

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة منتوري - قسنطينة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
رقم التسجيل /
الرقم التسلسلي /

الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الالكترونية

دراسة مقارنة بين القطاع السمعي والسمعي البصري والمكتوب

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

فرع: صحافة

إشراف:

د. صالح بن نوار

إنجاز الطالبة:

سميشي وداد

لجنة المناقشة:

- | | | |
|----------------|------------------------------------|---|
| رئيساً | جامعة منتوري قسنطينة | 1. أ. د / فضيل دليو: أستاذ التعليم العالي |
| مشرفاً ومقرراً | جامعة العربي بن مهيدي / أم البواقي | 2. د / صالح بن نوار أستاذ محاضر |
| عضواً مناقشاً | جامعة منتوري قسنطينة | 3. د / الطاهر أجعيم: أستاذ محاضر |
| عضواً مناقشاً | جامعة منتوري قسنطينة | 4. د / ليلي بن لطرش: أستاذة محاضرة |

تاريخ المناقشة:

السنة الجامعية: 2009 - 2010

شكر و عرفان

أتقدم بكل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المؤطر "صالح بن نوار" على كل النصائح والتوجيهات السديدة التي أفادني بها طيلة فترة تأطيري والذي منحني من وقته الكثير ولم يبخل عليّ يوماً بجهده ولا بآرائه البناءة، فشكراً لك أستاذنا الفاضل ودمت زادا لكل طالب علم.

كما تخونني الكلمات كي أخط ولو بعض العبارات البسيطة للأستاذ الفاضل "فضيل دليو" الذي أبدأ لن تكفيني هذه الأسطر للتعبير له عن مدى امتناني وشكري الجزيل له على كل مساعداته التي كانت دوما تأتي في الوقت المناسب، فأدامك الله نبراسا لنا جميعا ومثلا أعلى نحذو حذوه. كما أشكر كافة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة الذين كانوا ولا زالوا لنا خير معين، دون أن ننسى الأستاذ "معروف" من قسم علم النفس بجامعة قسنطينة الذي ساعدني كثيرا في الفصل الميداني.

مع أسمى معاني التقدير
وداد سميثي

فهرس الموضوعات

01	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمدخل النظري للدراسة
02	I – الإطار المفاهيمي:
02	– أسباب اختيار الموضوع
03	– أهمية وأهداف الموضوع
04	– الإشكالية
08	– المفاهيم
17	– الدراسات السابقة
32	II – المدخل النظري للدراسة
32	1 – النشأة والتطور
33	2 – نماذج الاستخدامات و الإشباع
37	3 – مراحل تطور المدخل
39	4 – أهداف المدخل
40	5 – استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وتحقيق الإشباع لدى الجمهور
42	6 – عناصر المدخل
49	7 – الانتقادات الموجهة للمدخل
52	8 – الرد على الانتقادات
53	– الفرضيات
54	الفصل الثاني: تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات
55	1 – تكنولوجيا الاتصال
55	1.1 – مفهومها
56	2.1 – أسباب تزايد أهميتها
56	3.1 – سماتها
58	4.1 – أهم وسائل الاتصال الحديثة
58	1.4.1 – الحاسوب كوسيلة اتصال
59	1.1.4.1 – علاقة الحاسوب بوسائط الاتصال الأخرى
59	2.4.1 – استخدام الانترنت كوسيلة اتصال
60	1.2.4.1 – الانترنت كوسيلة اتصال
61	2.2.4.1 – سمات الانترنت كوسيلة اتصال

- 3.2.4.1 – خدمات الانترنت
- 65 – ثورة المعلومات
- 65 – 1.2 – مفهومها
- 66 – 2.2 – مخلفاتها (إفراناتها)
- 67 – 3.2 – خصائص مجتمع المعلومات
- 67 – 4.2 – مؤشرات مجتمع المعلومات
- 68 – 5.2 – الفرق بين مجتمع المعلومات و المجتمع التقليدي.
- 71 – 6.2 – مقومات مجتمع المعلومات.
- 73 – 7.2 – تأثيرات مجتمع المعلومات.
- 74 – 8.2 – تقييم ثورة المعلومات (إيجابياتها وسلبياتها).
- 78 – 3 – تكنولوجيا الإعلام.
- 79 – 1.3 – تقسيمات الإعلام الجديد.
- 80 – 2,3 – نتائج ثورة الاتصال والمعلومات.
- 82 – 3.3 – المستويات المعرفية للكيانات المعلوماتية.
- 83 – 4.3 – القوانين الحاكمة للبيانات المعلوماتية الجديدة.
- 84 – 5.3 – تأثير التكنولوجيات الجديدة على الصحافة المكتوبة.
- 86 – 1.5.3 – مراحل استخدام التكنولوجيا في الصحافة.
- 89 – 2.5.3 – دخول الانترنت عالم الصحافة المكتوبة (الاستخدامات الصحفية للانترنت).
- 91 – 3.5.3 – مشكلات استخدام الانترنت صحفيا.
- 92 – 6.3 – تأثير التكنولوجيات الجديدة على الإذاعة والتلفزيون.
- 92 – 1.6.3 – الإذاعة.
- 93 – 2.6.3 – التلفزيون.
- 96 **الفصل الثالث: مصادر المعلومات الالكترونية**
- 98 – 1 – مراحل تطور مصادر المعلومات.
- 99 – 1.1 – المرحلة قبل التقليدية (مرحلة ما قبل الورق).
- 99 – 2.1 – المرحلة التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة).
- 100 – 3.1 – المرحلة غير التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الالكترونية).
- 100 – 2 – أشكال مصادر المعلومات.
- 101 – 1.2 – مصادر المعلومات التقليدية.
- 108 – 2.2 – المواد السمعية والبصرية.
- 109 – 3.2 – مصادر المعلومات الالكترونية.

109	1.3.2 – الانترنت.
109	1.1.3.2 – الانترنت كمصدر للمعلومات للفرد العادي.
111	2.1.3.2 – الانترنت كمصدر للمعلومات في المؤسسات الإعلامية.
116	4.2 – الهاتف النقال.
117	1.4.2 – الخدمات الإعلامية للرسائل القصيرة.
118	2.4.2 – الجوانب الإعلامية الايجابية لاستخدام الرسائل القصيرة.
119	3.4.2 – الجوانب الإعلامية السلبية لاستخدام الرسائل القصيرة.
120	4.4.2 – البعد الإعلامي للتصوير بالهاتف النقال.
121	5.2 – قواعد البيانات.
122	1.5.2 – أنواع قواعد البيانات.
123	3 – مصادر المعلومات الالكترونية في الوطن العربي.
125	1.3 – معوقات انتشار المعلوماتية في الوطن العربي.
127	2.3 – أسباب محدودية تعامل العرب مع التقنيات الاتصالية الحديثة.
129	3.3 – فوائد تطبيقات المعلوماتية في العالم العربي.
129	4.3 – العرب والانترنت.
130	1.4.3 – مزودو خدمة الانترنت في الوطن العربي.
131	2.4.3 – حجم الحضور العربي على الانترنت.
132	5,3 – العرب والهاتف النقال.
133	6.3 – الجزائر ومصادر المعلومات الالكترونية.
133	1.6.3 – الاتصالات والانترنت.
135	2.6.3 – مشاكل انتشار الانترنت في الجزائر.
136	3.6.3 – الحجب والرقابة والمصادرة المعلوماتية على الانترنت.
138	4.6.3 – مقاهي الانترنت.
139	5.6.3 – آخر تطورات الاتصالات والانترنت بالجزائر.
142	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
143	1 – الإطار المنهجي
143	1 – المنهج
143	2 – أدوات جمع البيانات
145	3 – العينة
147	4 – مجالات الدراسة
147	1.4 – المجال المكاني

149	2.4 – المجال البشري
150	3.4 – المجال الزمني
150	II – عرض وتحليل البيانات:
150	1.2 – حصر النتائج الإحصائية داخل الجداول والتعليق عليها
240	2.2 – النتائج العامة للدراسة
251	الخاتمة
253	قائمة المراجع
259	الملاحق
272	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع الفئات العمرية في المؤسسات الإعلامية	145
02	يوضح المستوى العلمي للصحفيين	146
03	يوضح مدى أقدميه الصحفيين في المؤسسات الإعلامية	147
04	يوضح توزيع الصحفيين في المؤسسات الإعلامية	150
05	يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي	150
06	يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير السن	152
07	يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير المستوى العلمي	154
08	يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	157
09	يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير الأقدمية	159
10	يوضح تلقي الصحفيين تكويننا للتمكن من الاستخدام الأمثل للانترنت	162
11	يوضح تلقي الصحفيين تكويننا للتمكن من الاستخدام الأمثل للانترنت وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	164
12	يوضح تلقي الصحفيين تكويننا وعلاقته بمتغير الأقدمية	166
13	يوضح الاستفادة المهنية من التكوين	167
14	يوضح تنظيم التكوين	168
15	يوضح علاقة تنظيم التكوين بنوع المؤسسة الإعلامية	169
16	يوضح مدة التكوين	170
17	يوضح مدى مواجهة الصحفيين لصعوبات أثناء استخدام الانترنت	171
18	يوضح مواجهة الصحفيين لصعوبات وعلاقتها بالسن	172
19	يوضح مواجهة الصحفيين لصعوبات وعلاقتها بالمستوى العلمي	174
20	يوضح مواجهة الصحفيين لصعوبات وعلاقتها بنوع المؤسسة الإعلامية	175
21	يوضح نوعية الصعوبات التي يواجهها الصحفي أثناء استخدام الانترنت	177
22	يوضح اللغات التي يستخدمها الصحفيون أثناء البحث في الانترنت	178
23	يوضح اللغات المستخدمة من قبل الصحفيين وعلاقتها بالمستوى العلمي	179
24	يوضح استخدام الصحفيين للبريد الإلكتروني	180
25	يوضح استخدام البريد الإلكتروني وعلاقته بالسن	182
26	يوضح استخدام البريد الإلكتروني وعلاقته بالمستوى العلمي	183
27	يوضح استخدام البريد الإلكتروني وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	184
28	يوضح سبب عدم استخدام الصحفيين للبريد الإلكتروني	185

186	يوضح استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية	29
187	يوضح استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسن	30
188	يوضح استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمستوى العلمي	31
189	يوضح استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	32
190	يوضح ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب استخدام الصحفيين لها	33
192	يوضح سبب عدم استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية	34
193	يوضح نوع المواقع التي يزورها الصحفيون – من حيث المضمون	35
194	يوضح نوع المواقع التي يزورها الصحفيون الجزائريون – من حيث المجال الجغرافي	35
195	يوضح مدى امتلاك الصحفيين الجزائريين لاشترك في إحدى المواقع الإخبارية	36
196	يوضح امتلاك الصحفيين لاشترك وعلاقته بالسن	37
197	يوضح امتلاك الصحفيين لاشترك وعلاقته بالمستوى العلمي	38
198	يوضح امتلاك الصحفيين اشترك وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	39
199	يوضح امتلاك الصحفيين اشترك وعلاقته بالأقدمية	40
200	يوضح سبب عدم امتلاك الصحفيين اشترك	41
201	يوضح ترتيب خدمات الانترنت حسب استخدام الصحفيين لها	42
203	يوضح استخدام الهاتف النقال في المجال الإعلامي	43
204	يوضح استخدام الهاتف المحمول وعلاقته بالسن	44
205	يوضح استخدام الهاتف المحمول وعلاقته بالمستوى العلمي	45
206	يوضح استخدام الهاتف المحمول وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	46
207	يوضح استخدام الهاتف النقال وعلاقته بالأقدمية	47
208	يوضح مجالات استخدام الهاتف النقال في المجال الإعلامي	48
209	يوضح استخدام الصحفيين للبلوتوث	49
209	يوضح استخدام الصحفيين للبلوتوث وعلاقته بالسن	50
210	يوضح استخدام البلوتوث وعلاقته بالمستوى العلمي	51
211	يوضح استخدام البلوتوث وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	52
212	يوضح مجالات استخدام البلوتوث	53
213	يوضح مجالات استخدام البلوتوث وعلاقتها بنوع المؤسسة الإعلامية	54
213	يوضح إمكانية الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة في استقاء المعلومات	55
214	يوضح نوع المعلومات التي يمكن استقاؤها من خدمة الرسائل القصيرة	56
215	يوضح دوافع الصحفيين لاستخدام مصادر المعلومات الالكترونية	57
216	يوضح الحاجات التي تلبئها مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين	58
217	يوضح نوع الرضا الذي يحققه استخدام مصادر المعلومات الالكترونية	59

218	يوضح نوع المعلومات المتحصل عليها من مصادر المعلومات الالكترونية	60
219	يوضح مدى تحقق الإشباع	61
220	يوضح تحقق الإشباع وعلاقته بالسن	62
221	يوضح تحقق الإشباع وعلاقته بالمستوى العلمي	63
222	يوضح تحقق الإشباع وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية	64
223	يوضح تحقق الإشباع وعلاقته بالأقدمية	65
224	يوضح نوع الإشباع المحقق من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية	66
225	يوضح أسباب عدم تحقق الإشباع	67
226	يوضح علاقة السن بعدم تحقق الإشباع	68
227	يوضح علاقة المستوى العلمي بعدم تحقق الإشباع	69
228	يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بعدم تحقق الإشباع	70
229	يوضح علاقة الأقدمية بعدم تحقق الإشباع	71
230	يوضح أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات	72
231	يوضح علاقة السن باختيار طريقة الحصول على المعلومات	73
232	يوضح علاقة المستوى العلمي باختيار طريقة الحصول على المعلومات	74
233	يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية باختيار طريقة الحصول على المعلومات	75
234	يوضح علاقة الأقدمية باختيار طريقة الحصول على المعلومات	76
235	يوضح تقييم مستوى استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في المؤسسات محل الدراسة	77
236	يوضح علاقة السن بالتقييم	78
237	يوضح علاقة المستوى العلمي بالتقييم	79
238	يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بالتقييم	80
239	يوضح الخطوات الواجب إتباعها لتمكين الصحفيين الجزائريين من الاستخدام الأمثل لمصادر المعلومات الالكترونية	81
140	يوضح تسعيرات الانترنت المحمول في الجزائر	82

مقدمة

مقدمة

إن هذه الدراسة التي تهدف إلى التعرف عن قرب على استخدامات الصحفيين لمصادر المعلومات الالكترونية والكشف عن نوع الإشباعات المحققة من خلال هذه الاستخدامات مقسمة إلى قسمين رئيسيين:

أولهما الجزء النظري الذي يحوي ثلاثة فصول، حيث أن الفصل الأول فيه موضوع الدراسة وإطارها المفاهيمي بما في ذلك من أهمية وأهداف الموضوع و الإشكالية - التي حاولنا خلالها تطوير الفكرة العامة للدراسة - فضلا عن التطرق إلى المفاهيم التي تستدعي الشرح في الدراسة ككل. كما تناولنا جملة من الدراسات السابقة التي تم استثمارها قدر الإمكان في شقي الدراسة (النظري والميداني)، علاوة على التطرق للخلفية النظرية للدراسة التي تمحورت حول مقاربة الاستخدامات والإشباعات التي تعتبر منطلقا رئيسيا لدراستي.

أما الفصل الثاني فيدور حول تكنولوجيا الاتصال بكل ما فيها من وسائل تكنولوجية كان لها بصمتها الخاصة في الإعلام، فضلا عن تناول ثورة المعلومات التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بتطور الوسائل الاتصالية في العالم وهي التي تمخض عنها فيما بعد ما يسمى بتكنولوجيا الإعلام أو ظهور الإعلام الجديد بكامل قطاعاته أي السمعي والسمعي البصري والمكتوب وهو ما تم التطرق له في ذات الفصل ولكن في عناصر فرعية.

أما الفصل الثالث فهو ذو ارتباط وثيق بالفصل السابق الحديث عنه إذ أنه يُلمّ بكامل الوسائط الالكترونية التي قلنا أنها أحدثت نقلة نوعية في الميدان الإعلامي، فقد تطرقنا في هذا الفصل لمصادر المعلومات الصحفية كاملة - تقريبا - سواء كانت تقليدية أو الكترونية ، مع التركيز طبعا على

الالكترونية التي هي محور دراستنا. كما قمنا بقراءة للكثير من الاحصائيات التي تبين مدى انتشار هذا النوع من المصادر في الوطن العربي مع ذكر مشاكل انتشارها وفوائدها.

ثم قمنا بتناول دولة الجزائر على حدة لمعرفة للتمكن من فحص استخدام مصادر المعلومات الالكترونية فيها عن قرب والتعرف على العراقيل التي تحول دون توسع هذا النوع من المصادر.

أما الجزء الثاني من الدراسة أو الفصل الرابع منها فهو الفصل التطبيقي أو فصل الدراسة الميدانية وفيه تطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة بما في ذلك من منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات فيها، فضلا عن عرض البيانات وتفرغها في جداول ثم التعليق عليها لنصل في الاخير إلى استخلاص نتائج الدراسة التي جمعنا فيها بين النتائج العامة للدراسة وبين النتائج على ضوء الفرضيات، النتائج على ضوء الدراسات السابقة والنتائج على ضوء المقارنات التي هي هدف لا غنى عنه في هذه الدراسة.

الفصل الأول

موضوع الدراسة ومدخلها النظري

- الإطار المفاهيمي.

- الخلفية النظرية للدراسة.

I – الإطار المفاهيمي:

1 – أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع للبحث ليس بالأمر الهين، بل هو قرار يسبقه الكثير من التمحيص والملاحظات فضلا عن الإطلاع الواسع على كل ما له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع، حتى يتسنى للباحث التعرف على عناصر الظواهر ومعرفة الجوانب الغامضة التي تستدعي البحث والدراسة. وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بشخص الباحث أو تكون موضوعية متصلة بموضوع البحث.

ومن الأسباب التي دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع نجد:

1 – تزايد الإشكاليات التي يطرحها دخول الموجة الرقمية والالكترونيات إلى عالم الصحافة في جميع دول العالم عموما ومنه في الجزائر، حيث أضحت مسألة دخول هذه الموجة تشكل انشغالا محوريا لدى الباحثين ورجال الإعلام وحتى لدى الساسة والاقتصاديين الذين ضاعفوا من اهتمامهم بهذا القطاع الحيوي (الإعلام) سعيا منهم للاستفادة من تطوره قدر المستطاع.

2 – التحديات الجديدة التي فرضها الإعلام الرقمي على رجال الإعلام في حدّ ذاتهم إذ أنه فتح الأبواب على مصراعيها أمام كل ما هو تقني إلكتروني، وكل ما هو جديد دون مراعاة لخصوصية أي وسيلة إعلامية على حدا.

3 – القفزات السريعة التي عرفتها مختلف الوسائط الالكترونية خاصة منها الانترنت والهاتف المحمول بعد أن أدخل عليها أحدث تقنيات نقل المعلومات وهو ما خوّل لها أن تنضم إلى قائمة مصادر المعلومات لتشكل بذلك نوعا منفصلا عن تلك المصادر التي تعودّ الإعلامي أن يعتمد عليها لبناء قصته الإخبارية.

4 – دخول الإعلام الجزائري في السنوات القليلة المنصرمة إلى عالم الالكترونيات بكل ما يحمله هذا العالم من تقنيات ووسائل متطورة، وهو ما خلق إنشغالات جديدة في الوسط الإعلامي الجزائري، وفتح بالتالي مجالا خصبا لدراسات تضع التجربة الإعلامية الجزائرية تحت المجهر، فتستخرج المشاكل ومواطن الضعف لتطویر ما يجب تطويره واللاحق بالركب الرقمي السريع.

5 – نقص الدراسات الجزائرية (على الأقل ما هو بحوزتي) التي تتناول هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل رغم أهميته البالغة، وهذا بعد تصفّحي للكثير من مواقع الجامعات والمكتبات الجزائرية والعربية وحتى مواقع المنتديات العلمية التي تقدم روابط لرسائل وأطروحات جامعية.

2 - أهمية وأهداف الدراسة:

إن هذه الدراسة تستقي أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته، إذ أن هذا الأخير يعتبر من المواضيع المصيرية بالنسبة لوسائل الإعلام، حيث يُعنى بدراسة الحالة التي آل إليها الإعلام بعد الدخول القوي الذي سجلته الإلكترونيات في الصحافة في السنوات الأخيرة. كما تكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في:

1 - تحوّل العالم الذي نعيش فيه إلى محيط الكتروني محض، مما دفع العديد من الباحثين إلى تسميته بـ "عالم الإلكترونيات" فهذه الأخيرة صارت تلازما في كل مكان، في منازلنا، في أماكن العمل وفي الشوارع والأماكن العامة مما جعلنا نتمسك بهذه التقنيات أشد التمسك ونتغاضى في كثير من الأحيان عن سلبياتها.

2 - دخول تكنولوجيات الاتصال والتقنيات الإلكترونية الحديثة إلى الصحافة، فقد صارت الآلة تقوم بتغطية الأحداث والنقاط الصور واختيار زوايا التصوير مكان الصحفي، فبعد أن كانت تلازم الصحافة صفة التعب والتجوال المستمر صار بإمكان الصحفي الجلوس في مكتبه وإجراء المقابلات الصحفية مع أبرز الشخصيات العالمية دون أن يتحرك. كما بإمكانه زيارة إحدى المواقع الإخبارية العالمية فتمده بكافة المستجدات قبل أن يخرج حتى من منزله. وقد رافقت هذا التطور مصطلحات جديدة في مجال الإعلام والاتصال كالصحافة الإلكترونية والمصادر الإلكترونية والصحافة عن بعد وغيرها من المسميات التي لا تزال بحاجة إلى الشرح والدراسات المعمّقة.

3 - المنافسة الحادة التي تعيشها يوميا المؤسسات الإعلامية سواء كان ذلك على المستوى الدولي أو على المستوى المحلي من أجل الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات الطازجة والحصريّة، فقد أصبحت مسألة السبق الشغل الشاغل للكثير من مسيري المؤسسات الإعلامية نظرا للكم الهائل من الأخبار التي تبتّ من كل الجهات على مدار اليوم إن لم نقل في كل دقيقة وثانية، وهو ما يتطلب معرفة منابع هذه المعلومات للتأكد من مصداقيتها والتمكّن من الهيمنة عليها. وفي خضم هذا الصراع تبرز أهمية وجود دراسات توضيحية وشارحة للمصادر الإعلامية الجديدة التي صرنا مجبرين على التعامل معها.

أمّا الأهداف التي ترمي هذه الدراسة إلى تحقيقها فيمكن ذكر الآتي:

- 1 - التعرف على أهم المصادر الإلكترونية التي يلجأ إليها الصحفي الجزائري للحصول على المعلومات الضرورية لصياغة القصة الإخبارية اليومية.
- 2 - معرفة التغييرات التي طرأت على العمل الإعلامي الجزائري إثر تبنيه لبعض التقنيات الحديثة خاصة فيما يتعلق بطريقة وسرعة جمع المادة الإعلامية.

3 - معرفة العوامل المتحكمة في استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الالكترونية والكشف عن الإشباعات المحققة لدى الصحفيين الجزائريين عند استعمالهم لهذا النوع من المصادر.

4 - تسليط الضوء على الفروقات التي قد تكون موجودة بين صحفيي وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة فيما يخص استخدامهم للمصادر الالكترونية للمعلومات والتي تحدد من ناحية تفوق مؤسسة إعلامية على أخرى في الحصول على أحدث المعلومات في الوقت اللازم، ومن ناحية أخرى تبين مدى قدرة صحفيي مؤسسة إعلامية معينة دون غيرها على استغلال الفرص التي تتيحها الموجة الرقمية، وهو ما يمكن المؤسسات الإعلامية الجزائرية من معرفة مواطن ضعفها ومضاعفة مجهوداتها لتحسين أدائها.

