 1990.

- 100/محمد سلامة، الصحافة الإلكترونية السلطة الخامسة، مجلة القن والإعلام، إتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 1957 جانفي 2010 .
- 101/نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية للمستقبل للخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة، رقم 265 ،يناير 2001 .
- 102/نجوى عبد السلام تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية ،المجلة العلمية لبحوث الإعلام ،القاهرة ،كلية الإعلام،ديسمبر 1998 .
- 103/ندا أيمن منصور، الإختراق الثقافي البث الوافي ، دراسة مسحية لأدبيات الإختراق بحث مقدم إلى ندوة الإختراق الإعلامي ، القاهرة ، معهد للبحوث الإعلامية العربية ، نوفمبر1990 .
- 104/هيا صالح، الصحافة الإلكترونية العربية بين الإلتزام والإنقلاب في الخطاب ، جريدة القدس العربي، 2011/01/24 .

المراجع بالأجنبية:

- 105/Anna Manikoska :**Une révolution tranquille du journalisme**,culture et société,RFI,n 201,février 1998.
- 106/Attalah Paul, **Théories de la communication** : histoire, contexte, pouvoir ; collection et société ;télé, université du Qubec, canada, 1991.
- 107/Burdeau George,**Traité de science politique** ,tome 2 ;la dynamique politique,Paris :librairie de droit et de jurisprud_1968 .
- 108/Charon Danielle, **Une introduction à la communication**, université du Quebec : collection et communication et société, 1994.

109 Estienne Yannick ,**Le journalisme après l'Internet** ,préface Derick neveu ,l'harmattan et civilisation,2007.

110/JEAN Pierre Meubier , **Introduction aux théories de la communication** , bueck université ,2 édition , 2004 .

111/Léo Mignot **Comprendre, construire et interpréter les statistiques**, AEC (agence des initiatives numérique,mars2012.

112/Morris Ogan, “ **The Internet as mass Medium**, Journal ofCommunication, 46(1); (19

113/Seferry .R.Young,an **analys of washighon post ;com's live online journal of electronic publishing** vol5,no,1 2000.

114/Sophie Boukharie,**Internet:le grand bouleversement de paysage médiatique** ,culture et société,RFI,n 199,février 1998.

الفهرسة

الإطار المنهجي ----- 1

(الفصل الأول) ----- 1

مشكلة الدراسة : 2

تساؤلات الدراسة: 4

فرضيات الدراسة:..... 5

تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة:..... 6

أهمية الدراسة : 8

الهدف من الدراسة:..... 9

أسباب إختيار الموضوع : 9

الدراسات السابقة : 10

منهج الدراسة : 22

أدوات جمع البيانات : 24

إختبار الصدق : 25

الدراسة الإستطلاعية : 25

مجتمع البحث وعينة الدراسة:..... 26

حدود الدراسة:..... 27

الأساليب الإحصائية:..... 27

الإطار النظري ----- 30

(الفصل الثاني) ----- 30

الفصل الثاني. إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام من منطلق نظرية الإستخدامات و الإشباع..... 31

المبحث الأول: ماهية نظرية الإستخدامات والإشباع: 32

المطلب الأول: تعريف نظرية الإستخدامات والإشباع..... 33

المطلب الثاني: نشأة و تطور مدخل الإستخدامات و الإشباع:..... 34

المبحث الثاني : العناصر الأساسية لنظرية الإستخدامات و الإشباعات:.....36

المطلب الأول: افتراض الجمهور النشط و دوافع تعرضه لوسائل الإعلام.....36

العمدية في الإستخدام:.....39

مقاومة التأثيرات غير المرغوبة:.....39

تحقيق المنفعة:.....40

المطلب الثاني: الأصول النفسية و الإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام و التوقعات منها:.....46

الأصول النفسية و الإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام :.....46

التوقعات من وسائل الإعلام:.....47

المطلب الثالث: التعرض لوسائل الإعلام و الإشباعات المتحققة منها:.....48

الإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام:.....49

المبحث الثالث: نظرية الإستخدامات و الإشباعات بين الإنتقاد و التطور:.....50

المطلب الأول: الإنتقادات الموجهة للنظرية والرد عليها.....51

الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات والإشباعات:.....51

الرد على الإنتقادات الموجهة لمدخل الإستخدامات و الإشباعات:.....53

المطلب الثاني: الإتجاهات الحديثة في بحوث الإستخدامات و الإشباعات.....55

المطلب الثالث : تطبيق نظرية الإستخدامات و الإشباعات على إستخدام شبكة الأنترنيت :.....58

61 ----- الفصل الثالث

الفصل الثالث: مستقبل الصحافة الورقية في ظل تطورات الإعلام الجديد:.....62

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة:.....63

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة.....63

-مميزات الصحافة المكتوبة عن الوسائل الإعلامية الأخرى:.....67

المطلب الثاني: معايير تصنيف الصحافة المكتوبة وعوامل نجاحها.....68

المطلب الثالث: الصحافة المكتوبة صناعة ،تجارة ورسالة.....71

76.....المبحث الثاني: شبكة الأنترنت وانعكاساتها على النشر الإلكتروني:

76.....المطلب الأول: ماهية شبكة الأنترنت :

80.....المطلب الثاني: الصحافة المكتوبة وشبكة الأنترنت.