3 - الإشكالية:

من الجائر إنكار أهمية المعلومات في حياتنا أو تجاهل تأثيرها على سير أعمالنا، فقد أصبحت العصب الحيوي في حركة الأمم وتطورها باعتبارها منطلق الحاجة المعرفية، ذلك أن الحاجة للمعرفة تبقى المحور الأساسي في مصير الأمم فهي تشكل الرافد الذي يغذي الحاجات الأخرى، ومع جمود المعرفة وتوقف نموها في الأمم تواجه هذه الأخيرة نقصانا في حاجاتها الأساسية الأخرى فتتخلف عن مسيرة الحياة.

ومن هنا بدأ العالم يأخذ منحاً تطورياً جديداً أساسه العلم والمعرفة، حتى القرن الواحد والعشرين الذي يشهد ثورة معرفية كبيرة أساسها وعمادها ووقودها هو المعلومات حيث أصبحت السلاح الذي يوفر لمن امتلكه قوام القدرة والسيطرة على العالم، باعتبار أن هذا القرن الجديد هو خلاصة مركززة للتطور والتراكم العلمي والمعلوماتي للتاريخ البشري.

وهو ما أكدّه الفين توفلر حين قال أنّ: "القوة في القرن الواحد والعشرين لن تكون في المعايير الاقتصادية أو العسكرية ولكنها تكمن في عنصر المعرفة، بعد أن كانت المعرفة مجرد إضافة إلى القوة الأخرى باتت اليوم في جوهرها الحقيقي، فالقوة العسكرية ترتبط مباشرة بالقدرة التكنولوجية أي المعرفة التي تكتنزها وعلى عكس العناصر الاقتصادية والعسكرية فإن المعرفة لا حدود لها ولا تتضب". (محمد صلاح سالم، 2002، 23)

لا شك أن الفين توفلر أشار من خلال مقولته السابقة إلى حلول عصر الإنقطاع الذي يتجاوز القوى العسكرية والاقتصادية ومنح الأفضلية التامة للمعلومة والمعرفة. على اعتبار أنها صارت معياراً يقاس على أساسه تطور الأمم وتخلفها، وإنّ اختيار هذا المعيار لم يأت من فراغ فالعلم والمعرفة لا حدود لهما فبقدر ما اغترفنا من نهرهما ازداد عطاؤه لنا.

وهكذا فإن الخيار التكنولوجي لم يعد رفاهية أو كمالية ولكن أصبح تحديًا تنمويًا في المقام الأول؛ ولم يعد هناك بديلا عنه للشعوب والدول النامية التي ترغب في تحقيق طفرة تنموية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، لما تتيحه تكنولوجيا المعلومات من معارف وأدوات تسهم في زيادة الإنتاج والارتقاء بجودته.

فعالما اليوم يتغير باستمرار وعلى وتيرة سريعة للغاية تحت تأثير تكنولوجيات الاتصال الرقمية الحديثة، وهذا استوجب على الأفراد تعلم تطويع هذه التقنيات الجديدة وفهم لغتها حتى لا يعيشوا غرباء في مجتمع اتخذ لنفسه جملة من المفاهيم والمصطلحات عمل العلماء والمفكرين جاها على فهم كنهها والتعريف بها وتبسيطها للتمكن من الإندماج في هذا العصر المعقد.

فمجتمع المعلومات مثلا أو مجتمع المعرفة أصبح من بين المصطلحات الشائعة في وسائل الإعلام الجماهيرية والدوريات العلمية على اعتبار أنه من الركائز المفاهيمية التوضيحية للعالم الرقمي، ويستخدم المؤلفون هذه المصطلحات للدلالة على مصطلحات أخرى مثل عصر المعلومات والحاسبات، عصر الاتصالات وثورة المعلومات الرقمي والالكتروني وغيرها من المسميات.

فمجتمع المعلومات والمعرفة يعتمد أساسا على التطورات التكنولوجية المتسارعة في الحاسبات والاتصالات والتي أفرزت مجتمع المعلومات الكوني، الذي ترى فيه دول الشمال تكاملا لاقتصادياتها مع اقتصاديات دول الجنوب بكل ما ينتجه هذا الإمتزاج من تكامل في الثقافات وزيادة في التفاعل المعلوماتي والاجتماعي. رغم أن دول الجنوب وبعد الممارسة الفعلية؛ تراه وسيلة لتصريف منتجات دول الشمال فضلا عن تغريب الثقافات الوطنية وتفكيكها عن طريق وسائل إعلام احتكارية.

وبفعل هذا المجتمع الرقمي صارت المؤسسات الإعلامية تقوم بوظيفة أساسية في المجتمعات المدنية المعاصرة إذ أنها تعمل على توفير المعلومات لأفراد المجتمع، وباعتبارها جهازا من الأجهزة الفاعلة والحيوية داخل النسيج الاجتماعي؛ فقد تأثرت هي الأخرى بالموجة الرقمية العارمة التي اجتاحت معظم دول العالم إن لم نقل جُلّها. ويتضح ذلك جليًا من خلال عمليات سرعة نقل المعلومات وتقنيات الحفظ الحديثة، فمسجل الصوت حل محلّ القلم والورق بالنسبة للمحررين والمراسلين العاملين في الصحف، والاتصالات اللاسلكية حلّت محلّ الاتصال السلكي كما هو الحال بالنسبة للهاتف الجوال وهواتف الأقمار الصناعية.

إن التقنيات الحديثة قد ساعدت الصحفي أيضا على بناء قصته الإخبارية وإضافة الصور والجرافيك لها لحظة كتابتها دون الحاجة للاستعانة بالأقسام الفنية للقيام بمثل هذه الأعمال، فدخلت المعلوماتية إلى غرف التحرير منذ بداية الثمانينات أثّر كثيرا على صناعة الصحف. وتجدر بنا الإشارة إلى أنّ هذا التطور الاتصالي قد مرّ بمراحل عديدة متعاقبة، ومسيرة هذا التطور اتّجهت في خطى متسارعة نحو

مرحلة الاتصال الالكتروني والذي شهد تقدماً هائلاً وتشعباً كبيراً حتى أضحى من الصعب اللحاق بهذا التطور الذي أنتج أربع مجالات متلاحمة ومتكاملة وهي:

- 1 – مجال الاتصال بين الحاسبات الالكترونية وشبكات الاتصال.
- 2 – مجال الاتصال عبر السماوات المفتوحة وأقمار الفضاء.
- 3 – مجال الاتصالات عبر الألياف الضوئية واكتشاف أشعة الليزر.
- 4 – ثم الطفرة أو الثورة الكبرى المتنقلة أو كما تسمى اتصالات المحمول. (عبد الملك ردمان الدنانى، 2005، 16)

وهكذا يمكننا القول أن تطوّر الإعلام ارتبط بتطورات تكنولوجية على مستوى وسائله ورسائله فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ونتائجها المتنوّعة جزء من التكنولوجيا العامة ونتائجها المتعددة في العصر الراهن. فهناك تكنولوجيا للانتقاط وللإرسال وللتنزين وللإرتداد كما أن هناك تكنولوجيا للخدمات والتسلية والترفيه فضلاً عن تكنولوجيا الاستماع والرؤية. (ابراهيم الأخرس، 2008، 32)

وبانتشار هذه الثورة الجذرية صارت المعلومات أساساً للسّبق والريادة، وأصبحت تقاس مدى زعامة البلدان بما لديها من معلومات وبمدى استغلالها لها، فالعالم بأسره يتسابق على المعلومة وعلى كيفية استخدامها ووضعها في مكانها الصحيح. ومن ثمة برزت أهمية الكمبيوتر والحواسيب الآلية وتكنولوجيا الانترنت، هذه الأخيرة التي تعدّ كأهمّ آليات تكنولوجيا المعلومات وبمثابة المساعد للإنسان في حفظ وترتيب واستدعاء المعلومات وحسن استغلالها، وذلك بما لديها من قدرة تقنية على سهولة التعامل مع كل الطبقات الإنسانية بعملها على تسهيل وتبسيط الأعمال.

ونفس الشيء يقال عن الهاتف المحمول الذي أقمح في جُلّ الأعمال اليومية وحتى الإعلامية منها فقد وصل إلى أدقّ زوايا وأركان حياة الإنسان، فهو يكتب ويسجّل ويصوّر ويستخدم ككمبيوتر ويتم الدخول منه إلى الانترنت ويستخدم كآلة حاسبة كما يسمح بالاستماع إلى كافة البرامج الإذاعية وحتى التلفزيونية خاصة إثر تزويده بالعديد من التقنيات كالبوتوت والكاميرات الحديثة التي زادت من فاعليته ومن قدرته على استيعاب قدر لا يستهان به من المعلومات.

إنّ كلاً من الانترنت والهاتف المحمول وغيرهما من الالكترونيات ساروا جنباً إلى جنب مع القفزات السريعة التي أحدثت في مجال الإعلام، بل يتحتم علينا أن نقرّ بأنهم صاروا ينتمون إلى القائمة الطويلة لمصادر المعلومات الصحفية. فقد أضحت هذه القائمة مقسّمة إلى فرعين أساسيين أولهما المصادر التقليدية التي ألف الإعلام الرجوع إليها لاستقاء الأخبار، كالمصادر الشخصية (شبكة الاتصالات الشخصية التي تمدّ الصحفي بالمعلومات بحكم القرابة أو الزمالة أو حتى الجيرة)،

أمّا الفرع الثاني وهو المصادر الالكترونية فيضمّ أحدث التقنيات التي أدخلت إلى مجال الاتصالات والتي تمدّ الصحفي بكافة المستجدات مع تجنيبه عناء التنقل أي وهو جالس في مكتبه أو حتى في منزله، فضلاً عن التوفير في الوقت وفي التكاليف

وبالتالي إتاحة أكبر قدر ممكن من السبق. ومن أهم هذه المصادر نجد الانترنت والهاتف النقال وكافة التقنيات التي أدخلت عليهما في السنوات الأخيرة لتضاعف من حاجة الإعلاميين إليهما. إن العالم العربي كغيره من دول العالم الأخرى سعى إلى تكريس هذه لتقنيات كمحاولة منه إلى النهوض بالقطاع الإعلامي سواء كان مكتوباً أو سمعياً أو سمعياً بصرياً، ورغم أنه راح يخطو بخطوات متناقلة إلا أنه اندمج ولو جزئياً في هذه الثورة المعلوماتية. ففي البداية، وقفت الدول العربية موقف الرافض تماماً لهذه الحداثة، ثم تلاشى تدريجياً هذا الرفض لينتقل معظم الدول من موقف الرافض إلى موقف المشدود والمبهور بكل ما تفنن العقل البشري في نسيجه من الكترونيات وتقنيات تكنولوجياية. وبمرور الوقت، استفاق العالم العربي من مرحلة الجمود التي خيمت عليه طويلاً ليحاول اللحاق بالركب الحضاري السريع وذلك من خلال تكريس الطاقات البشرية المؤهلة والإقتراب تدريجياً من كل المبتكرات الحديثة.

والجزائر من جهتها حاولت هي الأخرى النهوض بإعلامها وإدماجه في هذه الثورة بل والاستفادة منها قدر الإمكان لتعويض ما فاتها من تأخر خاصة وأنها بقيت حبيسة الاستعمار طيلة 132 سنة وهو ما استوجب عليها أن تمحو مخلفاته الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية قبل التفكير في التطوير التكنولوجي لإعلامها والنهوض به.

إضافة إلى الأزمة الأمنية التي مرت بها الجزائر فيما بعد والتي أدت إلى خنق المواهب والإبداعات الإعلامية خوفاً من التصفية الجسدية، وهو ما زاد الطين بلة إذ أن تلك الحقبة - من بداية التسعينات إلى غاية بداية الألفية الثانية - مثلت أوج الازدهار التكنولوجي في مجالي الإعلام والاتصالات في باقي دول العالم.

وبعد دخول الإعلام الجزائري عالم الالكترونيات والموجة الرقمية التي غيرت في كثير من أقطار العالم من التقاليد الصحفية التي يتبعها الإعلاميين، سواء عند جمع المادة الصحفية أو عند تخزينها أو حتى عند تحريرها وبنثها للجمهور، أصبحت هذه المسائل محل أخذ ورد بين الباحثين الجزائريين الذين حاولوا دراسة العملية الإعلامية عامة والطرق المستحدثة التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية الجزائرية لجمع المادة الصحفية خاصة، سواء كان ذلك في الصحافة المكتوبة أو السمعية البصرية أو السمعية.

وهو ما يدفعنا إلى طرح التساؤل الآتي: ما مدى استخدام الصحفيين الجزائريين محل الدراسة لمصادر المعلومات الالكترونية؟ وهو سؤال محوري تتفرع منه التساؤلات الآتية:

1 - هل تأتي الوسائل الإلكترونية في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

2 - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية المختلفة، في استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

3 – ما هي الإشباعات المحققة للصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

5 – المفاهيم:

إن المفهوم هو " كلمة أو عبارة استعارها الباحثون من المفردات الجارية، أو نحتت قطعاً لتحديد أو لوصف ظواهر الواقع الملحوظ الذي يريدون تحليله علمياً. فالمفهوم هو عرض مجرد للواقع الذي نستطيع ملاحظته" (أ. لارامي، ب. فالي، 2004، 131) وفي هذه الدراسة توجد العديد من المفاهيم التي تستوجب التوضيح منها:

1 – المعلومات:

من الناحية اللغوية تعني كلمة معلومات الأخبار والتحقيقات أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق أو إيضاح الأمور. وبصورة أشمل هي تعني الأنباء كما تعني التوضيح والشرح والاستفسار، إضافة إلى أنها تشمل معاني المفهوم والتصور والتعريف. وهي مشتقة من الفعل علم ويقال علم فلان: علماً: انشقت شفته العليا فهو أعلم وهي علماء، و- الشيء علماً: عرفه. وفي التنزيل العزيز: (لا تعلمونهم الله يعلمهم)، و- الشيء ، وبه: شعر به ودرى وفي التنزيل العزيز: (قال يا ليت قومي يعلمون بما غفر لي ربي)، و- الشيء حاصلًا: أيقن به وصدّقه، فنقول: علمت علماً نافعاً. وفي التنزيل العزيز: (فإن علمتموهن مؤمنات). (قاموس الوسيط، 2004، 624)

ومن الناحية الاصطلاحية يستخدم هذا الاصطلاح غالباً فيما يتعلق بالبيانات والحقائق التي نحصل عليها عن طريق الملاحظة أو التجربة أو التعليم والتي تتميز عن الأفكار والآراء. وتتدفق هذه البيانات أو تنساب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة. (أحمد زكي بدوي، 1994، 83) وهي أيضاً تقديم الأخبار الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور ويتم ذلك من خلال وسائل تحمل للناس هذه المعلومات والحقائق والأخبار. (كرم شليبي، 1989، 292)

وتستخدم الكلمة (المعلومات) كفحوى لعمليات الاتصال بهدف توصيل الإشارة أو الرسالة التي هي المعلومة والإعلام عنها. كما تتصل الكلمة بأي فحوى تفاعل بشري بين فرد وجماعته أو بين مجموعة ومجموعة أخرى. وقد رصد أحمد بدر وآخرون عدة مداخل في تعريف المعلومات أولها المدخل الموضوعي العريض الذي يرى المعلومات في التعبير الحقيقي أو الملموس للعمليات المعرفية والتي تحدث في العقل الإنساني. وبالتالي فالمعلومات هي منتجات أو مخرجات العملية المعرفية التي تتمثل في شكل كيان مادي. وبهذا المفهوم فالمعلومات توجد مستقلة عن العقل البشري الذي أوجدها وهذه المعلومات توجد في أشكال مختلفة يمكن تحديدها وتحريكها واختزانها.

أما المدخل الثاني للمعلومات فيرى أنه مادامت المعلومات توجد في العقل الإنساني فيمكن فهمها فقط بالنسبة لتأثيرها أو بالنسبة لكيفية تغييرها للمواقف المعرفية للناس، وهذا المدخل يطلق عليه **المدخل الذاتي**، وفي هذا ليس للمعلومات وجود أو حقيقة في ذاتها وإنما هي تتشكل حسب مستخدم أو مستقبل المعلومات وطبقا لخبراته.

وقد حاول الباحث برامان التوفيق بين المدخلين السابقين الموضوعي والذاتي في تعريف المعلومات بالنسبة لحقل السياسة المعلوماتية واقترح برامان أربعة تعريفات رئيسية للمعلومات أو عند تحليل السياسة المعلوماتية وهذه التعريفات هي

1 – المعلومات كمورد resource وهذه هي الفكرة الكلاسيكية عن المعلومات حيث يعتبرها المنشئون والمعالجون للمعلومات وكذلك المستفيدون منها ككيانات معزولة عن بعضها البعض.

2 – المعلومات كسلعة commodity مع ما يصحب ذلك من تطبيق المفاهيم الاقتصادية المتصلة بالبيع و الشراء و المتصلة بسلسلة الإنتاج.

3 – المعلومات كإدراك حسيّ perception وهنا يضيف الباحث برامان نموذج السياق context وعند هذا المستوى الرفيع تعالج المعلومات كتقليل للشك reduction of uncertainty والمعلومات هنا تختلف بين فرد وآخر أي أنها نسبية.

4 – المعلومات كقوة تشكل المجتمع: وهنا نرى المعلومات كقوة في ذاتها وكقوة لصياغة السياق وبالتالي فيعتقد الباحث برامان أن فكرة المعلومات هذه يجب أن تكون نقطة الإنطلاق لجميع القائمين بوضع السياسة المعلوماتية. (ابراهيم الأخرس، 2008، 163)

وهناك أيضا من يعرف المعلومات على أنها تقديم الأخبار الدقيقة الصادقة للناس والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور ويتم ذلك من خلال وسائل تحمل للناس هذه المعلومات والحقائق والأخبار (أحمد زكي بدوي، 1994، 296).

وهناك تداخل بين مفهوم المعلومات ومفهوم الإعلام فهاتان الكلمتان في العربية تقابلان أصلا واحدا في اللاتينية هو informatio أو انفورماسيو إلا أن الإعلام يعني الأخبار والأنباء والمستجدات في حين تشمل المعلومات كافة المعطيات والمعارف العلمية والفنية في سائر مجالات الحياة الاجتماعية إطلاقا وليس في قطاع الإعلام فقط. وحتى الآن لا يوجد نص قانوني يعطي تعريفا جامعاً مانعاً للمعلومة.

وقد أشار القانون الفرنسي الصادر في 29 جويلية 1982 الخاص بالاتصالات السمعية والبصرية إلى تعريف عام للمعلومة حيث ينظر إليها بوصفها رنين صور الوثائق والبيانات أو الرسائل من أي نوع. (أنطوان ابريس، 2001، 36)

التعريف الإجرائي:

لقد تبنت طالبة المفهوم الذي يعتبر المعلومات المحرك الأساسي لقطاع الإعلام، وهي المادة الخام للأنباء والأخبار المقدمة يوميا عبر وسائل الإعلام المختلفة والتي يتم تحصيلها من مصادر مختلفة بالكلمة المكتوبة والمقروءة والمنقولة هي جوهر المعلومات. ونحن الآن في عصر أقل ما يقال عنه أنه يتميز بغلبة المعلومات وتكنولوجيا اتصالات نقل هذه المعلومات عبر وسائط مختلفة.

2 – تكنولوجيا الاتصال:

هي مجموعة من التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الواسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب. تليها عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة كانت أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية. ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو الكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور. (ابراهيم الأخرس، 2008، 59)

وقد وردت تعاريف كثيرة لمصطلح تكنولوجيا الاتصال منها أنها أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات. (محمد جمال الفار، 2006، 98) إن صاحب هذا التعريف يرى أنه من الصعب ملاحظة أوجه التشابه بين التقنيات المختلفة للاتصال مثل الهاتف، الآلة الكاتبة، الحاسب الالكتروني، إذا استعرضناها بشكل ظاهري، ولكن إذا تحدثنا عن هذه التقنيات من ناحية المفاهيم الأساسية للاتصال والسلوك فإن العلاقة بينهما تكون أكثر وضوحا. فكل هذه الأجهزة وغيرها تعدّ من تقنيات الاتصال إذا تمكّنت من أن تزيد من طاقتنا الحسية المختلفة المتمثلة في حواس البصر والسمع والشم والذوق واللمس.

ويرى غيره أنّ تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات.

وهناك تعريف ينطوي على معنى التزاوج إذ ينص في إحدى صيغته على أنه "اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو ممغنطة أو معالجة بالليزر وبثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية الحاسوبية، ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد".

وبناء على ذلك فإنه لم يعد ممكنا الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه في حياتنا اليومية من التواصل بالفاكس عبر شبكات التلفون وفي بعض الأحيان مرورا بشبكات أقمار الاتصال، وما نتابعه على شاشات التلفزيون من معلومات تأتي من الداخل وقد تأتي من أي مكان في العالم أيضا، وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال

وتطور كل منهما في طريق كما كان في الماضي ودخلنا عصر جديد للمعلومات والاتصال يسمى computer communication com-com . (عبد الملك ردمان الدناني، 2003، 107)

التعريف الإجرائي:

من منظور اتصالي يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال هي: مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو الواسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة، مسموعة مرئية، مطبوعة أو رقمية. ونقلها من مكان إلى مكان آخر وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو الكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

3 – تكنولوجيا الإعلام (الإعلام الجديد):

يدخل تحت هذا المصطلح عدد كبير من الوسائل التي تتميز بالتفاعل interactivity وهذا يعني أن المستخدم سوف يكون قادرا على التحكم في المعلومات التي يريد الحصول عليها متى أرادها وأيضا أرادها وبالشكل والمحتوى الذين يريدانها.

كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط multimedia وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصوت والصورة والفيديو مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا.

وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل الكتروني، وتتميز تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضا بسهولة استخدامها، وهي بخصائصها تلك سوف تغير الكيفية التي نتعلم ونعمل ونتسلى بها.

إن الاتجاه الحالي هو أن تتحوّل جميع وسائل الإعلام تدريجياً إلى النظام الرقمي وما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الكمبيوترات الرقمية والذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الالكترونيات الرقمية إلى المستوى المقبول بالنسبة للمستهلك. (محمد جمال الفار، 2006، 35)

وفي عالم اليوم الذي أصبح يتبنى مفهوماً يقوم على "عولمة الاتصالات" سوف يكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد وفصل نظم الفيديو والسمعيات والكمبيوتر عن بعضها البعض، فمع تطور تكنولوجيا الاتصالات فإنّ الفيديو والراديو والتلفزيون والهاتف وجميع أشكال بيانات الاتصالات سوف يتم تعريفها وتحديدتها من خلال مقدار المعلومات الرقمية bits اللازمة لنقلها.

التعريف الإجرائي:

إن الإعلام الجديد هو الإعلام الذي تزاوجت فيه العديد من مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية وهو الذي تغيرت فيه التقاليد الصحفية حتى صار يصعب على الصحفي الإلمام بكل مستجدات العمل الإعلامي.

4 – ثورة المعلومات:

لقد كثر استخدام لفظ " ثورة " لكل تغيير أو تعديل ليس فقط في حياتنا السياسية بل في كافة مجالات اهتمامنا حتى كاد اللفظ يفقد معناه الحقيقي فالعصر الذي نعيشه يمثل انقطاعاً وتغييراً في نمط الحياة والتكنولوجيا المستخدمة يومياً لنقل المعلومات وهو ما جعل ثورة المعلومات تنسب إليه (2). ومن الناحية اللغوية تستخدم كلمة ثورة: للتعبير عن التغيير السياسي والاجتماعي الذي يقوم به الشعب في دولة ما. (قاموس الوسيط، 2004، 102)

فالتغيير سنة الكون والكون قائم على التغيير والحركة، وإذا كان الإنسان جزءاً من هذا الكون فإن التغيير يشكل جوهر حركته ومسيرته في الحياة. فلم يحدث تغيير كبير في بنية التطور والحركة للعالم مثلما يحدث اليوم. إن المتتبع لحركة التغيير وتقدّم العلوم خلال القرن الماضي يجد أن القفزات أخذت تتسارع ففي 150 عاماً تضاعفت مرة أخرى علوم البشر ثم مرة أخرى تضاعفت هذه الخبرة البشرية خلال خمسين عاماً ثم تضاعفت من 1960 – 1980 مما يعني أنّ ما كان يقتضي آلاف السنين من التطور يتم خلال عقد واحد وربما أقل في المستقبل. ولا تكمن خطورة هذه الثورة الجديدة في كونها مجرد حالة معرفية بل على العكس من ذلك فإن هذا التطور المعلوماتي يحمل بذوراً معرفية إيجابية يمكن أن تساهم في حل الكثير من المشاكل الإنسانية المعقدة وتسهم في تطور الحالة الإنسانية والتعاونية عند البشر. وبالتالي فإن ثورة المعلومات فتحت آفاقاً واسعة للبشر للعثور على رؤى جديدة عجز عنها السابقون لافتقادهم لتلك التقنيات. (محمد صلاح سالم، 2002، 12).

التعريف الإجرائي:

إن ثورة المعلومات مصطلح يحمل في طياته تعبيراً جلياً عن السيل المعلوماتي الجارف الذي اكتسح أقطار العالم في السنوات القليلة الماضية، إذ أصبحت على إثره المعلومة أنفس شيء تتنافس لاكتسابه أضخم المؤسسات العالمية والمجال الرئيسي الذي تستثمر فيه رؤوس الأموال الكبرى. وللفقرات التكنولوجية السريعة الفضل الأول في نشوء هذه الثورة المعلوماتية، على اعتبار أن هذه الأخيرة تعتمد بصفة أساسية على كافة المعدات والوسائط الالكترونية الناقلة للمعلومات. وقد سارت ثورة المعلومات جنباً إلى جنب مع تطور مصادر المعلومات فكلما زاد فيض المعلومات ازدادت الحاجة إلى تعدد مصادر ومنابع استقاء المعلومة، وكلما تطور نوع المعلومة المقدمة تطلب ذلك تطوير سبل نقل واكتساب هذه المعلومة.

5 - مجتمع المعلومات:

إن مجتمع المعلومات هو التحوّل من مجتمع صناعي إلى مجتمع ينشغل معظم أفرادها بإنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزانها. وهو المجتمع الذي تتاح فيه الاتصالات العالمية وتنتج فيه المعلومات بكميات ضخمة وتنوع كبير وتصبح لها قوّة التأثير على الاقتصاد. كما عرفه الباحثون على أنه: "كدائرة متّحدة تهتم بالأوضاع العامة من حشود وروابط ومصادر متنوعة تتشكل ما بين المؤسسات والأفراد لرعاية اهتمامات المجتمع حول توفير وتبادل المعلومات وزيادة المعرفة" ورغم أن مفهوم مجتمع المعلومات لم يتبلور تماماً في الفكر العالمي للعديد من الباحثين إلا أنهم اتفقوا على أنه المخاض العسير الذي مرّت به البشرية منذ الستينات بمناسبة خطاب النهايات؛ نهاية المكان، مصانع بلا عمال، نهاية المسافة، تعليم لا معلمين، نهاية الورق، مكتبات بلا رفوف.

ويحدد المفكر الأمريكي الفن توفلر أن ملامح هذا المجتمع قد بدت عام 1956 عندما تجاوز عدد العاملين في قطاع الإعلام كل عدد العاملين في كل القطاعات الإنتاجية الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها. (أحمد خليفة الملط، 2006، 78) ومن أمثلة موظفي قطاع المعلومات الذي تزايد في السنوات الأخيرة: المدرسون، العلماء، مبرمجو الكمبيوتر، الصحفيون، المديرون والاستشاريون وهؤلاء الأشخاص مهمتهم هي التدريس أو الكتابة أو إصدار التعليمات أو تقديم المنشورة، بمعنى آخر فإن نشاطهم الأساسي هو المعلومات وليس التعامل مع الأشياء المادية. (محمد جمال الفار، 2006، 283) ويعتقد بعض الباحثين أن مجتمع الإعلام والمعلومات (الذي هو امتداد لمجتمع المعلومات) يمثل المرحلة الرابعة من مراحل تطور البشرية إذ يوضّح الباحث جاك لوزورن Lesourne أن البشرية مرت بثلاث مراحل وهي الآن تمر بالمرحلة الرابعة من تاريخها، فالمرحلة الأولى تتمثل في الصيد وجني الثمار،

وتتمثل المرحلة الثانية في الزراعة والمرحلة الثالثة تتمثل في الصناعة أما المرحلة الرابعة فهي في طور التشكيل مع بروز وانتشار تكنولوجيات الإعلام والمعلومات وتسمى هذه المرحلة بمرحلة المجتمع المعلوماتي. (حازم البيلوي، 1983، 56)

إن تعبير "مجتمع المعلومات" الذي يظهر في العديد من الكتابات والكتب، يعود تاريخ استخدامه إلى الثمانينات، إلا أن جذوره قد تعود إلى الخمسينات ومع ذلك فإن كل أولئك الذين كتبوا عنه بعد الثمانينات، قد حددوا أصوله بشكل مختلف، مما يجعل من الصعب تتبع مسار محدد ومعرفة أسسه الحقيقية. يقول أنتوني سميث Antony Smith الذي كتب عنه في كتابه "الجغرافيا السياسية للإعلام" 1980 أن اليابانيين هم أول من استخدموا هذا التعبير في تلك الفترة من عهد نموهم الصناعي، حيث جعلت آخر التطورات في مجال الاتصالات التكنولوجية بالإمكان معالجة كل البريد الداخلي للشركات الكبرى، وكل محتويات الراديو والتلفزيون ومحطاتهما، وكل المواد التي تمر في الصحف، وكل التحويلات النقدية بين المؤسسات الكبيرة وضمنها، وكل مبتكرات الاستشعار والتي تحلل الجو والحصاد، وحركة الجنود ومكامن المعادن... كل ذلك جعلته يتم الكترونياً. بدلا من الوسائل الفيزيائية، وقد حدث ذلك في السبعينات. كما أقر سميث أن اليابانيين هم أول من صاغ مصطلح: "جوهو كاشاكاوي" في منتصف الستينات ويقول أن هذا الاصطلاح يعني ببساطة المجتمع المعلوماتي، الذي فيه النشاط الأساسي لقوة العمل هي في مجال إنتاج المعلومات ومعالجتها وتوزيعها.

من جانب آخر يتتبع ديفيد ليون هذا الاصطلاح لفترة أبكر قليلا من أدب "ما بعد الحداثة" Past modernism وهي نظرة علمية اجتماعية ذات شعبية في الستينات والسبعينات.

كما أن هناك من أقر أن هذا المصطلح ظهر منذ 1956 أمثال بافليك عندما تمّ ولأول مرة توظيف 50% من قوة العمل الأمريكية في قطاع الخدمات، وعندما صنعت مؤسسة بوروس Burroughs الـ EIOI وهو أول كمبيوتر للنشر المكتبي "ديسك توب"، يقول بافليك أن هناك تطورات أخرى قد تبعت ذلك في السنة نفسها، مثل إدخال شريط الفيديو لعالم التلفزيون، وإطلاق الإتحاد السوفياتي سبوتنيك وهو أول قمر صناعي يطلق للفضاء.

وقد تم في القمة العالمية لمجتمع المعلومات المنعقدة في تونس عام 2005 التذكير بأن مجتمع المعلومات هو مفهوم أخذ في التطور وقد وصل إلى مستويات مختلفة في أنحاء العالم بحسب اختلاف مراحل التنمية، ويؤدي التطور التكنولوجي وغيره من التطورات إلى سرعة تغيير معالم البيئة التي تجري فيها صياغة مجتمع المعلومات مع التأكيد على ضرورة تكوين البنية التحتية للمعلومات والاتصالات والتي تعدّ أساسا مكينا لمجتمع المعلومات مع ضمان النفاذ إلى المعلومات والمعرفة، وبناء القدرات اللازمة التي يجب أن تتوفر في كل فرد خاصة المهارات الفردية التي تزيد من الاستفادة من مجتمع المعلومات، وكذا باء

الثقة والأمن في استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع إلزامية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع جوانب الحياة (حكومة الكترونية، أعمال تجارية الكترونية، تعلم الكتروني، صحة الكترونية، توظيف الكتروني، بيئة الكترونية، زراعة الكترونية) والأهم من كل ذلك هو الاهتمام بوسائل الإعلام على اختلاف أشكالها وتنوع ملكيتها بصفاتها طرفا فاعلا في تطوير مجتمع المعلومات. (عبد القادر رزيق المخادمي، 2006، 18)

التعريف الإجرائي:

إن مجتمع المعلومات هو المجتمع الناتج عن الثورة المعلوماتية العالمية التي أفاضت علينا كمًا هائلًا من المعلومات، حتى أصبحت هذه الأخيرة تمثل انشغالا محوريا لدى الأغلبية الساحقة من المجتمع، فالكل في سباق مع هذه المعلومات إما لاكتسابها أو لاخترانها أو لتبادلها مع الآخرين. وقد أدى هذا المجتمع إلى تعدد مصادر المعلومات واختلاف طرق الوصول إلى منابعها وهو ما دفع الأفراد إلى تجديد وتطوير الوسائل الناقلة لها. وأهم ميزة يمتاز بها هذا المجتمع هي أنه ألغى فكرة التحكم أو السيطرة على المعلومة فقد صارت متاحة للجميع وليست حكرا على شخص بعينه أو مؤسسة إعلامية بعينها.

6 - مصادر المعلومات:

إن المصدر هو ما يصدر عنه الشيء وهي كلمة مشتقة من الفعل صدر ويصدر صدرا ومصدرا عن الماء ونحوه: رجع عنه، انصرف. صدر: الأمر صدرا، وصدورا: وقع وتقرر، والشيء: عن غيره: نشأ، ويقال: فلان يصدر عن كذا، أي يستمد منه. و- عن المكان والورد: صدرا. وصدرا: رجع وانصرف. و- إلى المكان: انتهى إليه. و- فلانا: رجعه وصرفه. و- أصاب صدره. والمصدر عموما عند علماء اللغة هو صيغة اسمية تدل على الحدث فقط. (قاموس الوسيط، 2004، 509)

واصطلاحا فمصادر المعلومات هي كل الوسائل والقنوات التي يمكن نقل المعلومات من خلالها إلى المستقبل. وهي جميع المواد التي تشتمل على معلومات يمكن الاستفادة منها لأي غرض من الأغراض. (حاتم محمد جرجيس، بربيع القاسم، 1998، 09) كما أنها كافة مواد المعلومات المطبوعة كالكتب والدوريات وتقارير البحوث ووثائق المؤتمرات إضافة إلى مواد المعلومات غير المطبوعة كالمواد السمعية والمواد البصرية والمواد السمعية البصرية وغيرها كما تعكس الحاجات أو المشاكل التي يجب حلها والسيطرة عليها. (محمد جمال الفار، 2006، 45)

لقد استخدم الإنسان منذ بدء الخليقة أنماط مختلفة من مصادر المعلومات لتوثيق أنشطته تمثلت في الحجارة والطين والعظام والجلود والبردي والورق وصولا إلى الالكترونيات الحديثة، وقد اعتمد الإنسان

عبر هذه الحفقات التاريخية أساليا وأشكالا متعددة من مصادر المعلومات التي تشكل في حصيلتها الرصيد الفكري للحضارة الإنسانية (غالب عوض النوايسة، 2009، 29). ونفس الشيء يقال عن مجال الإعلام الذي استخدم هو الآخر هذه الأصناف من المصادر عند جمع المادة الصحفية. ويمكن تقسيم مصادر المعلومات الإعلامية إلى نوعين أساسيين هما:

1 – المصادر التقليدية:

وهي المصادر التي تعود الصحفي استقاء المعلومات منها منذ البدايات الأولى للصحافة، أو هي تلك المصادر التي يحصل منها الصحفي على الخبر مباشرة مثل كبار الشخصيات ونجوم الحياة الاجتماعية والبيانات والنشرات والمؤتمرات الصحفية (محمد جمال الفار، 2006، 64) فضلا عن كل الهيئات الحكومية وغير الحكومية والجمعيات والمنظمات وخدمات الطوارئ والعلاقات الشخصية للصحفي في حد ذاته، وبرقيات وكالات الأنباء وغيرها...

كما نستطيع تعريف مصادر المعلومات التقليدية بأنها مكان إنتاج، امتلاك أو بث معلومات حصرية أو غير مصاغة في قالب نهائي. وهذه المصادر يمكن أن تكون داخلية أو خارجية بالسبب للمؤسسة فقد تكون أشخاصا (مصادر معلومات شفوية)، هيئات أو وثائق صادرة من هذه الأخيرة أو حتى من مصالح معلوماتية كبرقيات وكالات الأنباء وهو ما يجعل الكثير من مصادر المعلومات تشكل مرجعا رئيسيا للمؤسسات الإعلامية المختلفة. (Serge Cacaly et autres, 2004, 171)

2 – المصادر الإلكترونية الحديثة:

وهي مختلف تكنولوجيات الاتصال الجديدة خاصة منها الانترنت والهاتف النقال والوسائط الإلكترونية الدقيقة كـ CD-ROM التي بإمكانها تخزين المعلومات وتسمح بتبادلها بكل سهولة وكل هذه التقنيات تمخضت عن الثورة المعلوماتية الضخمة وعن التطور الهائل في مجالي الاتصالات والحاسبات الإلكترونية.

التعريف الإجرائي:

إن مصادر المعلومات هي كافة المنابع التي يستقي منها الإعلامي يوميا معلوماته، ومصادر المعلومات التي خصّها هذا البحث بالدراسة هي مختلف الوسائل والوسائط الحديثة الناقلة للمعلومات والتي تسهل تلقي وإرسال وتبادل المعلومات، وقد تطوّرت هذه المصادر بعد دخول الموجة الرقمية ليصبغها الطابع الرقمي وتغزوها الإلكترونيات الدقيقة. وقد تم اختيار كل من الانترنت والهاتف المحمول لأن

ظهورهما خلق ثورة رقمية منقطعة النظير (كلاهما نتيجة لثورة الاتصالات المحمولة) خاصة في مجال الإعلام الذي يعدّ من أكثر القطاعات تعاملًا وحاجة إلى هذه التقنيات.

6 – الدراسات السابقة:

1.6 – دراسات عربية:

الدراسة الأولى:

"مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع – التجربة السعودية – " للمستشار الإعلامي محمد بن سعود بن خالد وهي دراسة قام بها في 2003 بجامعة الملك سعود بالرياض في إطار ندوة بعنوان "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل" وذلك في المنتدى الإعلامي الأول بالجامعة¹.

تحدّث الباحث في اشكاليته عن مدى اعتماد وسائل الإعلام على المصادر لتزويدها بما تحتاجه من مواد إعلامية وأن وكالات الأنباء شكلت ولفترة طويلة إحدى أهم هذه المصادر. وبعد دخول الوسائط التكنولوجية الحديثة وظهرت تقنيات تخزين ونقل المعلومات الجديدة التي ربطت بصفة مباشرة المؤسسات الإعلامية بالمصادر تمكّنت هذه الأخيرة من تجاوز المصادر التقليدية باحثة عن معلومة أسرع وطرق أكثر اختصارًا للوصول إلى المستجدات.

وطرح الباحث التساؤل الرئيسي الذي تدور حوله مشكلة البحث الذي كان كالأتي: ما هي مصادر المعلومات الإخبارية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟ وقد تفرعت عنه الأسئلة البحثية التالية:

1 – ما هي المصادر الإخبارية التقليدية التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟

2 – ما هي المصادر الإخبارية الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية؟

منهج الدراسة:

تمّ في هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله الباحث تسليط الضوء على المؤسسات الإعلامية السعودية ووصف طريقة تعاملها مع المصادر الصحفية وتحليل هذه الطريقة تحليلًا يمكنه من التعرف على الوضع الراهن للصحافة السعودية.

¹ رابط الدراسة:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Q5HE58V2y0gJ:www.ekateb.net/searchs/doc2.doc+%D9%85%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1+%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA+%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9+%D8%A8%D9%8A%D9%86+%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%84%D9%8A%D8%AF+%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9&cd=1&hl=fr&ct=clnk>

عينة البحث:

استخدم الباحث عينة مكونة من 6 رؤساء تحرير موزعين على 6 مؤسسات إعلامية سعودية وهي عكاظ، الجزيرة، اليوم، الوطن، الشرق الأوسط، الاقتصادية.

أساليب جمع البيانات:

استخدم الباحث لجمع المعلومات الضرورية أسلوباً واحداً وهو الاستبانة التي تم توزيعها على أفراد العينة السابق ذكرها.

النتائج:

- 1 – أظهرت النتائج أن معظم الصحف السعودية لديها مراسلين متفرغين يزيد عددهم عن 21 مراسل ومحرر وصحيفة واحدة – اليوم – أشارت إلى أن عدد المراسلين المتفرغين بها في حدود 10 مراسلين.
- 2 – فيما يتعلق بالمراسلين غير المتفرغين في جميع صحف العينة فعددهم فوق العشرين مراسل.
- 3 – مصادر المعلومات والأخبار المحلية: هناك اعتماد كلي على المراسلين في جميع صحف العينة يليه الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية والمسؤولين الرسميين.
- 4 – مصادر المعلومات والأخبار الخارجية: أظهرت النتائج أن هناك اعتماد كلي 100 % على وكالات الأنباء العالمية في الأخبار الخارجية أما المصادر الأخرى فتوزعت بين المراسلين، المسؤولين الرسميين.
- 5 – مصادر المعلومات والأخبار الرسمية: أوضحت النتائج أن هناك اعتماد كامل على وكالة الأنباء السعودية يليها المراسلون والمسؤولين الرسميين.
- 6 – المصادر الحديثة: الاشتراك في الشركات الإخبارية المتخصصة 4 صحف لديها اشتراك.
- 7 – استفادة المحررين من هذه الخدمات 50 % يستفيدون والباقي استفادتهم محدودة الاشتراك في مواقع الصحف الأخرى على شبكة الانترنت 3 نعم والآخرين لا يملكون اشتراكاً.

إن هذه الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية فهي تجيب على التساؤلات البحثية في مجال الإعلام باعتبار أن السعودية دولة عربية تحاول معرفة احتياجات إعلامها لتتمكن من تقييمه والنهوض به ومن ناحية أخرى فهي تسلط الضوء بشيء من التفصيل على نوعية مصادر المعلومات التي تعتمد عليها مؤسساتها الإعلامية سواء كان ذلك للتأكد من مصداقية الأخبار المقدمة أو لإعادة النظر في السياسات الإعلامية المتبعة. ويمكن حصر استفادتي من هذه الدراية في النقاط التالية:

- أنها دراسة مقارنة تماما كالدراسة التي أنا بصدد إنجازها وهو ما مكنتني من الإطلاع على العديد من أوجه المقارنة الواجب توفرها في هذا النوع من الدراسات مثل ضرورة معرفة مدى استفادة الصحفي في كل مؤسسة إعلامية من مصادر المعلومات الحديثة وعلاقة ذلك بسن كل إعلامي على حدا.
- أن الباحث في هذه الدراسة تطرق لمصادر المعلومات بالتفصيل وهو ما جعلني أنتبه للعديد من المصادر التي فاتني ذكرها.
- أن الباحث قام بتوزيع استماراته على رؤساء تحرير المؤسسات الإعلامية المعنية بالدراسة وهو ما لفت انتباهي إلى ضرورة معرفة رأي رؤساء التحرير في المصادر المعلوماتية الحديثة إلى جانب توزيع الاستمارات على الصحفيين.

الدراسة الثانية:

" استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت " لـ : **نعيم الفيصل المصري** وقد أجراها في إطار إنجاز رسالة الماجستير بمعهد البحوث والدراسات العربية بقلسطين عام 2003.² وقد تناول في إشكاليته التطورات السريعة في مجال تكنولوجيايات الاتصال والتي ساهمت بشكل فعال في النهوض بالإعلام ونقله من مراحل التقليدية البسيطة إلى مراحل متطورة وأكثر تعقيدا مما خلق أمام للصحفيين إمكانات جديدة ومجالات خصبة للاستثمار المعلوماتي. وقد انطلقت الدراسة من **التساؤلات الآتية:**

- 1 – ما مدى استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للإنترنت ؟
- 2 – ما أنماط استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للإنترنت ؟
- 3 – ما حدود استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للاستخدامات التي توفرها شبكة الإنترنت ؟
- 4 – ما هي الظروف التي تجعل الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت أكثر من المعتاد ؟
- 5 – ما دوافع استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للإنترنت ؟
- 6 – ما هي الإشباعات التي تتحقق للإعلاميين الفلسطينيين خلال استخدامهم للإنترنت؟
- 7 – ما أثر استخدام الإعلاميين الفلسطينيين للإنترنت على التعرض لمختلف وسائل الإعلام؟
- 8 – ما هي المواقع الأكثر استخداماً بين الإعلاميين الفلسطينيين ؟
- 9 – ما نوعية المعلومات التي يتصفحها الإعلاميون الفلسطينيون ؟
- 10 – ما رأي الإعلاميين الفلسطينيين فيما تقدمه شبكة الإنترنت لخدمة القضية الفلسطينية ؟
- 11 – ما السبل التي يمكن من خلالها تطوير المواقع الإعلامية الفلسطينية ؟

رابط الدراسة: <http://www.airssforum.com/f132/t10616.html>²

- 12 - ما مدى تغطية المواقع الفلسطينية الإعلامية على شبكة الإنترنت لأحداث انتفاضة الأقصى؟
- 13 - ما اللغات المفضلة لدى الإعلاميين الفلسطينيين في تصفحهم للمواقع؟
- 14 - ما هي إيجابيات وسلبيات الإنترنت في مجال الإعلام؟
- 15 - ما هي مقترحات الإعلاميين الفلسطينيين للاستفادة أكثر من الإنترنت؟
- 16 - ما هي إمكانيات المؤسسات الإعلامية في مجال خدمة الإنترنت؟
- 17 - ما الصعوبات التي تواجه الإعلاميين الفلسطينيين عند استخدامهم للإنترنت؟

المنهج:

هي دراسة وصفية اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الشامل لجميع الإعلاميين الفلسطينيين المقيمين في محافظة غزة والحاصلين على العضوية الدائمة لدى نقابة الصحفيين الفلسطينيين وعددهم 194 إعلامي.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- 1 - كشفت الدراسة أن الإعلاميين الفلسطينيين يستخدمون الإنترنت بكثافة حيث أن نسبة المبحوثين المستخدمين للإنترنت بصورة دائمة بلغت 83.3%، وبلغت نسبة من يستخدمون الإنترنت أحياناً 16.7%، كما بلغت نسبة من يستخدمونها بصورة يومية 81.9%، ومن يستخدمها أكثر من مرتين في الأسبوع 9.7%، ثم من يستخدمونها حسب الظروف بنسبة 6.9%.
- 2 - أشارت الدراسة إلى أن 95.8% من المبحوثين ازداد استخدامهم للإنترنت في أوقات معينة في حين أجاب 4.2% بأنهم لا يزيد استخدامهم في أوقات معينة، حيث جاءت زيادة الاستخدام هذه عندما تقع أحداث ضخمة يزداد فيها استخدام المبحوثين للإنترنت كمرتبة أولى، يليها في المرتبة الثانية عندما يكونون بحاجة إلى معرفة الجديد في موضوع معين، ثم متابعة التطورات المتلاحقة المهمة في المرتبة الثالثة، وتبادل المواد الإخبارية العاجلة في المرتبة الرابعة، وفي حالة طلب موضوع سريع في المرتبة الخامسة، وأخيراً في أوقات الفراغ.
- 3 - أن الإنترنت جاءت في المرتبة الأولى كوسيلة اتصال يعتمد عليها المبحوثون في عملهم، ثم جاءت وسيلة التلفزيون في المرتبة الثانية تليها الصحافة وأخيراً الراديو.
- كشفت الدراسة أن خدمة التصفح من أكثر الخدمات التي يستخدمها المبحوثون حيث جاء من يستخدمها 50% فما فوق بنسبة 72% من مجموع المبحوثين.
- 4 - أشارت الدراسة إلى أن الحصول على المعلومات جاءت في المرتبة الأولى كدافع لاستخدام الإنترنت، ثم تلاها في المرتبة الثانية الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات العالمية، وإرسال المعلومات للجهة التي يعملون بها في المرتبة الثالثة، والمتابعة الخبرية للأحداث المحلية في المرتبة الرابعة، واستكمال

المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة في المرتبة الخامسة، وزيادة الثقافة المعرفية في بعض المجالات المتخصصة في المرتبة السادسة، ودافع الحصول على معلومات من مصادر غير تقليدية في المرتبة السابعة، ودافع إبداء الرأي فيما يتعلق ببعض القضايا على الصعيد العربي والإسرائيلي في المرتبة الثامنة، ودافع التسلية وقضاء وقت الفراغ في المرتبة الأخيرة.