82.....المطلب الثالث: ظواهر تثيرها الأنترنت ومشكلات إستخدامها صحفيا :

91.....المطلب الأول: مفهوم الصحافة الإلكترونية وخصائصها:

91.....مفهوم الصحافة الإلكترونية:

93.....خصائص الصحافة الإلكترونية:

96.....مميزات الصحافة الإلكترونية التي تسهل المقروئية :

97.....المطلب الثاني: نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية :

101.....نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

104.....المطلب الثالث: الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

110 ----- الفصل الرابع

111 ----- الفصل الرابع: القضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي .

112.....المبحث الأول : مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية:

112.....المطلب الأول: الصحف الإلكترونية بديلا عن الصحف الورقية :

120.....المطلب الثاني: الصحف الإلكترونية منافسا للصحف المطبوعة :

123.....المطلب الثالث: الصحف الإلكترونية كمكلا للصحف المكتوبة :

128.....المبحث الثاني: جمهور الصحافة الإلكترونية:

128.....المطلب الأول: مفهوم جمهور الصحافة الإلكترونية وخصائصه.

132.....المطلب الثاني: التفاعلية والجمهور في الصحافة الإلكترونية:

139.....المبحث الثالث: رؤية مستقبلية للصحافة الإلكترونية العربية:

140.....المطلب الأول: الصحف العربية ومستقبل صناعة النشر الإلكتروني (تحدي ورهان).

143.....المطلب الثاني: الإتجاهات المستقبلية للصحافة العربية الإلكترونية:

المطلب الثالث: واقع الصحافة المكتوبة والإلكترونية في الجزائر: 144

الإطار التطبيقي ----- 150

(الفصل الخامس) ----- 150

الفصل الخامس: دراسة تحليلية لعادات استخدام جمهور القراء للصحافة الورقية والإشباع المتحققة منها: 151

المبحث الأول: منهج المسح الاجتماعي وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية..... 152

المطلب الأول: منهج المسح الاجتماعي وإستخداماته: 152

المطلب الثاني: مفهوم الأسلوب المقارن وشروطه: 154

المطلب الثالث: الإستمارة كتنقية من تقنيات منهج المسح الاجتماعي: 155

المبحث الثاني : أنماط تعرض أفراد العينة للصحف الورقية والإشباع المتحققة منها 159

المطلب الأول : بيانات شخصية عن مجتمع الدراسة 160

المطلب الثاني: كيفية إستخدام أفراد العينة للصحف الورقية. 165

الإستنتاج:..... 177

المطلب الثالث: مظاهر الإشباع المتحققة لأفراد العينة من الصحف الورقية. 181

الإستنتاج:..... 187

الفصل السادس ----- 189

الفصل السادس: دراسة تحليلية لإستخدامات وإشباع جمهور القراء للصحافة الإلكترونية وعلاقة المتغيرات بذلك . -- 190

المبحث الأول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة من ذلك: 191

المطلب الأول: أنماط إستخدام الصحف الإلكترونية عند جمهور القراء. 191

الإستنتاج:..... 207

المطلب الثاني: مظاهر الرضا والإشباع المتحققة لدى أفراد العينة من إستخدامهم للصحف الإلكترونية 212

الإستنتاج:..... 223

المبحث الثاني: علاقة متغيرات الدراسة بعادات إستخدام الصحافة الإلكترونية والورقية والإشباع المتحققة منها.

..... 229

المطلب الأول: تحليل بيانات الجداول المركبة: 229

المطلب الثاني: الإستنتاجات المتعلقة بالجداول المركبة. 281

المطلب الثالث: الخلاصة العامة للدراسة: 293

خاتمة ----- 317

خاتمة: ----- 318

قائمة المراجع ----- 321

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1: يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس. ----- 160
- الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن. ----- 161
- الجدول رقم 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة. ----- 163
- الجدول رقم 4: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي. ----- 164
- الجدول رقم 5: يبين مدى مطالعة الصحف الورقية. ----- 165
- الجدول رقم 6: يبين وتيرة مطالعة الصحف الورقية. ----- 166
- الجدول رقم 7: يبين مكان قراءة الصحيفة المفضلة. ----- 167
- الجدول رقم 8: يبين أهم الجرائد الوطنية المطع عليها. ----- 169
- الجدول رقم 9: يبين مدى إطلاع أفراد العينة على جرائد أخرى في حالة عدم الحصول على الجريدة المفضلة. ----- 171
- الجدول رقم 10: يبين الوقت المستغرق في قراءة الصحيفة الورقية. ----- 172
- الجدول رقم 11: يبين كيفية الحصول على الجريدة. ----- 173
- الجدول رقم 12: يبين أكثر الأوقات مطالعة عند أفراد العينة. ----- 174
- الجدول رقم 13: يبين المواضيع التي تحظى بإهتمام أفراد العينة. ----- 175
- الجدول رقم 14: يبين دوافع قراءة الجريدة الورقية. ----- 181
- الجدول رقم 15: يبين الفوائد المحققة من مطالعة الصحف الورقية. ----- 183
- الجدول رقم 16: يبين مبررات تعرض أفراد العينة للصحف الورقية. ----- 185
- الجدول رقم 17: يبين مدى إستخدام أفراد العينة لشبكة الأنترنت. ----- 192
- الجدول رقم 18: يبين كثافة إستخدام شبكة الأنترنت. ----- 193
- الجدول رقم 19: يبين مكان إستخدام الأنترنت. ----- 194
- الجدول رقم 20: يبين مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة. ----- 195
- الجدول رقم 21: يبين مدى مطالعة جرائد إلكترونية أخرى عند الأفراد المبحوثين. ----- 196