5 - أوضحت الدراسة أن تصفح مواقع إعلامية مختلفة من أهم الإشباعات التي تحققها شبكة الإنترنت للمبحوثين حيث جاءت في المرتبة الأولى ، ثم تحسين الأداء في العمل في المرتبة الثانية ، يليها الوصول إلى كم كبير من المعلومات بسرعة في المرتبة الثالثة ، ثم تنمية المهارات في المرتبة الرابعة

6 - أشارت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت من قبل المبحوثين أثر على وسائل الاتصال الأخرى ، حيث انخفض اطلاع المبحوثين على الصحافة بنسبة 38.9%، وانخفض استماع المبحوثين للإذاعة بنسبة 36.1%، وانخفضت مشاهدة المبحوثين للتلفزيون بنسبة 20% .

7 - اتضح أن 88.9% من المبحوثين يتصفحون مواقع صحف عربية إلكترونية في حين أجاب 11.1% بأنهم لا يتصفحون مواقع الصحف العربية ، وأهم مواقع الصحف العربية التي يتصفحها المبحوثون على الترتيب جاءت : (القدس العربي ، الشرق الأوسط ، الحياة اللندنية، الأيام الفلسطينية ، القدس الفلسطينية، الخليج الإماراتية، الأهرام المصرية، الأتحاد الإماراتية).

8 - أوضحت الدراسة أن 98.6% من المبحوثين يتصفحون مواقع إخبارية عبر الإنترنت ، وأهم المواقع الإخبارية التي يتصفحها المبحوثون جاءت بالترتيب حسب أهميتها لديهم (صحيفة يديعوت أحرنوت الإسرائيلية ، الجزيرة القطرية ، وكالة الانباء الفلسطينية "وفا" ، المركز الفلسطيني للإعلام ، عرب 48 ، CNN ، BBC ، البراق ، صحيفة القدس العربي ، رداي ، أربيا ، البوابة ، وكالة أنباء الإمارات ، محيط ، وكالة فرانس برس ، أين ، عجيب ، مكتوب).

9 - أشارت الدراسة إلى أن المعلومات السياسية من أكثر المعلومات التي يتصفحها المبحوثين.

10 - أوضحت الدراسة أن 69.4% من المبحوثين أجابوا بأن الإنترنت استغلت لخدمة القضية الفلسطينية، في حين أجاب 30.6% بأنها لم تستغل لخدمة القضية الفلسطينية.

وأتضح أنّ من أهم أوجه الاستفادة التي قدّمها الإنترنت لخدمة القضية الفلسطينية جاءت متابعة أحداث انتفاضة الأقصى في المرتبة الأولى، يليها تقديم وشرح أوجه النظر الفلسطينية في المرتبة الثانية، ثم كسب تعاطف الرأي العام العالمي في المرتبة الثالثة ، بعدها جاءت تغطية أخبار السلطة الوطنية في المرتبة الرابعة، ثم إنشاء مواقع بلغات متعددة لتوضيح معاناة الشعب الفلسطيني في المرتبة الخامسة، يليها تقديم وجهة النظر العربية المساندة للقضية العربية في المرتبة السادسة، ثم إجراء مناظرات وحوارات شخصية توضح القضية الفلسطينية.

إن الباحث في هذه الدراسة وضع يده على الكثير من المواضيع التي لها ارتباط مباشر بموضوع دراستي ويتضح ذلك جليا من خلال:

- التطرق إلى الصعوبات التي تواجه الإعلاميين أثناء استخدامه لشبكة الانترنت وهو أمر في غاية الأهمية إذا أردنا تقييم مدى استيعاب الإعلاميين لهذه التقنيات الجديدة على الصعيد المهني ومدى
- ملاءمة الأجواء العامة التي يعمل فيها الإعلامي لزيادة طموحاته وتدعيم قدراته لاستخدام تكنولوجيات الاتصال عموما والانترنت خصوصا وهذا يشكل انشغالا رئيسيا في دراستي.
- محاولة التعرف على أهم المواقع الإخبارية التي يتردد عليها الإعلاميون ويعتمدون عليها كمصدر الكتروني للحصول على المعلومات وهذا يصب في صميم موضوع دراستي التي تحاول معرفة مدى تعامل الإعلاميين مع هذا النوع من المصادر المعلوماتية (المصادر الالكترونية).
- الكشف عن أهم أوجه الاستفادة من الانترنت في مجال الإعلام وهو من الأهداف المرجوة أيضا في دراستي حيث أن استخدام الصحفيين للانترنت أو غيره من الالكترونيات يسعى بالتأكيد إلى إشباع جملة من الحاجات التي تفرضها طبيعة العمل الإعلامي أو حتى التغييرات الحاصلة مؤخرا في طرق تجميع الأخبار.

2.6 – دراسات جزائية:

الدراسة الأولى:

" إسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر دراسة وصفية استطلاعية على عينة من الصحفيين " لـ : تيمزار فاطمة وقد أنجزتها خلال السنة الجامعية 2006 – 2007 بجامعة يوسف بن خدة بالجزائر العاصمة في إطار انجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير.

وقد تناولت الطالبة في إشكالية دراستها التطور التكنولوجي السريع الذي مس جميع نواحي الحياة البشرية وخاصة منها في قطاع الإعلام والاتصال على اعتبار أنه في طبيعة القطاعات التي تأثرت بهذه الرقمنة . فالصحافة المكتوبة هي الأخرى شهدت انقلابا جذريا خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين ويتجلى هذا الانقلاب جليا في إجراءات العمل في قاعات التحرير حتى ألغيت كل الحواجز الموجودة بين وسائل الإعلام المختلفة من راديو وتلفزيون وصحف.

وقد انطلقت الدراسة من التساؤلات الآتية:

- 1 – ما درجة استخدام الانترنت في الصحافة الجزائرية ؟
- 2 – ما أثر استخدام الانترنت على العمل الصحفي ؟ وهو تساؤل يتفرع بدوره إلى تساولين هما:
أ – ما هو أثر الانترنت على الصحفي ونشاطه اليومي ؟

- ب - ما أثر استخدام الانترنت على سحب الصحيفة وتوزيعها ؟
3 - ما موقف الصحفي الجزائري من الانترنت كوسيلة صحفية جديدة ؟
4 - ما هي تطلعات وآفاق الصحفي الجزائري في مجال استخدام الانترنت صحفيا ؟

المنهج:

اعتمدت الطالبة على المنهج الوصفي الاستطلاعي الذي يستعمل للإحاطة بالظاهرة وتبيان جميع معالمها ووصف الظاهرة وصفا دقيقا في فترة زمنية محددة أو عدة فترات زمنية. أما العينة فقد اختارت الطالبة العينة القصدية وهي تلك العينة التي يختارها الباحث اختيارا مقصودا من بين وحدات المجتمع الأصلي وذلك تبعا لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

- 1 - تؤكد نتائج الدراسة بأن الانترنت وسيلة ضرورية ولا غنى عنها في مجال الصحافة إذ لا يمكن تصور صحفي يمارس مهنته دون الاعتماد ولو بالقسط القليل على هذه التقنية ويبدأ الإقبال على الانترنت مبكرا كلما كان سن المبحوث صغيرا وخبرته المهنية قصيرة.
- 2 - تؤكد نتائج الدراسة بأن معظم أفراد العينة لم يتلقوا تكوينا في مجال الانترنت والإعلام الآلي قصد تنمية قدراتهم في هذا المجال ورغم ذلك فإن معظم الصحفيين نسبة 82 % منهم لا يواجهون صعوبات أثناء استخدامهم أما النسبة المتبقية من المبحوثين الذين يتلقون عراقيل أثناء استخدامهم للانترنت تتمثل في غالب الأحيان في العراقيل التقنية بنسبة 73,9 %.
- 3 - هناك اختلاف وتتنوع في الدوافع المؤدية بالصحفي المبحوث إلى استخدام الانترنت ويحتل دافع البحث عن أخبار ومعلومات مختلفة صادرة ترتيب كل الدوافع ثم يليها دافع قراءة الصحف والمجلات المختلفة وتعكس هذه النتائج مدى حاجة الصحفي إلى المادة الخام يوميا وهي المعلومة.
- 4 - توصلت الدراسة إلى أن معظم أفراد العينة لا يرون بان الانترنت ساهمت في تقليص حجم المقابلات الصحفية وجها لوجه بحكم أن الانترنت تمنح الصحفي فرصة إجراء وتحقيق مقابلات افتراضية عبر الانترنت دون عناء ومشقة التنقل إلى عين المكان لإجرائها والملاحظ أنه كلما زاد سن المبحوث كلما زاد اعتقاده بأن الانترنت قد تساهم في إجراء مقابلات افتراضية وبالتالي تخفيض نسبة المقابلات وجها لوجه وعموما نستنتج أن الصحفي الجزائري لا يستعمل الانترنت قصد إجراء مقابلات صحفية افتراضية إلا بنسب قليلة .
- 5 - تساهم الانترنت بدرجة فعالة في تنمية القدرات الثقافية والمعرفية لدى الصحفيين مثلما مثل أية وسيلة إعلامية أخرى ولكن درجة التأثير تختلف كلما ارتفع السن والخبرة المهنية للصحفي.

6- أكدت الدراسة أن نسبة 84 % من المبحوثين لم يستعملوا الانترنت لإجراء أو المشاركة في مؤتمرات صحفية عن بعد وهذا دليل عن أن الاستخدامات الصحفية الجزائرية للانترنت استعمالات سطحية تقتصر على البحث على أخبار واستعمال البريد الالكتروني.

7- أكد 58 % من المبحوثين بان الانترنت مكنت الصحف التي ينتمون إليها من تحقيق سبق صحفي في عدة مواضيع قد تكون أخبارا أو لقاءات مميزة مع شخصيات فذة عبر الانترنت.

8- تختلف مواقف الصحفيين المبحوثين من الانترنت كوسيلة صحفية جديدة فبالنسبة لمدى مصداقية الانترنت كمصدر كشفت هذه الدراسة أن 54 % من أفراد عينة البحث يرون بان الانترنت مصدر موثوق فيه أما النسبة المتبقية فهي تتخوف من الانترنت من جانب غير الرسمية.

إن هذه الدراسة تحمل في طياتها العديد من نقاط التقاطع مع الدراسة التي أنا بصدد إنجازها لذا فقد تم استثمار هذه الدراسة في بناء الإطارين النظري والميداني وذلك من خلال :

- إن هذه الدراسة أقيمت على صحفيي القطاع المكتوب الذين يمثلون جزءا أساسيا من عينة دراستي والاطلاع على آرائهم إزاء الانترنت مكنتني من التعرف على العديد من الأمور والقضايا التي تم الإجابة عليها من خلال هذه الدراسة السابقة.
- لقد تعرضت الطالبة إلى موقف الصحفيين من الانترنت كمصدر للمعلومات (وهو جوهر دراستي وأحد الغايات الأساسية المرجوة منها) من خلال الإشارة إلى جملة من النقاط المهمة مثل تخوفهم من التعدي على الملكية الفكرية للآخرين وهي نقطة مهمة لفتت نظري إليها.
- تطرقت الطالبة إلى الاستخدامات ودوافع الصحفيين لاستعمال الانترنت لكنني رأيت بعض النقاط التي يمكن إضافتها إلى جملة الاستخدامات والدوافع التي حددتها وهو ما سأحاول إنجازها في هذه الدراسة.

الدراسة الثانية:

" مجتمع الإعلام والمعلومات دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين" لـ د. محمد لعقاب وهي أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر وذلك خلال السنة الجامعية 2000 – 2001.³

وقد تحدث الباحث في إشكالية دراسته عن دخولنا مجتمعا جديدا اتفق علماء الاجتماع والإعلام على تسميته "مجتمع الإعلام والمعلومات" وذلك نتيجة تزايد وتيرة استهلاك المعلومات وانتشار وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت.

3 رابط الدراسة : <http://www.4shared.com/document/fhLH7AgS/THA3929.html?cau2=403tNul>

وقد انطلقت الدراسة من التساؤلات الآتية:

- 1 – ما مظاهر التطور في الاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين؟
- 2 – ما هي قنوات الاتصال الجديدة التي أتاحتها التكنولوجيا خلال النصف الثاني من القرن العشرين ونظم تشغيلها واستخدامها؟
- 3 – ما هي خدمات الاتصال الحديثة التي ظهرت في عقدي السبعينات والثمانينات ومجالات استخدامها؟
- 4 – ما طبيعة التأثيرات المحتملة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عقد التسعينات وخلال القرن الحادي والعشرين؟

المنهج:

اقتضت طبيعة الموضوع استخدام منهجين هما: **المنهج التاريخي** الذي يستخدم للحصول على أنواع من المعرفة عن طريق الرجوع إلى الماضي لدراسة وتحليل بعض المشكلات الإنسانية والعمليات الاجتماعية. و**المنهج الوصفي**: الذي يلجأ إليه الباحث عندما يكون على علم بأبعاد أو جوانب الظاهرة التي يريد دراستها.

كما اعتمد الباحث على العينة العرضية أو العينة عن طريق الصدفة نظرا لصعوبة المعرفة الدقيقة لمجتمع الإنترنت في الجزائر. وتشكل عينة البحث من 176 مبحوثا حيث تم توزيع 250 استمارة أسئلة على مستخدمي الانترنت في الجزائر وذلك في الأماكن التالية:

– الميدياتيك المركزية عبان رمضان.

– الميدياتيك ديدوش مراد.

– سيرير مقهى ساحة أول ماي. – ميدياتيك اغا.

– سيرير رواق ديدوش مراد.

وقد توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

1- ضبط مفهوم عصر الإعلام والمعلومات كعصر جديد تمخض عن النقلة النوعية في وسائل الإعلام والاتصال.

2 – يلاحظ أن الجزائر التي حققت تقدما هاما في مجال توفير تكنولوجيا المعلومات واستخدامها في السبعينات من القرن الماضي قد تخلفت عن تحديث شبكة اتصالاتها، حيث انتظرت لغاية التسعينات من القرن العشرين لتبأشر في تحديثها، والعملية مازالت في بدايتها لحد الان. إلا أن الجزائر تملك شبكة اتصالية هامة تغطي مختلف التراب الجزائري، وسيتمكن تحديثها من توفير أهم أسس مجتمع الإعلام

والمعلومات .

3 – يلاحظ كذلك أن انتشار الانترنت في الجزائر يتم بوتيرة سريعة سواء من حيث الاستخدام أو ظهور شركات توزيع الخدمات، أو إنشاء محركات بحث جزائرية، فضلا عن تنوع استخداماتها، من البريد الإلكتروني إلى البحث العلمي إلى التعليم عن بعد إلى فرق النقاش وغيرها. ومع ذلك هناك عدة صعوبات تعيق انتشار الانترنت في الجزائر، تتمثل أساسا في ضعف البيئة القاعدية لشبكة الاتصالات التي يجري تحديثها.

تكمن استفادتي من هذه الدراسة في النقاط الآتية:

- إن هذه الدراسة تعد أرضية صلبة لدراسات عديدة أخرى نظرا لأنها تحلل تحليلا دقيقا قطاع الاتصالات في الجزائر إضافة إلى التطرق إلى الانترنتيين الجزائريين واستخداماتهم للانترنت وهو ما أسعى إلى دراسته حيث أن الإعلاميين الجزائريين يمثلون جزءا من الكل الذي هو جمهور الانترنتيين الجزائريين وبالتالي فنتائج هذه الدراسة تعد مرجعا إحصائيا هاما بالنسبة لي.
- لقد تطرق الباحث إلى الصعوبات التي تعيق انتشار الانترنت في الجزائر وهو من المسائل ذات الارتباط الكبير بموضوعي الذي يبحث في الصعوبات التي تواجه الصحفيين الجزائريين أثناء استخدام الانترنت.
- إن الباحث قد اعتمد على طريقة فرانسوا بيار غينغراس (أستاذ العلوم السياسية بجامعة أوتاوا بكندا) في تهميش مصادر الانترنت التي اعتمد عليها أثناء تجميع المادة العلمية للدراسة. وبالتالي فقد اقتبست من دراسته هذه الطريقة لتهميش مصادر الانترنت التي اعتمدت عليها. كما أن هذه الدراسة حُوّلت فيما بعد إلى كتاب مع الاحتفاظ بنفس العنوان: "مجتمع الإعلام والمعلومات" وهو من المراجع التي اعتمدت عليها بكثرة خاصة للتعريف بمجتمع المعلومات ومخلفاته وتطورات التاريخة.

3,6 – دراسات أجنبية:

الدراسة الأولى:

« L'utilisation d'internet dans la presse écrite francophone africaine : le cas du Burkina Faso », réalisé par **Cyriaque Pare**, mémoire de diplôme universitaire de recherche DUR, présenté en 1999 à l'université Michel de Montaigne, Bordeaux 3.⁴

رابط الدراسة: <http://membres.multimania.fr/mediafriq/memoire.html>⁴

تناول الباحث في إشكالية دراسته أن ثورة المعلومات التي جاءت على خلفية تكنولوجيا الاتصال والإعلام ورقمنة المعطيات، تحمل في طياتها تغيرات في العديد من القطاعات والتي من بينها قطاع الإعلام. فالكثير من المحللين أقرّوا بأن ممارسة مهنة الصحافة قد عرفت في الآونة الأخيرة جملة من المستجدات سواء تعلق الأمر بجمع أو ببث المعلومة مرورا بمعالجتها وهذا ينطبق على جميع وسائل الإعلام السمعية منها والسمعية البصرية وحتى المكتوبة. وتعد الانترنت وشبكات الاتصال الجديدة الأرضية الصلبة للعصر الذهبي للتقدم الاقتصادي والاجتماعي. وبالتالي فالباحث أراد معرفة ما إذا كان محترفي الصحافة الناطقة باللغة الفرنسية في إفريقيا – وخاصة الصحافة المكتوبة – يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملهم اليومي.

ولمعالجة هذه الإشكالية فقد وضع الباحث التساؤلات الآتية:

- 1 – هل الصحفيون (الفاعلون الأساسيون في العملية الإعلامية) مستعدون للاستفادة من الانترنت؟ وماذا ينتظرون من هذه التكنولوجيا؟
- 2 – هل بإمكان الانترنت مساعدة الصحف الإفريقية على تحسين مردودها المالي (الذي هو شرط أساسي في بقائها)؟
- 3 – بعيدا عن التصريحات الرسمية، ما مدى فاعلية برامج ترقية استخدام الانترنت في الصحافة المكتوبة الإفريقية؟
- 4 – هل هناك جمهور للصحافة الالكترونية الإفريقية؟
- 5 – هل ستقوم التكنولوجيا الحديثة بتكريس اللامساواة في الوصول إلى المعلومة في إفريقيا؟

المنهج:

وقد ارتكزت منهجية هذه الدراسة على ركيزتين أساسيتين هما:

– من ناحية، البحث الوثائقي (مراجع، تقارير، دراسات متخصصة، مواقع متعلقة بالمعلومات العامة والمتخصصة في عالم التكنولوجيا الحديثة)، ومقابلات مع الصحفيين، مسؤولي البرمجة لمعرفة الوضعية الحالية ورهانات ثورة المعلومات بالنسبة للصحافة المكتوبة عموما وبالنسبة للصحافة الناطقة باللغة الفرنسية في إفريقيا بصفة خاصة.

– من ناحية أخرى، سبر آراء في وسط صحافة بوركينا فاسو وقد كان هذا السبر موجها لـ 5 من أصل 7 جرائد رئيسية في المنطقة ولتقريبا 50 صحفي في منطقة واغادوقو Ouagadougou.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

- 1 – إن مجتمع المعلومات الذي تمخض عن تطور شبكات الاتصال الحديثة والتي تتمثل خصوصا في الانترنت قلبت قطاع الإعلام بخلق طرق جديدة لجمع ومعالجة وبث المعلومات.

- 2 – إن الفرص المتاحة من قبل الويب (تعدد الوسائط، التفاعلية، الآنية، الكم الهائل من المعطيات...) غيرت من العمل الميداني الصحفي.
- 3 – لم يعد الصحفي (في الصحافة المكتوبة) مقيداً بالمكان عند التحرير فقواعد البيانات على الانترنت توفر له مصادر معلومات متعددة.
- 4 – صار بإمكان الصحفي الوصول إلى جمهور عريض وموزع في كل أقطار العالم، وبفضل التفاعل الموجود في الانترنت صار بإمكان الصحفي الاتصال بهذا الجمهور بطريقة أسرع وأفضل خاصة وأنّ القارئ لم يعد يكتفي بدوره السلبي في تلقي المعلومات بل صار يعبر عن رأيه في كل القضايا والأمور التي تهمة.
- 5 – بالنسبة لصعوبات استخدام الانترنت لدى الصحفيين فقد أسفرت النتائج أن أول هذه الصعوبات هي غلاء التجهيزات في المرتبة الأولى، تكوين الموارد البشرية في المرتبة الثانية، غلاء الاتصالات في المرتبة الثالثة وغلاء الاتصال بشبكة الانترنت في المرتبة الرابعة.
- 6 – أما فيما يخص رأي الصحفيين حول انعكاسات ثورة المعلومات على الصحافة فالقليل جداً من الصحفيين يرى أن هذه الثورة سوف تقضي على الصحافة المكتوبة، فيوجد صحفيين اثنين يرون بأن الانترنت قد تقضي على الصحافة المكتوبة إذا كانت لا تعود بفائدة مالية معينة أو في حالة عدم قدرة الصحافة على التكيف مع هذه التكنولوجيا.
- 7 – أغلبية الصحفيين أفروا بأن الانترنت سوف يقلب عالم الصحافة ويغير من تقاليد العمل الصحفي وذلك في أقل من 5 سنوات على أكثر تقدير.
- 8 – أكدت نسبة 95,4% من المبحوثين على أن الصحفي لا بد أن يكون متمكناً من استخدام الانترنت في حين أن نسبة 47,7% منهم أبدا لم يستخدموا الانترنت.
- 9 – بالنسبة لاستخدامات الصحفيين للانترنت فهم يستخدمونها بنسبة أكبر للبحث عن المعلومات أو لتلقي المعلومات.

إن هذه الدراسة على قدر كبير من الأهمية كما نلمس فيها تقارباً مع الدراسة التي أنا بصدد إنجازها ويمكن تلخيص هذا التقارب فيما يلي:

- لقد قام الباحث بتوجيه اهتمامه نحو دولة افريقية ورغم أن لكل دولة ولكل مجتمع خصوصيته إلا أن كل من بوركينا فاسو والجزائر دولتان افريقيتان وقد درس الباحث استخدامات الدول الافريقية عموماً للتكنولوجيات الحديثة قبل التطرق لعينة بحثه ألا وهي دولة بوركينا فاسو. وهو ما سمح لي بالإطلاع على الرهانات والآفاق المنتظرة في عالم الصحافة الافريقية الرقمية الجديدة، ومعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية التي خلفها دخول الانترنت للصحافة المكتوبة

الافريقية عموماً، وهكذا فقد ساعدني هذا البحث على تدعيم بعض العناصر الموجودة في الفصول النظرية لدراستي.

- اهتمت هذه الدراسة بمدى ضرورة توسيع معارف الصحفي وثقافته الالكترونية حتى يتمكن من استخدام الانترنت وهو عنصر أساسي في دراستي التي تهتم أيضاً بتقييم الثقافة الالكترونية للصحفيين الجزائريين.
- كشفت هذه الدراسة عن أهم استخدامات الصحفيين في بوركينافاسو للانترنت وهو عنصر يمثل جوهر دراستي التي تسعى أيضاً للكشف عن استخدامات الصحفيين الجزائريين للانترنت الذي يعد أهم المصادر الالكترونية للمعلومات. وإذا كان أهم استخدام لصحفي بوركينافاسو للانترنت هو البحث عن المعلومات فهذا يفتح مجالاً للمقارنة مع استخدامات الصحفيين الجزائريين للانترنت في نهاية دراستي.

الدراسة الثانية:

« Les journalistes et internet : usages et attitudes ; construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation » réalisé par : **Florence Le Cam**. Mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'université Laval Canada, pour l'obtention du grade de maitre des Arts (MA) en novembre 2000.⁵

تدور إشكالية هذه الدراسة حول الصحفيين الكيبياكيين les Québécois الذين يحاولون تنويع وسائط بث المعلومات قدر المستطاع خاصة بعد ظهور الصحف الالكترونية والمجلات الالكترونية بممارساتها الإعلامية الجديدة. وأمام هذه المنافسة فجرائد الصحافة المكتوبة التقليدية زرعت الانترنت في قاعات التحرير وعملت على تطوير استراتيجياتها وخلقت لنفسها مواقع ويب. وفي خضم هذا كله على الصحفيين تسيير دخول الانترنت إلى ممارساتهم اليومية من ناحية ومن ناحية أخرى عليهم التحكم في تنويع وسائط بث المعلومات، مع ضرورة اكتساب الإرادة في تحسين ظروف العمل ووسائل تبادل المعلومات والاستفادة قدر المستطاع من الخدمات العديدة التي يقدمها الانترنت.

وقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤلات الآتية:

- 1 – ما هي خدمات الانترنت الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين؟
- 2 – هل يستطيع الصحفيون التكيف مع هذه التقنية الجديدة (الانترنت)؟
- 3 – هل لاستخدام الانترنت انعكاسات على الممارسة المهنية للصحفيين؟

* رابط الدراسة: <http://www.nlc-bnc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp/04/MQ57818.pdf>

4 – هل خلقت هذه التقنية مخاوف بخصوص مستقبل مهنة الصحافة؟

وهي دراسة استكشافية اعتمد فيها الباحث على مقارنة انتشار المبتكرات كخلفية نظرية لدراسته على اعتبار أن الانترنت يعد من المبتكرات التكنولوجية الحديثة التي غزت قاعات التحرير الصحفية في كامل دول العالم وخاصة في الكيبك Québec.

أدوات جمع البيانات:

بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد وقع اختيار الباحث على استمارة الاستبيان التي تحمل أسئلة مغلقة، نظرا لأنها وسيلة سهلة ودقيقة تمكن الباحث من إجراء التحاليل اللازمة، وتم توزيع هذه الاستمارة على عدد محدود من صحفيي جريدة Le soleil (05 صحفيين) الكيبكية. كما أجرى الباحث مقابلات مع الـ 05 صحفيين المبحوثين.

وقد أسفرت الدراسة الميدانية على نتائج عديدة نذكر بعضها:

1 – إن استخدام الانترنت يؤثر على الممارسات المهنية الصحفية وعلى الصحافة بأكملها ومن أهم هذه الانعكاسات ما يأتي: – تمرّد الصحفيين على ممارساتهم المهنية التقليدية مع الترحيب بالتغييرات الحاصلة في مؤسساتهم الإعلامية.

– توقع الصحفيون أن ممارساتهم الإعلامية سوف تتغير من ممارسات تقليدية إلى صحافة إلكترونية بآتم معنى الكلمة.

– يتوقع الصحفيون اختفاء الصحافة التقليدية عموما نظرا لقوة التغييرات الحاصلة والمتوقعة في المجال التكنولوجي الرقمي.

2 – يرى الصحفيون أن الانترنت تحمل مزايا عديدة لا تحملها وسائل أخرى كالنفاذية، الأنية وتعدد الوسائط، ومواكبة لهذه المزايا المتجددة فهم يغيّرون أسلوب كتاباتهم باستمرار.

3 – يرى الصحفيون أن الانترنت يشكل خطرا كبيرا على الصحافة المكتوبة – التي صارت مجبرة على التعامل مع هذه التكنولوجيا – نظرا لأن تبادل المعلومات عبر الانترنت قد يحمل أخطاء أو يمس بمصداقية المعلومة. كما أن دخول مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية إلى الصحافة الإلكترونية هي أمور دخيلة على الصحافة المكتوبة.

4 – أما عن استخدام الصحفيين لخدمات الانترنت فهي كالآتي:

– البريد الإلكتروني: يستخدم كل المبحوثين البريد الإلكتروني خاصة لتبادل الرسائل مع القراء فهذه التقنية قربت الصحفي أكثر من جمهوره وعوضت الهاتف والمراسلة التقليدية. كما يسمح البريد الإلكتروني للصحفيين بالاتصال بمصادر المعلومات في كل أقطار العالم و تلقي المعلومات من مصادر لها بأقصى سرعة.

– مجموعات الحوار: إن استخدام مجموعات الحوار من قبل الصحفيين ليس أمراً مستحباً من الجميع فبعضهم يستخدم هذه المجموعات إذا كان بصدد إنجاز موضوع حول الشباب والانترنت مثلاً وأغلبهم يفضل استخدام خدمات أخرى.

– مواقع الويب: إن استخدام الانترنت من قبل الصحفيين للبحث عن المعلومات يختلف من صحفي لآخر فالكثير منهم يستخدم محرك البحث Google، فبعضهم يستخدم الانترنت للإطلاع على كل ما له علاقة بموضوع بحثه وكل حسب تخصصه كما هو الحال بالنسبة لصحفي الاقتصاد الذين يزورون موقع Bloomberg للحصول على مستجدات الاقتصاد. كما يتصفح الصحفيون المواقع الرسمية كمواقع الوزارات ويتعاملون بحذر مع باقي المواقع غير الرسمية.

– الصحافة الالكترونية: يستخدم أيضاً الصحفيون الانترنت للإطلاع على المنشورات المنافسة لهم من مجلات و جرائد الكترونية كما يتصفحون الجرائد العالمية مثل New York times و Libération و Le monde و Los Angeles times ويؤكد الصحفيون أن لمواقع الصحف التقليدية مصداقية كبيرة لديهم.

5 – إن المؤسسة الإعلامية التي تريد تحقيق نجاحات ما عليها إلا تشجيع صحفييها على الاهتمام والتحكم في الانترنت.

إن هذه الدراسة تحمل في طياتها العديد من الأفكار التي يمكن استثمارها في دراستي ويمكن تلخيص هذه الأفكار فيما يأتي:

- إن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن استخدامات الصحفيين للانترنت الذي يعد من أهم المصادر الالكترونية للمعلومات وهو من الأهداف التي أصبو إلى تحقيقها من خلال دراستي، فهذا يسمح لي في نهاية البحث بإجراء مقارنة بين النتائج المتحصّل عليها في دراستي والنتائج التي تحصل عليها الباحث (مقارنة بين استخدامات الصحفيين الجزائريين للانترنت وبين استخدامات الصحفيين الكيبياكيين les Québécois لنفس الوسيلة).
- لقد صنّف الباحث خدمات الانترنت التي يتعامل معها الصحفي لاستيقاء المعلومات كالآتي: البريد الالكتروني، مجموعات الحوار، مواقع الويب والصحافة الالكترونية وهو تصنيف تبينته في الدراسة الميدانية وبالضبط في صياغة الاستمارة.
- في نهاية الدراسة أراد الباحث معرفة اقتراحات الصحفيين للنهوض بالمؤسسات الإعلامية في هذا العصر الرقمي وقد كانت إجاباتهم تصبّ في ضرورة تشجيع المؤسسات الإعلامية صحفييها على الاهتمام بالانترنت، وهو سؤال أعدت صياغته بطريقة أخرى في نهاية استمارة بحثي إذ أردت من خلال هذا السؤال معرفة اقتراحات الصحفيين لتحسين استخدام مصادر المعلومات الالكترونية – والتي من بينها الانترنت – في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

II - الخلفية النظرية للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشباعات)

إن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي ولا يستطيع المجتمع المعاصر أن يستمر بدون هذه الوسائل. وهو ما استلزم إدماجها براغماتيا ضمن قائمة الضروريات الطويلة بعد تحليل عناصرها والتعرف على كافة أوجه استخدامها وكذا الإشباعات التي تحققها لمستخدميها، حتى تتسنى الاستفادة منها على أكمل وجه واستعمالها وفق رغبات ومتطلبات الحياة المفروضة يوميا على المتلقي. لذا عمدت نخبة من علماء الاتصال، علماء الاجتماع وعلماء النفس على وضع مقاربة "الاستخدامات والإشباعات" كمحاولة جادة لكشف الستار عن جملة الفوائد المرجوة من عمليات التعرّض لوسائل الإعلام. وهو ما سيتم تناوله في هذه الأوراق القليلة:

1 - النشأة والتطور:

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال. ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينات في أعمال لازرسفيلد وستاتون وبييرلسون. وفي الخمسينات في أعمال ريليز وفريدسون وماك كوبي، وفي الستينات في أعمال شرام ولايل وباركر. (مي العبد الله، 2006، 279) ففي الأربعينات مثلا أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعّال، إلى رؤيتها على أنها فعّالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. ويشير ويرنر وتانكرد إلى أنّ البحث في أنواع الاحتياجات التي يحقّقها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على: قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، الصحف اليومية، الموسيقى الشعبية وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام. وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كمّ وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباعات التي تحقّقها. (بيلي السيد، 2006، 239)

ويعد كاتز أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والإشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 297) فقد عمّق هذا التيار في الثمانينات من القرن الماضي مفهومه الخاص للقراءة المتفاوض عليها: المعنى والتأثيرات تولد من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور. وإن فكّ الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال، وترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي تبنى بهامخلف الثقافات دور المتلقي. فقد شكل المسلسل التلفزيوني "دالاس" موضوعا

يسمح بالتحري عن هذه الفرضيات ، وقد أشرف الأستاذان تامار ليباس وإيليهو كاتز على فريق بحث تابع لجامعة القدس، وقاد هذا الفريق مجموعة من البحوث الميدانية لتحليل القراءات المنفردة التي تقوم بها المجموعات الخاصة داخل الثقافات المختلفة لهذا المسلسل الذي تبثه كل القنوات التلفزيونية في العالم.

استند كاتز إلى هذه الدراسات لتثمين نشاط متلقي البرامج التلفزيونية بالتأكيد على التوافق الحاصل بين النظرية النقدية وورثة السوسيولوجيا الوظيفية. ويمكن توضيح هذا التوافق بما أكده مورلي من خلال الاستقهام الذي بحث عنه في الحدس الناجم عن " الاستخدامات والإشباعات". (الصادق رايح، نصر الدين العياضي، 2005، 167)

فهذا المدخل يمثل تحوُّلاً للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية حيث تحوّل الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية التي كانت تتادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدّد وفقاً للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريباً بين كائن وآخر، تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقاً للتعوّد وليس لأسباب منطقية. لكن مدخل الاستخدامات والإشباعات له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام. (مي العيد الله، 280، 2006)

مقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام فإنّ هذا النموذج يأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الإعلام والاتصال (المتلقي) كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية والاتصالية هي نقطة البدء، ثم يخبرنا عن سلوكه الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال. فهذا النموذج يرى بأن الأفراد يوظفون فعالية مضامين الرسائل الإعلامية والاتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبيا اتجاهها، ومن ثم فإنّ هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والاتصالية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة (متغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث) في عملية التأثير.

2 - نماذج الاستخدامات والإشباعات:

تتعدد نماذج الاستخدامات والإشباعات وفقاً للمنظور الذي تركز عليه، وحدّد ماكويل وجورفيتش أنه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات والإشباعات إمّا وفقاً للمنظور الوظيفي الذي يؤكّد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباعاتهم الشخصية. أو وفقاً للبنائية الثقافية السائدة في المجتمع، أو وفقاً لدوافعهم الشخصية التي تدفعهم للتعرض لوسائل الاتصال، ويمكن عرض نماذج الاستخدامات والإشباعات كما يلي:

1 – نموذج كاتز وزملاؤه 1944 – 1959 للاستخدامات والإشباعات:

اهتم كاتز وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الجمهور واتجاهاته السلوكية التي يسعى لإشباعها من بين البدائل المختلفة المتاحة أمامه. ومنها وسائل الإعلام ومحتواها وبناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية هذه الحاجات، مثل الأنشطة الثقافية الأخرى ويعد هذا النموذج من أكثر النماذج شيوعا وانتشارا، ويرتكز هذا النموذج على أن لدى كل فرد من أفراد الجمهور عددا من العوامل الاجتماعية و الأصول النفسية تولد حاجات معينة لدى الفرد، ومن خبرة الفرد المباشرة تتولد لديه توقعات عن مدى تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مع المصادر الاتصالية الأخرى. الأمر الذي يترتب عليه اتخاذ القرار، إما بالتعرض لوسائل الاتصال أو القيام بأنشطة أخرى تؤدي إلى إشباع الحاجات. ونتيجة التعرض المكثف لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات مما يؤدي إلى نشوء حاجات وتوقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الأصول الاجتماعية والنفسية للفرد. (ميرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 234)

2 – نموذج روزنجرين للاستخدامات والإشباعات:

وضع روزنجرين نموذجا للاستخدامات والإشباعات حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحة، الحب، القبول وتحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباعات مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن. ويركز أيضا بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد على سلوك معين وهذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إدراك سبل حل هذه المشكلات وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر. وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات وبالتالي فإننا نتوقع اختلافا في نماذج السلوك واختيار المحتوى، ويترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار والتعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها.

3 – نموذج ويندهال:

يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما، فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل تتمثل في الآتي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات.
- رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائل الإعلامية.
- قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ الأخرى. (عاطف علي

العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 302)

4 – نموذج ماكويل للاستخدامات والإشباعات:

اقترح دينيس ماكويل في صيغته للاستخدامات والإشباعات التأكيد على الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقا من وسائل الإعلام والمقارنة بين الإشباعات المتوقعة وبين الإشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال. وأكد على أن هناك ظروف اجتماعية شخصية وسيكولوجية تؤثر في أنماط التعرض لوسائل الإعلام، ومن ثمة طبيعة استخداماتها ومجموعة منافع وتوقعات تقدمها وسائل الإعلام تشكل سلوكا يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات مضامين معينة من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل، الأمر الذي يؤدي إلى ظهور نتائج تؤدي إلى استخدامات أكثر للوسيلة، ومجموعة المنافع والتوقعات الناتجة عن التجربة الاتصالية إن لم تتحقق مباشرة يمكن أن تتحقق خلال المدى الطويل. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 241)

5 – نموذج بلمجرين وروبين:

يطلق على هذا النموذج "توقع الفائدة" إذ يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والإشباعات المتوقعة من هذا الاستخدام، حيث يتم مقارنة الإشباعات المتوقعة بالإشباعات المتحققة فعلا. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 302)

يملك تحليل الاستخدامات المتباينة فائدة لا شك فيها لكن لا بد من التأكيد على أن هذه المقاربة تظهر في سياق خاص جدا إذ أن تلقي البرامج التلفزيونية والفرد – المستهلك – مكانة مركزية في المفهوم الليبرالي الجديد في المجتمع. والأمر لا يتعلق بأي مستهلك بل بالمستهلك الذي يقال أنه سيد اختياره في سوق يقال أنه هو الآخر حر. فبعض الدراسات المقارنة حول التأويل المتميز للمواد التلفزيونية التي يقوم بها المستهلكون انطلاقا من ثقافتهم الخاصة تسمح بمحو مسألة سلطة الاتصال التي شغفت بها الأجيال السالفة. لقد أفضت هذه الدراسات بشكل ضمنى إلى الخلاصة التالية: إن سلطة المرسلين محدودة جدا، خلافا لما كنا نعتقد وفكرة وجود مرسل أقوى من الآخر تفقد دقتها وأهميتها فما الجدوى من تجشم التفكير في التبادل غير المتكافئ للبرامج التلفزيونية أو الفيلم في السوق الدولية للمواد السمعية البصرية إذا كانت سلطة المعنى بيد المستهلك؟

وقد استغلت الدراسات المتعلقة بتلقي البرامج السمعية البصرية وعملية التوسط الإعلامي في المصادقة على الفكرة التي مفادها أن السلطة غير موجودة وهي الفكرة التي طمستها مختلف إجراءات الاستهلاك. وقد حرص ميشال دو سرتو على "عمليات المستخدمين" باعتبار أنها علاقات قوة تحدد الشبكات التي تسجل فيها هذه الأدوات وتحدد الظروف التي يمكن أن تستفيد منها. (الصادق رايح، نصر الدين العياضي، 2005، 169-172)

وهذا المدخل ينطلق أيضا من فكرة أن إشباع الحاجات لا يتم فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بل يتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة فنحن قد نحب الاستماع

إلى الراديو بمفردنا، ونحب أن نشاهد التلفزيون مع العائلة وفي ظروف معينة نفضل قراءة الجريدة وفي ظروف أخرى نفضل عنها قراءة قصة. (مي العبد الله، 2006، 280)

كما تعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة وترجع إلى عدة عوامل متشابهة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية ومنها: أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع، نوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من التعرض للوسيلة الإعلامية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للفرد، إذ أن لكل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها.

وبذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على السؤال ماذا؟ إلى الإجابة على السؤال لماذا؟ للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة. كما أنها تحاول التعرف على الإشباع التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة. ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقت حيث ركز هذا المدخل على الجمهور: خصائصه ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور النشط (الإيجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما.

ولهذا أصبح على الإعلاميين بذل جهداً مضاعفاً وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات الجمهور واحتياجاته، وبذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور وإمكانات الإعلامي. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 298 – 299)

وقد قدم نموذج الاستخدامات والإشباعات جملة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد ووسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية. (ليلي السيد، 2006، 240) ولعل أن أهم هذه المفاهيم هو مفهوم الحاجة التي تدفع بالمتلقي إلى التعرض لوسائل الإعلام ويمكننا تعريف الحاجة بأنها عبارة عن نقص يشعر به الكائن الحي ويعتبر غير ملائم لوجوده ورفاهيته

ويرتبط نشاط الكائن بالشعور بالحاجة ما أو عدة حاجات فمن معاني الحاجة أنها دافع ينشط سلوك الكائن الحي ويوجهه إلى الحصول على هدف معين. ويرتبط مفهوم الحاجة بمفهوم الإشباع ارتباطاً وثيقاً حتى أنه من بين معايير تصنيف الحاجة نجد درجة الإشباع وذلك يكون كالتالي:
— حاجات مشبعة: هي تلك الحاجات التي تم إشباعها فعلاً فيما مضى أي أن آثارها السيئة قد زالت أو هدأت وبالتالي فلا تمثل خطراً أو تسبب ضيقاً لصاحبها حالياً ومن أمثلتها الانتهاء من تناول الطعام بالكف والكيف المرغوب بعد جوع شديد.

— حاجات جاري إشباعها: وهذه تسبب ألماً أو ضيقاً أو توتراً لصاحبها ولكن بدرجة أقل من النوع التالي لها. وكلما تأجل إشباعها فترة زمنية طويلة زاد تأثيرها السيئ على صاحبها وبالعكس فكلما أسرنا في إشباعها نكون قد أسرنا بإبعاد أثارها السيئة ويتطلب ذلك مجوداً مكثفاً يتناسب مع أهمية أو أثر أو حجم هذه الحاجات ومدى تعقدها أو بساطتها ويرتبط هذا النوع من الحاجات بالحاضر.

— حاجات مؤجل إشباعها: كثيراً ما يلجأ الفرد أو تلمجاً الجماعة أو المجتمع إلى تأجيل إشباع بعض الحاجات و يرجع ذلك غالباً لظروف أو أسباب خارجة عن إرادة أو إمكانيات الفرد أو الجماعة أو المجتمع ومن أمثلة ذلك تأجيل الفرد للزواج أو الحصول على مسكن ملائم — هذا بالنسبة للفرد — أو تأجيل بناء مسجد أو مدرسة بالمجهود الذاتي لحين تحسن الظروف — بالنسبة للجماعة — أو تأجيل رصف الطرق وربط الريف بالحضر لحين انتهاء الحرب وتحسن الظروف — بالنسبة للدولة — وهذه الحاجات المؤجل إشباعها تتفاوت درجة تأثيرها السلبي على الفرد أو الجماعة أو المجتمع وفقاً لكونها ملحة أو أقل إلحاحاً أو كونها حاجات مرفهة ويرتبط إشباع هذه الحاجات المؤجلة بالغيب أو بالمستقبل. (محمد محمد عمر الطنوبي، 2001، 233-234)

وهذه الأنواع من الحاجات والإشباعات نجدتها أيضاً في العمليات الاتصالية إذ أننا لو قمنا بتحليل عمليات تعرض الفرد لوسائل الإعلام والاتصال، لوجدنا أنه مدفوع بجملة من الحاجات التي تتفاوت أهميتها وضرورتها بتفاوت الفروق الفردية والاجتماعية للفرد. كما هذا الأخير من بين مئات البرامج المعروضة على الشاشات التلفزيونية مثلاً يفضل نوعاً معيناً من البرامج أو أنه قد يكون مشاهداً وفيها لبرنامج واحد يبيت مرة أو مرتين في الأسبوع فقط، ويقضي باقي أيام الأسبوع في انتظار ذلك البرنامج رغم وجود برامج كثيرة مماثلة. وهذا ما يجعلنا نقر بلا ريب بأن الحاجة هي المحرك الأساسي للفرد عند احتكاكه بوسائل الإعلام وأن سرّاً ارتباط المشاهد ببرنامج محدد يكمن في درجة الإشباع التي يحققها له هذا البرنامج دوناً عن غيره. وبالتالي تبقى اتجاهات المتلقي نحو المواد الإعلامية المختلفة خاضعة لتفضيلاته ونوع الإشباعات المراد بلوغها من خلال تعرضه لهذه المواد.