- الجدول رقم 22: يبين طبيعة مطالعة الصحف الإلكترونية. ----- 197
- الجدول رقم 23: يبين عادات تصفح أفراد العينة للجريدة الإلكترونية. ----- 198
- الجدول رقم 24: يبين أكثر الجرائد الإلكترونية تفضيلاً عند أفراد العينة. ----- 199
- الجدول رقم 25: يبين أهم المضامين المفضلة في الصحافة الإلكترونية عند أفراد العينة. ----- 200
- الجدول رقم 26: يبين فضاءات تفاعل أفراد العينة في الصحف الإلكترونية. ----- 203
- الجدول رقم 27: يبين أسباب عدم قراءة الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت. ----- 205
- الجدول رقم 28: يبين سبب مطالعة الجريدة الإلكترونية على شبكة الأنترنت. ----- 212
- الجدول رقم 29: يبين دوافع قراءة الصحف الإلكترونية. ----- 214
- الجدول رقم 30: يبين مدى رضا أفراد العينة على مستوى أداء الصحف الإلكترونية الجزائرية. ----- 216
- الجدول رقم 31: يبين الفوائد التي يحققها الدخول على مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الأنترنت. ----- 219
- الجدول رقم 32: يبين تأثير تصفح الصحف الإلكترونية على قراءة الصحف الورقية. ----- 221
- الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين مطالعة الصحافة الإلكترونية ومكان إستخدام شبكة الأنترنت. ----- 230
- الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين كثافة إستخدام الأنترنت بمدى مطالعة الصحافة الإلكترونية. ----- 232
- الجدول رقم 35: يبين العلاقة بين كثافة إستخدام شبكة الأنترنت مع متغير الجنس، والسن. ----- 234
- الجدول رقم 36: العلاقة بين مدى مطالعة الصحافة الإلكترونية بالمستوى التعليمي، والجنس. ----- 236
- الجدول رقم 37: يبين العلاقة بين متغير السن ومدة مطالعة الصحافة الإلكترونية. ----- 239
- الجدول رقم 38: علاقة كثافة إستخدام الصحافة الإلكترونية بمتغير السن، المستوى التعليمي. ----- 240
- الجدول رقم 39: علاقة متغير السن والمستوى التعليمي بطبيعة مطالعة الصحف الورقية. ----- 243
- الجدول رقم 40: يبين العلاقة بين دوافع قراءة الصحف الإلكترونية ومتغيري السن والجنس. ----- 246
- الجدول رقم 41: يبين العلاقة بين الفوائد المحققة من الصحافة الإلكترونية ومتغير المستوى التعليمي. ----- 250
- الجدول رقم 43: بين العلاقة بين مدى تفاعل أفراد العينة في الصحف الإلكترونية وكثافة إستخدام شبكة الأنترنت. --- 260
- الجدول رقم 44: بين العلاقة بين أسباب عدم قراءة الصحف الإلكترونية ومتغيري السن، الجنس ومكان الإقامة ----- 263
- الجدول رقم 45: يبين علاقة متغير السن والمستوى التعليمي بتأثير الصحف الإلكترونية على قراءة الصحف الورقية. --- 266
- الجدول رقم 46: يبين المتوسط الحسابي، الإنحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأكثر الوسائل إستخداماً عند أفراد العينة. 269

- الجدول رقم 47: يبين المتوسط الحسابي، الإنحراف المعياري ومعامل الاختلاف لأكثر الصحف الثانوية إستخداما عند أفراد العينة. ----- 271
- الجدول رقم 48: يبين مطالعة الصحف الورقية من طرف افراد العينة وفق متغير الجنس. ----- 272
- الجدول رقم 49: يبين مطالعة الصحف الإلكترونية من طرف أفراد العينة وفق متغير الجنس والمستوى التعليمي. ----- 273
- الجدول رقم 50: يبين العلاقة بين مكان إستخدام شبكة الإنترنت من طرف أفراد العينة ومتغير مكان الإقامة. ----- 275
- الجدول رقم 51: يمثل المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والقيمة الناتجة لإجابات أفراد العينة المرتبطة بأشكال التفاعل في الصحف الإلكترونية وفق متغير السن. ----- 278