وقد ظهر مصطلح " الاستخدامات " الذي يفترض أن هناك إشباعات تتحقق نتيجة هذا الاستخدام، من خلال اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الجمهور، بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب، ونظريات الدوافع من جانب آخر. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 231)

3 — مراحل تطور المدخل:

ولقد مر مدخل الاستخدامات والإشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره فرغم الشعبية التي

يحظى بها هذا المدخل في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن تطوره كان بطيئاً لسيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري. كما أن المراحل الأولى من تطور بحوث الاستخدام والإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية (المرجع السابق، 232) ويمكن تقسيم مراحل تطور هذا المدخل زمنياً كالآتي:

1 – مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): واهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 298) واهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الإعلام. إن الدراسات التي أجريت في تلك الفترة اعتمدت على تحديد نوع معين من المضمون وتحديد قائمة الحاجات التي يشبعها هذا المضمون لمجموعة من الناس.

وتشابهت هذه البحوث بدرجة كبيرة في إطارها المنهجي، وحاولت تجميع الإشباعات في قوائم متجاهلة بشكل كبير توزيعها تكرارياً بين المبحوثين ولم تحاول بحوث هذه المرحلة الكشف عن الروابط بين الإشباعات التي يتم الحصول عليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات، وفشلت هذه الأبحاث في الكشف عن العلاقات المشتركة بين الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام إما بطريقة كمية أو كيفية بحيث يؤدي ذلك إلى الكشف عن البيئة الكامنة للإشباعات التي توفرها وسائل الإعلام، لذا لم ينتج عن نتائج أبحاث هذه المرحلة رصيد معرفي يوضح الصورة الفعلية للإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام. (ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، 2006، 232)

2 – مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): وهي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام. وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 298) وقد أطلق أيضاً على هذه المرحلة مرحلة تحديد المفاهيم الخاصة بالمتغيرات النفسية والاجتماعية التي يفترض أنها تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل. وتتميز هذه بإمكانية قياس ميول الجماهير واتجاهاتها للسعي نحو تحقيق إشباعات بعينها من وسائل الاتصال باتباع الأسلوب الكمي، وهو ما افتقدته بحوث المرحلة الأولى.

وقد شهدت هذه المرحلة عدة دراسات منها دراسة ويلز ودراسة لايل، باركر وشرام التي حاولت تحديد ما إذا كان هناك علاقة بين قبول الطفل في المدرسة أو العائلة ينتج عنه أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الاتصال، ومدى وجود عملية الخيال أو الواقع لدى الطفل، وبالتالي استخدامه لوسائل الاتصال وفقاً لاحتياجاته. (ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، 2006، 233)

ووجد ماكويل في استعادته للعديد من هذه الدراسات، أن هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد مثل اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالأفراد، الاستعداد المسبق للهروب إلى عالم الخيال ، والاندماج مع الأبطال والبطولة في أحوال القلق والعزلة والاضطرابات والمتاعب الشخصية. وكذلك دعم السلوك والاتجاهات، زيادة تقدير الذات ثم قيام وسائل الإعلام بالمساعدة على التفاعل الاجتماعي ودعم الألفة مع البيئة. ويضيف ماكويل أن هذه الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة والمتوقعة. (محمد عبد الحميد، 2000، 273)

وبصفة عامة تعد دراسات هذه المرحلة استباقية حيث يتم استنباط واستنتاج الإشباع المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد، وساهمت بحوث هذه المرحلة في تطوير مناهج لدراسة الإشباع وتوضيح العلاقة بين الميول النفسية والواقع الاجتماعي واستخدام وسائل الاتصال. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 233).

3 – مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباع، وامتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 298) وتتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي أتاحتها المراحل السابقة لتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور. وشهدت هذه المرحلة دراسات عديدة حول استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها.

إن هذه المراحل جاءت متكاملة فيما بينها أي أن كل منها مهد لظهور المرحلة الموالية وخلال هذه الحقب الزمنية الثلاث السابق ذكرها تطورت المفاهيم والأفكار القاعدية وتبلورت لتشكل المقاربة على الشكل الذي توجد عليه الآن والذي صار لدى العديد من العلماء والباحثين منطلقا تفسيرا للعديد من الإشكاليات الإعلامية خاصة منها تلك التي تدرس العلاقة الكامنة بين المتلقي ووسائل الإعلام.

4 – أهداف المدخل:

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- 1 – السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2 – شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض. عاطف وكذا أنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 242)

3 – التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري عاطف إضافة إلى معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل. (المرجع السابق، 243)

علاوة على ذلك، فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختيار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشبعونها. حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام. ولكن غيرها من الحاجات ليس بالضرورة أن تكون نابعة من استعمال وسائل الإعلام، ولذلك يمكن إشباعها سواء عن طريق مصادر وسائل الإعلام أو من طرق غيرها. ويشكل التعرض لوسائل الإعلام جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء الفراغ لدى الإنسان. (صالح خليل أبو صبح، 2006، 142)

5 – استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري وتحقيق الإشباع لدى الجمهور:

لا شك من أن استخدام وسائل الاتصال الجماهيري يمكن النظر إليه من زاويتين:

1 – من وجهة نظر المتصل الذي يطمح في توظيف وسائل الاتصال واستخدامها لتحقيق مجموعة من الوظائف والأهداف الخاصة به.

2 – ومن وجهة نظر المتلقي الذي يقوم باستخدام وسائل الإعلام لتحقيق إشباع خاصة لديه. ويمكننا أن ننظر إلى استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري على مستوى فردي ومستوى جمعي أو مستوى جماهيري.

– استخدامات وسائل الإعلام على مستوى جماهيري:

وقد رأى شرام أن استخدامات وسائل الإعلام على مستوى جماهيري من قبل المتصلين تتمثل بما يلي:

- 1 – استخدام الاتصال للمساهمة في الشعور بالانتماء للأمة.
- 2 – استخدام الاتصال ليكون صوتاً للتخطيط القومي ومعبراً عنه.
- 3 – استخدام الاتصال للمساعدة في تعليم المهارات للأفراد.
- 4 – استخدام الاتصال لتهيئة الناس لتأدية أدوار جديدة تتلاءم مع خطوات الخطة القومية.
- 5 – استخدام الاتصال لتهيئة الناس للعب دورهم كأمة بين الأمم الأخرى.
- 6 – استخدام الاتصال للمساعدة في توسيع السوق.

ولا شك في أن هذه الاستخدامات يرتبط تحقيقها بمجموعة من الحاجات لدى المتلقين فعلى سبيل المثال فإن الاستخدامات السالفة يمكن أن ترتبط بحاجات الفرد المعرفية، وحاجاته للاندماج الاجتماعي.

وفهمنا لاستخدامات وسائل الإعلام يرتبط أساسا بإدراكنا لأنواع الحاجات لدى الجمهور والتي يتم تلبيتها سواء عن طريق وسائل الإعلام أو عن طريق مصادر أخرى مثل العائلة، أو الاتصال الشخصي أو الهويات أو غيرها.

— حاجات الأفراد التي تحتاج إلى إشباع باستعمال وسائل الإعلام:

وقد حدد كاتز وجوزيفيتش وهاس حاجات الأفراد التي تحتاج إلى إشباع وذلك عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها وهذه الحاجات هي:

1 — الحاجات المعرفية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم بيئتنا وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع لدينا حب الاستطلاع ولاكتشاف. أبو اصبع وتؤكد نظريات التوازن المعرفي أن الناس يسعون دائما إلى تحقيق التالف والانسجام بين معتقداتهم وقيمهم وأفكارهم المخترعة، وبين الأفكار والمعارف الجديدة التي يتعرضون لها أو التي تصدر عنهم. ويؤدي عدم الانسجام، أو عدم التالف إلى التوتر النفسي والقلق واختلال التوازن، لذلك فإن عملية اكتساب المعرفة التي يقوم بها الإنسان بصورة مستمرة، تسعى لتحقيق التالف المعرفي الذي يعود على الإنسان بالراحة النسبية المتوازنة. (برهان شوي، 2003، 98)

2 — الحاجات العاطفية: وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام. أبو اصبع من ناحية أخرى فإن الكثير من مضامين الرسائل الإعلامية تخاطب العاطفة الإنسانية لجمهور هذه الوسائل الإعلامية كوسيلة للتعبير عن العواطف الموجودة في أعماق الإنسان فغالبا ما تعبر الرسائل عن الغضب أو الحزن أو الخوف أو الاكتئاب أو السعادة وقد تكون الرسالة الإعلامية حزمة من المعلومات والأحاسيس العاطفية. (المرجع السابق، 98)

3 — حاجات الاندماج الشخصي لتعزيز الشخصية وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الفرد من حيث مصداقيته، والثقة بالنفس، والشعور بالاستقرار، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الفرد في تحقيق الذات أبو اصبع وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال من أجل الإقناع فالفرد يبذل جهدا في سبيل التخلص من حالات التعارض أو الصراع أو الاختلاف في الرأي. (المرجع السابق، 98)

4 — حاجات الاندماج الاجتماعي: وهي حاجات تنبع من رغبة الفرد للانتماء للجماعة وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم. فحاجة الاندماج الاجتماعي فهي الحاجة المرتبطة برغبة الفرد في تقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم، وهي حاجات تنبع من رغبة الفرد للانتماء. (صالح خليل أبو اصبع، 2006، 64)

ويرى ببير ألبير أن الفرد يستخدم وسائل الاتصال من أجل تحقيق الاندماج داخل الهيكل الاجتماعي، فقراءة الجريدة مثلا هي نوع من الحوار، نوع من الانفتاح على العالم، فهي تحطم أسوار عزلته وتشجعه على الإسهام في النشاط الاجتماعي. (برهان شاي، 2003، 98)

5 – الحاجات الهروبية: وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار الذي يكون فيه الفرد، ويرتبط استخدام وسائل الإعلام لتحقيق إشباع المتلقين بنظرية

اللعب للباحث ستيفنسون التي توصل إليها بعد إجرائه بحثا شاملا عن المشاعر المختلفة للجمهور اتجاه وسائل الاتصال، أبو اصبع و فحوى هذه النظرية هو أن المستقبل في الاتصال الجماهيري يشعر بالاستغراق والمتعة فيما يتعرض له من مواد إعلامية فإذا كان الإعلام وظيفة من الوظائف فإن التسلية والاستمتاع تمثل جانبا أكبر من هذه الوظائف وكما تهتم وسائل الإعلام بتكوين الذوق العام من خلال ما تقدمه من عناصر التسلية والإقناع. (محمد عبد الحميد، 2000، 275)

وقد استنتج أننا نستعمل وسائل الاتصال من أجل الهروب إلى عالم خيالي، افتراضي لا يمكن الوصول إليه في وقت من الأوقات الأخرى. أما الباحث وليام ريفرز فرأى أن القراء يستخدمون الصحيفة من حياتهم اليومية، فهي إجازة زهيدة الثمن للذهاب بعيدا عن هموم الحياة اليومية ومشكلاتها وإحباطاتها ومللها، وهي أكثر من ذلك إذ أنها شكل اجتماعي مقبول للهروب. (برهان شاي، 2003، 99)

6 – الحاجة إلى الترفيه: تجمع كافة الدراسات الاتصالية على أن استخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع الحاجات الترفيهية يعتبر من أهم هذه الاستخدامات والإشباعات.

ويرتبط استخدام وسائل الإعلام لتحقيق إشباع المتلقين بمجموعة من المتغيرات وهي:

أ – مضمون وسائل الإعلام يحقق إشباعا متنوعا لدى الأفراد فمضامين وسائل الإعلام مثل المعلومات، الأفلام، والمسلسلات، ودراما الجريمة التلفزيونية وغيرها تحقق إشباعا مختلفة.

ب – خصائص وسائل الإعلام تحقق إشباعا متنوعا لدى الجمهور على سبيل المثال الوسائل المطبوعة في مواجهة الإذاعة، القراءة في مواجهة أنماط استقبال المسموع أو المسموع المرئي.

ج – يحقق نمط التعرض لوسائل الإعلام إشباعا مختلفة، فالإشباع التي تحققها الوسائل داخل المنزل ليست مثل الإشباع التي تحققها خارج المنزل، وتعرض المرء لوسائل الإعلام منفردا ليس مثل تعرضه لوسائل الإعلام مع الآخرين. (صالح خليل أبو أصبع، 2006، 214)

6 – عناصر المدخل:

ولشرح أبعاد نظرية الاستخدامات والإشباع نعرض العناصر النظرية التالية والتي تمثل بدورها فروض هذه النظرية:

1 – افتراض الجمهور النشط.

2 – الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

3 – دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

4 – التوقعات من وسائل الإعلام.

5 – التعرض لوسائل الإعلام.

6 – إشباع وسائل الإعلام. (إيلي السيد، 2006، 243)

إن هذه العناصر متلاحمة فيما بينها وهو ما أثبتته الدراسات والبحوث التي تم إجراؤها على أيدي رواد مدخل الاستخدامات والإشباع الذين تطرقوا إلى هذه العناصر بالشكل التالي:

1 – افتراض الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد تعتبر أن الجمهور مجرد متلقي سبي، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى، ويعرف ذلك بـ "الانتقاء النسبي" أو توقع المكافأة، وهو الموازنة بين قدر الإشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الإشباع.

ومن الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق إشباع متفاوتة لدى فئات من الجمهور، فمثلا برنامج يحوي مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر. (عاطف العدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 302) ويرى بلومر أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي، والانتقائية، والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام. (إيلي السيد، 2006، 244)

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

– الانتقائية: ويتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي الإدراك والتذكر.

– النفعية: فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

– العمدية: يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة،

– الاستغراق: ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي فإن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.

– مناعة التأثير: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد.

كما تبين أن نشاط الجمهور ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما:

— النشاط المسهل: وهو يشجع ويزيد من تأثيرات وسائل الاتصال، ويشمل العمليات الانتقائية المختلفة التي تزيد من تأثير الرسالة على الجمهور لأنه اختارها بقصد.

— النشاط المانع: وهو يقلل من تأثيرات وسائل الاتصال ويشمل العمليات التالية: التجنب، الإلهاء، الشك وكلها عمليات معوقة لتأثيرات الاتصال. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 303-304)

كما يؤكد ريتشارد هاريس أن تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها. (بيلي السيد، 2006، 244) وهكذا يمكننا القول بأن المتلقي عنصر فعال في استخدام وسائل الإعلام ويمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها إذ يتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه المتمثل في استعمال وسائل الإعلام بعضا من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ أو الترفيه. (برهان شاوي، 2003، 172)

2 — الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام:

في معظم بحوث هذا المدخل كانت دراسة الأسباب أحد الجوانب البحثية في الكشف عن هذه العلاقة منذ دراسة هيرتا هيرزج في عام 1944 التي استهدفت الكشف عن إشباعات مستمع "المسلسلات اليومية" من خلال اختبار متعمق. وتوصلت إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى إشباعات عاطفية تهتم بتحريك العواطف والأحاسيس، بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة، بجانب تقديمها النصيحة للقارئ. ووجدت أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها. وكذلك دراسة بيرلسون التي أجراها عام 1945 عندما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك كان سؤاله عما افتقده القراء في هذه الفترة.

وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء ووجد أن الصحف تقوم بعدة أدوار، تعتبر السبب في ارتباط الأفراد بها. من هذه الأدوار أنها تقدم المعلومات العامة أو التفسيرات حول الشؤون العامة. وأنها ضرورية في نظام الحياة اليومية لكونها مصدرا إعلانيا، وتقدم المعلومات الأخرى المالية وأحوال الطقس، كما تساعد على الهروب من عالمهم اليومي، وتساعد على الظهور بالمركز الاجتماعي الذي تجسده المعرفة بالأمر. بالإضافة إلى أنها أداة للتواصل الاجتماعي. (محمد عبد الحميد، 2000، 272-273)

وبالتالي يمكننا القول بأن المتلقين يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباعات لديهم تختلف تبعا لظروفها الاجتماعية والنفسية إذ يختلف المذيع في تحقيق الإشباع عن استخدام السينما واستخدام الجريدة. (برهان شاوي، 2003، 173) فهذا النموذج يرى بأن الناس مدينون لوسائل الإعلام والاتصال لسد حاجاتهم

أكثر من كونها عامل تأثير فيهم. فالنموذج يضع قيوداً قوية على التنظير القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام والاتصال على المواقف والسلوك. (مي العبد الله، 2006، 281)

ويرجع الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحثة ماتيلدا رايلي عام 1951 وقد تناولت الباحثة الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال كما يلي:

– الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وبذلك فالعوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل النوع السن، المهنة، المستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي لها تأثيرها في استخدام الأفراد الجمهور لوسائل الاتصال وبذلك تبين عدم جدوى مفهوم الجمهور الحشد بعد ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع.

– الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال:

تؤدي العوامل النفسية – في بعض الأحيان – إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة غلى الإشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للفروق النفسية بينهم، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور بمثابة مشكلات تواجههم وتحقق مشاهدة التلفزيون – على سبيل المثال – العلاج لمثل هذه المشكلات. وقد صنف بالمجرين وروبين الدوافع النفسية إلى أربعة أصناف هي: دوافع مزاجية، دوافع معرفية، دوافع عاطفية ودوافع اجتماعية وتعويضية. (عاطف العدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 304-305)

3 – دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها ووظائفها):

تستخدم كلمة دافع في الحياة المعاشة بمعانٍ متعددة أعم وأشمل من معناها السيكولوجي، فتشمل الحاجات والحوافز والمثيرات والبواعث والعادات والأهداف والانفعالات، في حين يشير معناها السيكولوجي إلى درجة التغيير أو التعديل الذي يطرأ على السلوك البشري وفقاً لتعرضه أو تعريضه لعمليات معينة. فالدافع إذن عبارة عن ميل قوي للبحث عن هدف أو مجموعة الأهداف وتحقيقها لأنها محرك قوي للسلوك يقود الفرد نحو هدف ما، والدوافع عبارة عن حالة داخلية فسيولوجية أو نفسية تدفع الفرد نحو السلوك وتوجهه نحو غاية معينة. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 245)

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي:

— ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة وتفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة، أو اتجاهات ايجابية نحو وسائل الإعلام، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر، ويسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرة الأساس للبحوث التي تقيس التماس الإشباع من خلال دوافع الجمهور وهي تقارن بين دوافع الفرد واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام.

— ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

— ترى وجهة النظر الثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة. وهذا ما يؤكد عليه ماكجواير عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

— يتبنى وجهة النظر الرابعة أوستن بابرو الذي يرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرة مع الفكرة العامة التي ترى ان السلوك الانساني يرتبط غالبا بالتعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد افراد الجمهور " دافع " التعرض، فإنه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض. (بيلي السيد، 2006، 245-246)

أما فيما يخص أنواع دوافع التعرض لوسائل الإعلام فهي كالتالي:

تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى فئتين هما: الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية على النحو الآتي:

— دوافع نفعية: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار وبرامج المعلومات، حيث أن وسائل الإعلام تجمع معلومات لنا عن أشياء وأماكن لا يمكننا كأفراد جمهور أن نصل إليها بأنفسنا، خاصة مع ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث معظمها إرسالها على مدى أربع وعشرين ساعة كما تتضمن الدوافع المنفعية للحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات والتعلم الذاتي في مجالات عديدة.

— دوافع طقوسية: وتشبع رغبات الفرد في تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات والبرامج الترفيهية

المختلفة وبوجه عام يعد التلفزيون وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى، بينما يعد البعض الوسائل المكتوبة وسائل تثقيفية. وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية هي:

— تحريك السلوك — بعد أن يكون في حالة استقرار نسبي — لإرضاء بعض الحاجات الأساسية.
— توجيه السلوك في اتجاه معين دون الآخر.

— المحافظة على استدامة تنشيط السلوك مادامت الحاجة موجودة. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 306)

إضافة إلى هذا التقسيم نجد هناك العديد من المحاولات الأخرى لتصنيف الدوافع وقد اختلفت باختلاف المحور الأساسي الذي يقوم عليه تصنيفها، وبرغم ذلك فتصنيفات الدوافع على اختلاف أنواعها

تعني ضمنا معاني واحدة لأشياء محدودة اختلفت مسمياتها على نحو ما في تفسير السلوك الإنساني فمثلا تقسم الدوافع إلى دوافع عضوية أو فيزيولوجية كالجوع والعطش ودوافع نفسية واجتماعية كالحاجة إلى الأمن والتقدير وتأكيد الذات والانتماء.

وتنقسم أيضا إلى دوافع فطرية يولد الإنسان مزودا بها منذ الميلاد كالحاجة إلى الطعام والنوم ، وهناك دوافع مكتسبة. وتنقسم أيضا إلى دوافع أساسية أولية كالحاجة إلى الأمن، ودوافع مشتقة كالحاجة إلى الأمن مثلا تولد الحاجة إلى الادخار، والادخار يولد الحاجة إلى مضاعفة الجهود، كما أن هناك الدوافع العامة المشتركة بين أفراد الجنس البشري مهما اختلفت بيئاتهم الاجتماعية والمادية، وهناك الدوافع الفردية الخاصة بشخص معين، وهناك أيضا الدوافع الشعورية التي يشعر بها الفرد وبالهدف الذي ترمي إليه، والدوافع اللاشعورية التي لا يفتن الفرد إلى وجودها عنده. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 246)

ومن خلال دراسة أجراها كاتز وجوريفيتش وهاس فقد توصل هؤلاء إلى مجموعة من النتائج حول استخدام وسائل الاتصال والإشباع التي تحققها للجمهور ومن بينها النتائج التالية:

— اعتبر المبحوثون بأن المصادر غير الإعلامية مثل الأصدقاء والمحاضرات والعمل وغيرها أكثر أهمية من وسائل الإعلام في إشباع الحاجات لديهم.

— أن وسائل الإعلام كانت المصادر الأكثر أهمية لإشباع الحاجات لأولئك الأفراد المستلبين أو أولئك الأفراد المنزولين بعيدا عن الذات والعائلة والأصدقاء والدولة والمجتمع ككل. وكان الاتصال الشخصي بالنسبة لهؤلاء هام لإشباع الحاجات المرتبطة بالدولة.

— هناك بعض الحاجات التي تخدمها وسائل الإعلام أكثر من غيرها وخصوصا الكفاح من أجل حياة أفضل، وإشباع حاجات الفرد لقضاء الوقت، والهروب بشكل عام. وعموما فإن الحاجات العاطفية يتم تحقيقها بشكل أفضل عن طريق الأصدقاء.

— تعتبر الصحف هي أفضل الوسائل التي تحقق إشباع الاندماج الاجتماعي فيما يتعلق بالمعلومات عن الدولة والمجتمع ويليها في الأهمية الإذاعة والتلفزيون.

— ترتبط حاجات الاندماج الشخصي والحاجات العاطفية بوسائل مختلفة حيث أن نوعية الوسيلة تحقق إشباعاً شخصية معينة مرتبطة بنوعية الحاجات، فالكتب هي الأفضل لإشباع الرغبة في معرفة الإنسان لنفسه، والأفلام والتلفزيون والكتب تشبع حاجة الفرد للاستمتاع الشخصي.

— يستخدم التلفزيون كوسيلة لتلبية الرغبة في الحاجة إلى قتل الوقت، ولكن الكتب والأفلام أكثر إشباعاً لتحقيق الهروب.

— السينما والتلفزيون هما أكثر فائدة لتلبية إشباع بعض حاجات الاندماج الاجتماعي مثل التضامن بين الأصدقاء والعائلة، وأما الحوار في النشاطات الاجتماعية يتم تزويده من خلال الصحافة والكتب. (صالح خليل أبو أصعب، 2006، 215-216)

4 — التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام.

وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات. ويشير ادلستين وزملاؤه في دراستهم المقارنة لتوقعات طلاب الجامعة من وسائل الإعلام في مجتمعات الولايات المتحدة، وألمانيا واليابان وهونج كونج إلى زيادة توقع الإشباع من استخدام الصحف والتلفزيون، في مقابل قلة الإشباع من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية. (بيلي السيد، 2006، 247)

5 — التعرض لوسائل الإعلام:

توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن إشباع معين لحاجاته المختلفة وتعرضه لوسائل الاتصال، وتعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبى احتياجاته.

وتتغير استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور وسائل جديدة مثل القنوات الفضائية وأجهزة الفيديو والوسائل التفاعلية الحديثة والتي تدفع الجمهور لتعرض أكثر وعياً وتنظيماً للوسيلة، خاصة أن معظمها كما في القنوات المشفرة والإنترنت يتطلب اتفاقاً مستمراً للحصول على خدماتها أو مضامينها بعكس أفراد الجمهور الذين يكونون محددين بقناة تلفزيونية واحدة فلا يكون هناك مجال واسع للاختيار، ولا تعتبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة في هذه القناة عن ضرورة إشباعها لبعض الحاجات لديهم. (المرجع نفسه، 310)

وأصبحت أسباب التعرض التي تتمثل في: التعرف على ما يدور حول المتلقي، التعليم واكتساب المعرفة، التسلية والترفيه أو الهروب من روتين الحياة اليومية قاسماً مشتركاً بين الكثير من البحوث التي

تبحث عن إرضاء الأفراد في إطار ما تقوم به وسائل الإعلام من وظائف صاغتها أدبيات الاتصال الجماهيري والإعلام. (محمد عبد الحميد، 2000، 274-275)

6 – إشباعات وسائل الإعلام:

يتم وفقا لمدخل الاستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها مايشبع حاجاته ويلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات ويرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمعلومات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية تحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات.

وتتبع الإشباعات (المطلوبة والمتحققة) من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسية هي:

– محتوى أو مضمون الوسيلة: والذي يعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة، أو من خلال التعرض المخطط والمقصود لبرامج معينة.

– التعرض للوسيلة: فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة مثل: الترفيه والاسترخاء والهروب.

– السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة: مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين أثناء التعرض للوسيلة مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء، ويكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 310)

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل. من خلال عرض كل العناصر السالف ذكرها نستخلص العلاقة الوطيدة القائمة بين مفهومي الاستخدام والإشباع والتي تمثل الفكرة القاعدية واللبنة الأساسية التي قامت عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات.

7 – الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات:

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات للعديد من الانتقادات بالرغم من أنه أثبت تفوقه في توصيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض إطاره النظري وبعض المفاهيم الأخرى بالإضافة لكونه أسلوبا لجمع البيانات دون تحليلها. إلا أن دينيس ماكويل وسفين ونداehl لخصا تلك الانتقادات كما يلي:

- يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه.
- يصور المدخل الجمهور على أنه نشط وفعال وعنيد، ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط والفعال، كما أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق مع نموذج المجتمع الجماهيري.
- لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا، أم مستقلا، وهل تلك الحاجات هي التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق إشباعا لهذه الحاجات.
- يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والإشباع.
- يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلا المضامين الفعلية والحاجات التي يريدها الجمهور. (ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، 2006، 257)
- كما ذهب البعض من الباحثين في انتقادهم لمدخل الاستخدامات والإشباع إلى حد أبعد من ذلك وذلك لاعتقادهم أن :
- إدعاء المدخل بأن أفراد الجمهور يختارون المضمون الذي يتعرضون له بحرية تامة وبناء على احتياجاتهم فقط ربما يكون مبالغا فيه فهناك عوامل تحد من هذا الحق في الاختيار منها: العوامل الاقتصادية والاجتماعية التي تحد من امتلاك الفرد من وسائل الإعلام الحديثة، وعدم وجود بدائل كثيرة من الوسائل الإعلامية نتيجة لمحدودية الوسائل في بعض الدول.
- المبالغة في مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها، فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك اعتيادي ورغم ذلك فإنه عند إجراء الدراسات الميدانية فإن المبحوث يجيب على الأسئلة الخاصة بدافع المشاهدة بعقلانية بما لا يتفق مع ما يفعله في الواقع، ولهذا يعد مدخل الاستخدامات والإشباع مدخلا وظيفيا يحدد بوظائف معينة تقوم بها وسائل الاتصال للجمهور.
- يوجد عدم تماثل بين نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع باختلاف الثقافات والخصائص الديموغرافية، وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم على كل المجتمعات، حيث هناك القليل من الحاجات المشتركة بين كافة أفراد الجمهور مثل الحاجات البيولوجية بينما باقي الحاجات تختلف من فرد لآخر حسب ثقافته أو نوعه أو ظروفه الاقتصادية.
- يطرح تطبيق هذه النظرية تساؤلا حول قياس الاستخدام، وهل يمكن قياسه بالوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض؟ وهل تشير كثافة التعرض إلى قوة الدافع أم أن عامل الانتباه أثناء المشاهدة يجب أن يؤخذ في الاعتبار مما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل الأخرى المؤثرة على كثافة التعرض.

— صعوبة تعميم مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل مطلق لأن دوافع التعرض تختلف طبقاً للنوع والنوع ودرجة التعليم والوضع الاجتماعي الاقتصادي والذكاء والعادات.

— لم يحدد المدخل طبيعة المضامين التي نسأل الجمهور عن مشاهدته لها: هل المضامين التي يشاهدونها حالياً أم التي يشاهدونها منذ فترة؟ حيث أن الجمهور يجيب أحياناً على هذه الأسئلة بمضامين تم عرضها منذ فترة ولكنها تعلق في الذهن وخاصة المضامين الدرامية، وبذلك لا يزيد مدخل الاستخدامات والإشباعات — من وجهة نظر البعض — عن كونه إستراتيجية لجمع البيانات من خلال التعرف على المعلومات التي يتذكرها الجمهور أثناء إجراء الاستقصاء وليس الحقيقة، حيث يطلب الباحثون من عينة البحث اختيار حاجات محددة من القائمة المذكورة فتكون النتائج مبنية على توقعاتهم وليس على حقيقة هذه الحاجات بالنسبة للجمهور، ويكون ذلك ذريعة للبعض بإنتاج مضامين هابطة تلبى حاجات الجمهور مثل التسلية والهروب والترفيه وتتماشى مع رغباتهم، وتتناسى حاجات أخرى مثل الحاجة إلى الحصول على المعلومات.

— لم يركز المدخل على التفرقة بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تحققت بالفعل رغم أهمية توضيح الفرق بما يبرز مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها. كما أنه لم يتطرق لدور وسائل الإعلام في خلق حاجات أو استخدامات جديدة لدى الجمهور بل اهتم بالاستخدامات الموجودة بالفعل.

— لم يشرح المدخل "درجة الإيجابية" في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم "الجمهور النشط" بوضوح، حيث أنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناء المشاهدة أو عقب المشاهدة وهذه التفاصيل لم تحدد في المدخل بدقة.

— يوجد احتياج في إطار تطوير المدخل وتطبيقاته إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم بجانب الانتقال من الاهتمام بالفرد إلى التركيز على النظام الاجتماعي الذي يحيا الفرد في إطاره، للتعرف على مؤشرات أدق عن طبيعة الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام. (عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، 2008، 314-315)

وتجدر بنا الإشارة إلى أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لبال روكش ودي فلور عملت على ملء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباعات بإهماله لتأثير وسائل الإعلام والتركيز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام والاتصال، فهذا المدخل يرفض الافتراضات النسبية وهي الفرضيات التدرجيمية السابقة ولكي يتخطى هذا الضعف فإن الباحثين يأخذان منهاج النظام الاجتماعي العرض لتحليل تأثير وسائل الإعلام والاتصال وهما في نموذجهما المسمى "نموذج الإتكال على وسائل الإعلام يقترحان علاقة اندماجية بين وسائل الاتصال والنظام الاجتماعي العريض. (مي العبد الله، 2006، 282)

8 – الرد على الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

للردّ على الانتقادات السابق ذكرها ظهر اتجاه بمعنى جديد منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي اهتم بالمقارنة بين دوافع استخدامات وسائل الإعلام وبين أنواع الإشباعات وبين طبيعة المضامين ونوعية الوسيلة المستخدمة، وزاد الاهتمام بدراسة الظروف الاجتماعية والنفسية المتبادلة بين دوافع استخدامات الجمهور للوسيلة وبين اتجاهات تلك الوسائل ذاتها عن طبيعة المضامين المثارة في وسائل الإعلام. (ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، 2006، 257)

كما أن مدخل الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة جمهور الفضائيات والانترنت، حيث تتيح هذه الأنظمة فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة. إذ يعتبر هذا المدخل جزءاً من السعي المستمر لتطوير بحوث الإعلام بعيداً عن نماذج الاتصال البسيطة ذات التأثير المباشر (مثير استجابة) نحو محاولات أكثر تقدماً لفهم العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور ووصفها في إطار اجتماعي أوسع.

كما يفرض استخدام شبكة الانترنت والتجول بين مواقعها دراسة مشكلات الاستخدام وقدرة المستخدم على تجاوزها – كما في نموذج روزنجرين – للدلالة على قوة الاستخدام والارتباط بهذه المواقع ومحتواها أو وظائفها. (محمد عبد الحميد، 2007، 255-256) كما أكد هذا الاتجاه على أن مدخل الاستخدامات والإشباعات ليس مدخلاً وظيفياً تطبيقياً، وإن مصادر التعبير قائمة سواء في سلوك الجمهور نحو الوسيلة أو في المضامين التي تقدمها الوسيلة ذاتها، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل من التعرض لوسيلة ما يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور لوسائله المفضلة.

– ولذلك من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في هذا المجال باختلاف المجتمعات نظراً لخصوصية كل مجتمع، واختلاف ظروف أفراده النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية. ولهذا فإنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على نفس المجتمع وليس على مجتمعات مغايرة.

والخلاصة هي أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يهتم بتفسير الاستهلاك الإعلامي انطلاقاً من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام إلى إشباعها. كما يضع هذا المدخل المتلقي في موقع المسؤولية عن المضامين الإعلامية التي يختارها.

علاقة مدخل الاستخدامات والإشباعات بالدراسة:

إن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعد ركيزة صلبة للعديد من الدراسات الشبيهة أو التي لها علاقة مباشرة أو ضمنية مع موضوع دراستي وذلك نظراً لقدرته على إيصال الباحث لفهم الجمهور

والتعرف على اتجاهاته وتفضيلاته، إضافة إلى ذلك كما سبق وأن ذكرنا فإن الكثير من الباحثين أجمعوا على الدور الفعال الذي تلعبه نظرية الاستخدامات والإشباع في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة فبفضل هذا المدخل يمكن كشف الستار عن أنماط استخدام هذه التكنولوجيايات ومدى استخدامها بل والتعرف حتى على خصائص جمهورها ومعرفة مدى تمكنه من التحكم فيها وهي من الأهداف المسطرة في دراستي. كما يعتبر الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها باختياراته. بل إن الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الانترنت مثلا ولذلك تتصدر بحوث استخدام الاتصال الرقمي وبصفة خاصة الانترنت، كافة البحوث والدراسات التي تجرى في هذا المجال وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع في هذه البحوث والدراسات (محمد عبد الحميد، 2007، 288) وبما أن دراستي تتدرج ضمن البحوث التي تضع وسائل الاتصال الرقمي تحت المجهر فيستحسن تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع خاصة وأن هناك تطابق بين بعض فروض المدخل وفروض دراستي على اعتبار أن:

— جمهور الصحفيين الذي تستهدفه دراستي هو أيضا جمهور نشط يختار المواد الإعلامية حسب تفضيلاته وحسب حاجاته على اختلاف أنواعها.

— كما تبحث دراستي في الفروق الفردية، الاجتماعية والنفسية التي تتحكم في اختيارات هذا الجمهور وفي قراراته بالتعرض أو عدم التعرض للمواد الإعلامية وهو ما أسماه زعماء مدخل الاستخدامات والإشباع بـ "الأصول النفسية والاجتماعية" لاستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام.

4 — فرضيات الدراسة:

لقد عرف أحمد بدر الفرض على أنه "تخمين أو استنتاج ذكي يصوغه ويتبناه الباحث مؤقتا لشرح بعض ما يلاحظه من ظواهر ويعني التخمين في الفرض العلمي إلى أنه يمكن إثبات صحة الفرض أو خطأه"، (ميرفت علي خفاجة، 2002، 35) وتنطلق هذه الدراسة من الفرضيات الآتية:

1 — تأتي الوسائل الالكترونية في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

2 — توجد فروق ذات دلالة إحصائية، بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية.

5 — يحقق استخدام مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا لصحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

الفصل الثاني

تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات

- تكنولوجيا الاتصال.
- ثورة المعلومات.
- تكنولوجيا الإعلام.

تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات:

تمهيد:

لا شك في أنّ هذا العصر هو عصر المعلومات والاتصالات الذي جاء على خلفية عصر تكنولوجيا الإلكترونيات الناتجة عن الثورة الصناعية من قبل. فالتكنولوجيا بمثابة السحر الذي سيطر إلى حد ما على عقول البشرية خاصة في نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة لكونها نابعة من الذكاء البشري الابتكاري والسعي اللامحدود للفهم والتواصل والتأقلم الحيوي. فقد ارتبطت نشأة الإعلام وتطوره بتطورات تكنولوجية على مستوى وسائله ورسائله، فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ونتاجها المتنوع جزء من التكنولوجيا العامة ونتاجاتها المتعددة الأوجه في العصر الراهن. إذ أنّ هناك تكنولوجيا للاتقاط وللإرسال وللتخزين وللارتداد كما أنّ هناك تكنولوجيا للخدمات والتسليّة فضلاً عن تكنولوجيا الاستماع والرؤية. (إبراهيم الأخرس، 2008، 14)

I - تكنولوجيا الاتصال:

1.1 – مفهومها: يشتمل مفهوم تكنولوجيا الاتصال على فكرة تطويع التكنولوجيا في نقل وتناول المعلومات من حيث إنتاجها وحيازتها وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها وعرضها وتوزيعها بالطرق الآلية وباستعمال وسائل اتصال متفوقة.

ومر تطور تكنولوجيا الاتصال على ثورات أساسية تمثلت الأولى في اكتشاف صناعة الآلة واختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم الثورة الثانية تظهر في منتصف القرن التاسع عشر إثر قيام الثورة الصناعية من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والهاتف أما وسائل الاتصال والمعلومات الإلكترونية هي التي ميزت الثورة الثالثة في القرن العشرين إذ ظهرت الإذاعة والتلفزيون في النصف الأول منه، والحواسيب في النصف الثاني من القرن العشرين والبيت الفضائي المباشر والإنترنت في أواخره وصاحب ذلك نظم جديدة من تقنيات الاتصال والمعلومات. (عبد الملك ردمان الدناني، 2005، 43)

فتكنولوجيا الاتصال الحديثة وصفها بعض الباحثين بأنها ثورة في مجال المعلومات كما أطلق بعض الكتاب على العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من المسميات والنوعت منها الثورة الثالثة، عصر المعلومات، عصر التكنولوجيا وعصر الاتصال.

إذ أصبح الاتصال متاحاً أمام الجماهير وبين شعوب العالم وأدت وسائل الاتصال دوراً كبيراً في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأمر الذي جعل الحكومات على اختلاف أنظمتها السياسية تهتم بهذه الوسائل وتسعى لتطوير صناعاتها

ودعمها وتشريع القوانين المنظمة لعملها. كما أصبحت وسائل الاتصال من مقومات الدولة الحديثة في ظل الوسائل المتطورة من خلال أقمار الاتصال والشبكات الإلكترونية وأطباق الاستقبال، فباننتشار رقعة البث الفضائي وتعدد استخدامات الحاسوب صارت تكنولوجيا الاتصال التي برزت في القرن العشرين تضاهي ما أنتج خلال الألفي سنة الماضية. (المرجع السابق، 54)

تشهد دول العالم اليوم توجه الصناعة إلى مجال الاتصال والمعلومات ويبرز ذلك بوضوح في البلدان الصناعية التي أعطت أهمية خاصة لتطوير تكنولوجيا الاتصال التي تتجاوز حدود الدول، فأصبح بالإمكان بث واستقبال البث الفضائي بين دول العالم مباشرة. وهكذا تعددت وظائف الإعلام ومجالات استخدامه وتعدت دائرة اهتمامه الساحة الوطنية إلى الساحة الدولية ولم يعد الإعلام وسيلة للتسلية والترفيه والتنقيف ولا مجرد رصد للأحداث ونقل المعلومات فحسب، بل هو أبعد وأعمق من ذلك فهو رسالة ذات قدرة تأثيرية هائلة وصار في مجتمعنا صناعة لها مقوماتها التقنية من خلال استيعابها واستفادتها من تقنيات الاتصال المتعددة. فالتحولات التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا الاتصال جعلته ينتقل من مجتمع الصناعة إلى مجتمع المعلومات وأدت هذه التحولات إلى الاندماج بين وسائط الإعلام والمعلومات، وهذا الاندماج أفضى بدوره إلى قيام ثورة في مجال الاتصال يعيش العالم واقعها اليوم.

2.1 – أسباب تزايد أهميتها: ومن الأسباب التي زادت من أهمية تكنولوجيا الاتصال في المجتمع هي:

1. تحول الاقتصاد إلى العولمة من خلال تزايد عمليات ومجالات التدويل.
2. حاجة عملية متمثلة في اتخاذ القرار المتزايد إلى تنويع مصادر المعلومات.
3. اتجاه الدول والمؤسسات نحو تقليل حركة الأفراد واستبدالها بوسائط الاتصال الحديثة وأصبح الاندماج بين مؤسسات الاتصال العملاقة وشركة الوسائط الإعلامية المتعددة حقيقة واقعية، فتقاربت خدمات الحصول على المعلومات في مختلف المعارف وهذا يعني أن تكنولوجيا الاتصال أوجدت تغييرات واسعة في أنماط الاتصال ومصادره وقنواته. (المرجع السابق، 58):

3.1 – سماتها:

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما جعلها تلقي بظلالها وتقرض تأثيراتها على الاتصال الإنساني بوسائلها الجديدة. وأبرز هذه السمات التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة نجد: (عبد الوهاب بوخروفة، 2005، 42)

1 – التفاعلية:

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيرا على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية interactive communication وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ)

أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية. المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم ومثال ذلك تفاعل بعض أنظمة النصوص المتلفزة.

2 – اللاجماهيرية: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

3 – اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. فمثلا في نظم البريد الإلكتروني نرسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة في وقت إرسالها.

4 – قابلية التحرك أو الحركية: فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التلفون النقال/ تلفون السيارة أو الطائرة أو التلفون المدمج في ساعة اليد وهناك آلة لتصوير المستندات وزنها عدة غرامات وجهاز فيديو يوضع في الجيب وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة وحاسب الكتروني نقال مزود بطابعة.

5 – قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لأخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس. فضلا عن نظام الترجمة الآلية التي ظهرت مقدماتها في نظام مينتيل الفرنسي.

6 – قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنوع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع وذلك عن طريق وضع معايير فنية لهذه الأجهزة يتم الاتفاق عليها بين هذه الشركات .

7 – الشبوع أو الانتشار:

ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع فكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة ونلمح ذلك في التلفون والفاكسميل.

8 – التدويل أو الكونية:

البنية الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بنية عالمية دولية وذلك حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة وتعقب المسارات التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه.

9 – التأثيرات على الجمهور: من خلال تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الأفراد فلقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية والحاسبات الإلكترونية ووصلات الميكروويف والألياف الضوئية عددا كبيرا من خدمات الاتصال خلال العقدين الماضيين فهذه الوسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية.

إن هذه السمات هي التي أدت إلى ميلاد مجتمع الإعلام والمعلومات والمعرفة والذكاء الإنساني لذلك يرى العديد من الباحثين أن ثورة الاتصال الخامسة هي التي أدت إلى ميلاد مجتمع الإعلام والمعلومات هذا، ويرون أن البشرية مرت خلال مراحل تطورها بخمس ثورات اتصالية كبرى هي : (محمد لعقاب، 2003، 66)

1 – شهد المجتمع البشري ثورة الاتصال الأولى عندما استطاع الإنسان أن يتكلم حيث أصبح ممكنا لأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها.

2 – لقد حدثت ثورة الاتصال الثانية عندما توصل السومريون إلى اختراع أقدم طريقة للكتابة في العالم وهي الكتابة المسمارية على الطين اللين منذ نحو 3600 سنة قبل الميلاد وقد حفظت تلك الألواح الطينية الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي في مرحله الأولى.

3 – اقترنت ثورة الاتصال الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر خاصة بعد اختراع غوتنبورغ التاريخي.

4 – بدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة خلال القرن التاسع عشر واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين حيث شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال المعروفة حاليا.

5 – أما ثورة الاتصال الخامسة فهي بنت النصف الثاني من القرن العشرين، حيث تتفوق مبتكراته الاتصالية على كل مبتكرات القرون السابقة وذلك بموجب الاندماج التاريخي بين ظاهرتي تفجر المعلومات والمعرفة وثورة الاتصال ويتمثل مظهر هذا الاندماج في بروز الحاسب الآلي كوسيلة اتصال رائدة وفريدة ومتميزة. (محمد لعقاب، 2003، 53)

4.1 – أهم وسائل الاتصال الحديثة:

وهكذا يمكننا اعتبار أن الحاسب الإلكتروني بكامل التطورات التي مست تطبيقاته ومجالات استخدامه يعد من أهم وسائل الاتصال الحديثة في هذا العصر ويتضح ذلك جليا من خلال ما يلي:

1.4.1 – استخدام الحاسوب كوسيلة اتصال :

خلال عقد الخمسينات دخل الحاسب الإلكتروني مراكز البحوث والجامعات ثم امتد إلى مجالات التجارة والصناعة وأصبح الحاسب الإلكتروني أداة فعالة لعمل الحاسبات المعقدة. وخلال عقد الستينات زاد الاعتماد على الحاسب الإلكتروني أكثر وأكثر في أداء الوظائف التجارية، وظهرت الحاجة إلى عمل

منافذ terminals للمعالجات المركزية، وتبادل المعلومات ونتج عن كل ذلك تطور اتصال البيانات data communication كما أمكن تحويل الإشارات التماثلية analog signals إلى إشارات رقمية digital signals لإتاحة استخدام أفضل لشبكات الهاتف.

وخلال عقد السبعينات استمر التقدم في مجال الحاسب الإلكتروني ووسائل الاتصال وتكنولوجيا المواد شبه الموصلة للحرارة semiconductor وقد أسفر ذلك عن ظهور خدمات عديدة لنقل المعلومات مثل البريد الإلكتروني والخدمات التلفزيونية التي تتيح استرجاع المعلومات مثل التليتكست والفيديوداتا والصوت والفيديو (حسن عماد مكاوي، 2003، 32) وهذه التطورات المذهلة في نمو شبكات المعلومات الحاسوبية لإرسال واستقبال وأرشفة معلومات لا تمثل اتصالاتا جماهيريا بالمعنى التقليدي إذ أنها عبارة عن بدائل إلكترونية لأشكال أخرى من البث. (فريال مهنا، 2002، 444)

تعد الحواسيب أمرا حيويا لوسائل الاتصال وتحتاجها الدول لاستخدامها في أغراض التطور وفي غضون عقد ونصف من دخول الحاسوب الشخصي حياة الإنسان ومجتمع العمل حدثت ثورة على صعيد تداول المعلومات ويشهد العالم اليوم بزوغ ثورة معلوماتية هي الاندماج بين وسائط الاتصال. فللحاسب أهمية في تشغيل وسائل الاتصال وهو الآن مسؤول عن تخزين واستعادة معظم المعلومات والمواد الإخبارية التي تقوم ببحثها مكاتب الخدمات السلوكية المنتشرة في أنحاء العالم، كما تمثل الحواسيب الإلكترونية وتطبيقاتها عصب الحياة العصرية والدول التي تسيطر على قطاع الاتصال.

1.4.1.1 علاقة بين الحاسوب بوسائط الاتصال الأخرى: وظهرت العلاقة بين الحاسوب ووسائط

الاتصال الأخرى من خلال وسيط يسمى "المودم" modem واستطاعت هذه التشكيلة أن تعزز مكانة الاتصال وتقي بالعرض المطلوب بعد أن غزت الحواسيب الشخصية دول العالم وهكذا أصبح تبادل المعلومات على المستوى العالمي من خلال شبكات الكترونية، واعتمدت تقنيات المعلومات في تطورها على الاستعانة والاستفادة من تقنيات الاتصال والالكترونيات الدقيقة والحواسيب. (عبد المالك ردمان الدناني، 2005، 39 - 40) فالحواسيب من الأجيال الجديدة تتمتع بكافة وسائط نقل المعلومات بطريقة عملية عن طريق المذياع والتلفزة والهاتف ومنظومات الاتصال عن طريق الأقمار الاصطناعية. (معن النقري، 2001، 15 - 16)

2.4.1 - استخدام الانترنت كوسيلة اتصالية:

لعل ما كتبه ماكلوهان حول المعلومات واتصالات التكنولوجيا الحديثة تزامن تاريخيا ومعلوماتيا مع ظهور الانترنت في أواخر الستينات منذ أن نشر كتابه "مجرة غوتنبورغ" وحتى مصنفه الأخير الذي نشر بعد وفاته "القرية الكونية". فحتى زمننا الحاضر يعتبر ماكلوهان لدى الكثيرين بمثابة الأب الروحي "المعلوماتي" لنظريات العصر الإلكتروني المعلوماتي الذي نعيشه اليوم. كذلك فقد صنف ماكلوهان مختلف وسائل الاتصال إلى صنفين اثنين: أوساط ساخنة و أوساط باردة ويرى أن

الفرق يعتمد على درجة التفاعل المتعلقة بوسط معين (الوسط الساخن يتطلب مستوى أدنى من التفاعل بينما الوسط البارد يتطلب مستوى عاليا من التفاعل). إن هذا المعيار يجعل الانترنت وسطا باردا جدا ذلك بطبيعتها أن تستدعي درجة عالية من المشاركة والتفاعل بين مستخدميها وبالتالي فإن تكنولوجيا الانترنت صارت تماثل الاجتماع البشري وتحاكيه في كثير من المظاهر ويزداد استخدام تقنياتها سهولة يوما بعد يوم.

وأخيرا أصبحت إلى حدّ ما تتلاءم مع الأعراف والعادات والقيم في المجتمعات المختلفة وتؤثر فيها وتتفاعل معها بما توفره من حرية الاختيار والإبحار المعلوماتي. (علي محمد رحومة، 2005، 220 – 228)

1.2.4.1 – الانترنت كوسيلة اتصال: تعدّ الانترنت من أكبر الشبكات الاتصالية والمعلوماتية كونها تمثل البديل النظري للعالم الجغرافي على اعتبار أن الانترنت يتكون من عدة شبكات اتصالية فردية أو جماعية أو مجموعة كمبيوترات متناثرة وموزعة في أرجاء البسيطة وهي مرتبطة معا في بوتقة واحدة أو كتلة لم تتبلور معالمها بعد أو بالأحرى لا يوجد لها شكل معين حتى الآن. وتحتوي شبكة الانترنت في جوفها كل التكنولوجيات المعلوماتية والاتصالية السابقة لها ولقد اندمجت فيها ثلاثية التقدم الصناعي والالكتروني المتمثل في الاتصالات والتلفزيون والكمبيوتر وانضم إلى هذه الثلاثية الجيل الثالث من الهاتف الجوال ومن ثم فإن كل عناصر هذا الاندماج الرباعي بات يحمل في طياته قدرات تكنولوجية هائلة تجعل من هذا الاندماج الرباعي قدرات تضاعفية يصعب تصور مداها مستقبلا. (إبراهيم الأخرس، 2008، 95)

لقد حدثت النقلة النوعية للانترنت في عام 1992 بعد اختراع طريقة جديدة فعالة لتبادل المعلومات وتجميع أنواعها وتتضمن النصوص والصور وأفلام الفيديو؛ وذلك في مركز "سرن" الأوربي في جنيف وسرعان ما قامت الجامعات الأمريكية بدور البرمجة وتوفير برامج التصفح INTERNET BROWSERS. (عبد الملك رمان الدناني، 2005، 42) وهكذا تعدّ الانترنت ثورة اتصالية ومعلوماتية من أشهر ثورات تكنولوجيا العصر كونها شبكة متداخلة ومتشعبة حيث تربط بين عدد هائل من الشبكات التي يمكن أن تغطي العالم بأرجائه وقاراته المختلفة ويذهب بعض العلماء إلى حد القول بأن الانترنت أشبه ما تكون بمكتبة عالمية. (إبراهيم الأخرس، 2008، 94)

أحدثت الانترنت تغييرات ملحوظة في مكونات العملية الاتصالية التقليدية التي كانت تقتصر على المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة وأعلنت من شأن بعض المكونات التي كانت هامشية في العمليات الاتصالية التقليدية. فقد سهلت الانترنت تطور ونمو أشكال جديدة من منظمات المجتمع المدني وفتحت الطريق أمام الناس للتمتع بالمزيد من حرية التعبير فعلى صعيد المرسل لم يعد الأمر يقتصر على مرسل فرد يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية لجمهور كبير، وظهر إلى الوجود مصطلح "المواطن

الصحفي CITIZEN JOURNALIST " الذي يعني أن كل شخص يتصفح الانترنت يستطيع أن يشكل رسائل اتصالية وبيئتها في الحال عبر الشبكة. أما الجمهور فأصبح يتمتع بالقدرة على الرد الفوري من خلال البريد الإلكتروني وبرامج التخاطب والمنتديات. والتغيير الأبرز في مكونات عملية الاتصال (بعد دخول الانترنت) يختص بالوسيلة ففي الوسائل التقليدية تركز كل وسيلة على مخاطبة حاسة واحدة في الغالب وربما حاستين لدى الإنسان. فالصحافة تخاطب حاسة البصر والراديو يخاطب حاسة السمع وغيرهما أما الانترنت فقد جاءت لتخاطب الحواس الإنسانية كافة وهذا ما يطلق عليه " تعدد وسائط الاتصال في الانترنت MULTIMEDIA " أي أن ما ينقل عبر الانترنت لا يقتصر على النصوص المكتوبة فقط بل يشمل الصوت والصور والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو والخيال والأفلام وبذلك فإن قدرة الانترنت على مخاطبة الحواس البشرية تفوق قدرة أية وسيلة إعلام أخرى. (حسني محمد نصر، 2003، 54)

أما رجوع الصدى الذي يتميز في الوسائل الإعلامية التقليدية بالتأخر وعدم المباشرة يتميز في الاتصال عبر الانترنت بالفورية والمباشرة، حيث تتيح مواقع الانترنت المختلفة للمتصفح الرد على الرسائل المعروضة ومخاطبة المرسل في الحال ويطلق علماء الاتصال على هذه الخاصية اسم "التفاعلية INTERACTIVITY" وتتبدى هذه التفاعلية في برامج التخاطب النصي والصوتي عبر الانترنت CHATTING وخدمات البريد الإلكتروني.

ويقسم الباحثون خيارات التفاعلية في الانترنت إلى ثلاثة أشكال هي :

- التفاعلية الإرشادية NAVIGATIONAL INTERACTIVITY وهي التي ترشد المستخدم إلى "الصفحة التالية" أو "العودة إلى الأعلى" وهكذا.
- التفاعلية الوظيفية FONCTIONAL INTERACTIVITY وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط LINKS ومجموعات الحوار NEWS GROUPS.
- التفاعلية التكيفية ADAPTEC INTERCATIVITY: تلك التي تقدم غرف المحادثة وتتيح لوقع الانترنت أن يكيف نفسه لسلوك المتصفح الزائرين. (المرجع السابق، 55)

2.2.4.1 – سمات الانترنت كوسيلة اتصالية:

يحدد علماء الاتصال خمس سمات أساسية تميز الاتصال عبر الانترنت عن أنواع الاتصال الأخرى وهي: (المرجع السابق، 55 – 57)

1 – تعدد الوسائط أو الوسائط المتعددة MULTIMEDIA:

هي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليمي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد. وتعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فاعلية الاتصال الإنساني وتحقيق يسر الاتصال بين البشر خاصة وأنها جمعت بين خصائص وسمات وسائط

الاتصال التقليدية فجمعت النصوص التي تميز الصحافة المطبوعة والأصوات التي تميز الراديو والصور الثابتة والصور المتحركة التي تميز السينما والتلفزيون وبالتالي فإننا يجب أن ننظر إليها على أنها إحدى وسائط الاتصال وهي وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وليست غاية في حد ذاتها.

2 – النصية الفائقة: تعني ترابط النصوص والوثائق والمواقع على الشبكة بفضل ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WORLD WIDE WEB والتي مكنت المتصفح من الوصول إلى المواقع المتشابهة على الشبكة وهو ما لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية. كما أن هذه السمة تعني سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى آخر على الشبكة في الحال وتتصل بما يعرف بروابط الويب WEB LINKS وهي الأراجاعات التي تظهر على موقع الويب لتسهل على المستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى داخل الويب وتقاس كفاءة المواقع بما تتضمنه من روابط بمواقع أخرى.

3 – التدفق الشحني:

يعني أن المعلومات على الشبكة تنقل في شحنات وليس في تدفق خطي وذلك عبر طرق الانترنت فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع نمطا خطيا في تقديم مادتها (مסاحيا في الوسائل المطبوعة وزمنيا في الوسائل الالكترونية) فإن التدفق في الانترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلى شحنات أخرى، ويتم التدفق الشحني على الانترنت من خلال مجموعة من البرامج والبروتوكولات التي تنظم عملية الاتصال بين أجهزة الكمبيوتر المختلفة في أنظمة التشغيل.

4 – التزامنية:

تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى وتجمع الانترنت في بعض خدماتها بين الصفة التزامنية والصفة اللاتزامنية للاتصال ففي البريد الالكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية INSTANT MESSAGES كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به INBOX لحين دخوله إليه. ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد.

3.2.4.1 – خدمات الانترنت:

هناك مجموعة من الخدمات والموارد التي تقدمها الانترنت بشكل عام يمكن تلخيصها كالآتي:

1 – خدمات البريد الالكتروني ELECTRONIC MAIL: هونوع من تبادل المعلومات يمكن من خلاله إرسال الرسائل من حاسب شخصي إلى آخر وذلك بواسطة أجهزة المودم MODEM ونظم الاتصالات عن بعد. (طارق سيد أحمد الخلفي، 2008:118) فهي الخدمة التي تقوم بالتأكد من وصول البريد إلى العنوان السليم كما أنها تسمح بنقل جميع أنواع الوثائق والمستندات وبرامج الحاسب وغيرها والشرط الوحيد في هذه

الفصل الثاني: تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات

البيانات المنقولة أن تكون على شكل نص فضلا عن بعض البيانات غير النصية مثل الصور والأصوات. (غالب عوض النوايسة، 2009، 208 – 209)

ويمكن تلخيص استخدامات البريد الإلكتروني فيما يلي: (المرجع نفسه، 210 – 211)

– نقل الرسائل.

– السماح للأشخاص الذين تفصلهم مسافات بعيدة أن يشتركوا في مشروع واحد ومثال ذلك اشتراك مجموعة من الأشخاص في عدة أماكن مختلفة في تأليف كتاب ما أو بحث فيتبادلوا الأجزاء الخاصة بكل منهم عن طريق إرسالها عبر البريد الإلكتروني.

– اتخاذ قرارات تتعلق بتطوير الانترنت نفسها حيث يمكن تجميع آراء وأفكار المشاركين من خلال البريد الإلكتروني.

2 – خدمة الدخول عن بعد TELNET : تستخدم هذه الكلمة كاسم بمعنى الاتصال عبر الانترنت فهذه الخدمة هي التي تسمح لك بعمل اتصال مع حاسب اخر قد يكون في أبعد مكان على الكرة الأرضية وبمجرد تحقيق هذا الاتصال يمكنك الدخول إلى هذا الحاسب البعيد والتعامل مع أي ملفات ومعلومات به بالطبع يجب أن يكون لديك رقم حاسب معين وكلمة مرور للدخول إلى الحاسب الآخر.

3 – خدمة اف تي بي F T P : وهي اختصار لـ FILE TRANSFER PROTOCOL وتعني بروتوكول نقل الملفات وهي من أهم خدمات الانترنت وأوسعها انتشارا وهي التي تسمح للمستفيد بنقل الملفات من حاسب لآخر مهما كان الموقع الجغرافي للحاسب.

4 – خدمة العميل والخادم CLIENT_ SERVER إن أهم استخدام لشبكة الحاسب هو مشاركة الموارد وهذه المشاركة تتم باستخدام برنامجين منفصلين يعمل كل منهما على حاسب منفصل عادة الأول يسمى الخادم وهو البرنامج الذي يوفر الموارد والثاني يسمى العميل وهو يطلب توفر موارد معينة. فنظام الخادم والعميل يوفر ثلاثة أنواع رئيسية من المعلومات وهي:

أ – يسمح لك بعرض معلومات عن أي مستخدم على الانترنت وهذه المعلومات يختلف حجمها من مستخدم إلى اخر.

ب – يسمح لك أن تسأل عن المستخدم المتصل حاليا بمضيف HOST محدد على الانترنت

ج – الاتصال بمضيف محدد لجهاز لتقديم معلومات أخرى هامة.

5 – خدمة التقصي أو البحث FINGER SERVICE:

معظم حاسبات الانترنت تقدم خدمة مجانية تسمح لك بالسؤال عن معلومات، عن مستخدم معين وهذه الخدمة تسمى خدمة البحث.

6 – خدمة مجموعات المناقشة USENET:

هذه الكلمة تمثل الحروف الأولى من كلمة NET WORK USERS وهي إحدى موارد

الانترنت والمقصود بها مجموعات المناقشة التي يستطيع مستخدم

الانترنت الدخول إليها وتقديم أي استفسار وطلب أي معلومات يرى المستخدم أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها باقي المجموعة.

7 – خدمة الأرشيف ARCHIVE :تظهر أهمية هذه الخدمة في أنها نظام يساعدك على الوصول إلى الملفات التي تريدها فمثلا لو فرضنا أنك تريد ملفا محددًا أو برنامجا فإنك تستطيع استخدام خادم الأرشيف ARCHIVE SERVER في تحديد المواقع التي تحتوي على هذا الملف وعند الوصول إلى هذه المواقع يمكن استخدام الخدمة F T P في تحميل هذه الملفات.

8 – خدمة المحادثة TALK : تسمح لك بفتح خط اتصال بين حاسبك وحاسب مستخدم آخر للانترنت ومن خلال هذا الخط تستطيع كتابة رسائل له واستقبال رسائل منه ويستمر هذا الاتصال حتى يقوم أحدكما بإغلاق الخط أي أن هناك ثمة حديث معقود بينك وبين المستخدم الاخر من خلال الحاسب.

9 – خدمة الدردشة الجماعية RELAY CHAT : هذه الخدمة أكثر مرونة من الخدمة السابقة حيث تتيح لك التحدث بطريقة مباشرة ON LINE مع مجموعة من الأشخاص في نفس الوقت أي أنك تستطيع من خلال هذه الخدمة المشاركة في محادثة عامة تشمل مجموعة كبيرة من الأشخاص. فالانترنت هو منجم معلومات يحوي على الأقل 40 مليون صفحة حسب احصائيات أجريت منذ عدة سنوات، ومنتديات الحوار تفتح مجالاً رحباً للحرية كالمحقق الكندي الذي أخذ بعض المعطيات من الشبكة وعرضها على مستخدمي منتديات الحوار فاستطاع أن يثبت وجود خطأ طبي في قضية حسمتها المحكمة. (Catherine Joalain et Bertrand Labasse, decembre 1998, 9)

10 – جوفر GOPHER : وهي خدمة تعتمد على عرض قوائم تستطيع من خلالها معالجة أي معلومات واستخدام أي موارد داخل الانترنت وهو يعتمد على الواجهة الجغرافية السهلة المبنية على القوائم والموجودة في جميع المواقع. ويعد جوفر وسيلة قوية وبسيطة وسريعة تؤمن آليا طريقة البحث في شبكة الانترنت واصطياد المعلومات.

11 – خدمة أرشي أو أركي ARCHIE تسمح بالبحث عن الملفات واستخراجها ونقلها للمستخدم وهي الية مفرسة لعملية نقل الملفات F T P ويمكن اعتبار كل من جوفر وأرشي خدمتين متكاملتين.

12 – الوايز WAIS : تمثل هذه الكلمة الحروف الأولى من WAID AREA INFORMATION SERVICE و هي أداة تسمح لك بالبحث خلال كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ودقيقة.

13 – الويب WEB: يؤدي عمل الوايز ولكن بطريقة أكثر مرونة حيث يعتمد على ما يسمى بـ HYPertext في الوصول إلى المعلومات بمعنى أن وضع الفأرة فوق كلمات معينة يؤدي إلى الانتقال إلى شاشات جديدة محتواة.

14 – فهارس الصفحات البيضاء WHITE PAGE DIRECTORIES تسمح لك بالبحث عن مستخدم معين لتبحث عن الاسم وتعطيك عنوانه الإلكتروني الذي يمكنك من الوصول إلى الحاسب الخاص به واسترجاع المعلومات المطلوبة.

15 – المجالات الإلكترونية: تتضمن الانترنت مجموعة متنوعة من المجالات الإلكترونية وبعض هذه المجالات متخصصة في مجالات محددة وبعضها الآخر ذات طابع شعبي أو عام.

16 – القوائم البريدية MALLING LISTS هي نظام مجهز بحيث يسمح بتكوين مجموعات من المستخدمين يمكن إرسال رسائل إليهم واستقبال رسائل منهم متعلقة بموضوع محدد.

17 – لوحة النشر الإلكترونية: عبارة عن مستودع للملفات والرسائل ويكون غالبا مرتبطا بموضوع معين ويمكنك استخدام هذا النظام عن طريق الاتصال بلوحة النشر الخاصة بالوضوع الذي تريده ثم اختيار المطلوب من بين القوائم التي تظهر على الشاشة.

18 – الألعاب GAMES: هي موجودة بالنسبة لكل حاسب شخصي دون الحاجة إلى الانترنت ولكن الألعاب خلال الانترنت تتميز بالتنوع الشديد كما يمكنك اللعب مع شخص بعيد عنك كما هو الحال بالنسبة للعبة الشطرنج. (المرجع نفسه، 212 – 213)

2 – ثورة المعلومات:

نحن نعيش اليوم في عصر التكنولوجيا ولكنها ليست أي تكنولوجيا وإنما هي تكنولوجيا المعلومات بل ثورة المعلومات فالمعلومات تعد حاليا ومستقبلا أساس السبق والريادة وتقاس مدى زعامة البلدان بما لديها من معلومات وبمدى استغلالها لهذه المعلومات،

1.2 – مفهومها: فالعالم بأسره يتسابق على المعلومة وعلى كيفية استخدامها ووضعها في مكانها الصحيح ومن ثم برزت أهمية الكمبيوتر والانترنت كأحد أهم آليات تكنولوجيا المعلومات والتي هي بمثابة المساعد للإنسان في حفظ وترتيب واستدعاء المعلومات وحسن استغلالها؛ وذلك بما لديها من قدرة تقنية على سرعة التعامل مع كل الطبقات الإنسانية كونها تعمل على تسهيل وتبسيط الأعمال. كما أن هذا النوع من التكنولوجيا يعبر كل ما استخدمه وما يمكن أن يستخدمه الإنسان في معالجة المعلومات من أدوات وأجهزة ومعدات وتقنيات المعلومات قديمة قدم اهتمام الإنسان بتسجيل أفكاره وخبراته. والصورة المعاصرة لتقنيات المعلومات فهي تتكون من ثلاثة عناصر أساسية وهي الحاسبات الإلكترونية لقدرتها الهائلة على الاختزان وسرعتها الفائقة في التجهيز والاسترجاع وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى لقدرتها الهائلة على تخطي الحواجز الجغرافية والمصغرات بكل أشكالها من فيلمية وضوئية لقدرتها الهائلة على توفير الحيز اللازم لاختزان الوثائق فضلا عن سهولة التداول والاستنساخ والاسترجاع.

ويمكن تقسيم تقنيات المعلومات إلى ثلاث فئات رئيسية وهي: (إبراهيم الأخرس، 2008، 84)

— تقنيات إنتاج أوعية المعلومات على اختلاف أشكالها.
— تقنيات تجهيز المعلومات واختزانها واسترجاعها.
— تقنيات الاتصالات وتراسل البيانات ومن الممكن إضافة فئة رابعة خاصة بتقنيات إنتاج المعطيات أو المعلومات إلا أن هذه الفئة تخرج عن نطاق دائرة تنظيم المعلومات. (مالك ردمان الدناني، 2003، 41)

وتعد تكنولوجيا المعلومات موجة جديدة وطويلة جوهرها المعرفة ففي هذا العصر سوف يزداد الطلب على العلماء والمتخصصين ويقل الطلب على العمالة التقليدية منخفضة المهارة فمجتمعات المعلومات سوف تتطلب إلى 35% من العلماء و65% من المتمكنين في قطاع الخدمات الذي سوف يزداد دوره فكلما زاد تعقد المجتمع وتنوع أنشطته وتسارع إيقاع أحداثه زادت قدرته على توليد المعلومات وزاد معدل استهلاكه لها وتعتبر ظاهرة انفجار المعلومات صدى لهذا التعقد والتنوع والتسارع ومن ثم فإن المعلومات أساسا وسيلتنا لحل المشاكل وتتميز المعلومات بعدة خصائص منها:

— خاصية التميع والسيولة لأن المعلومات لديها القدرة على التشكل في صورة قوائم وأشكال بيانية ورسوم وأصوات.

— قابلية نقلها عبر مسارات محددة أو بثها على المشاع لم يرغب في استقبالها.
— سهولة النسخ.

— تتميز بالوفرة في حين أراد البعض أن يضعها في قالب حتى تصبح المعلومة سلعة خاضعة للعرض والطلب ومن ثم ظهر للمعلومة أغنيائها وفقراؤها وأباطرتها ولصوصها. كما توجد روافد متعددة لتكنولوجيا المعلومات وهي:

1 — تكنولوجيا الاتصالات.

2 — تكنولوجيا الكمبيوتر.

3 — التحكم الأوتوماتيكي.

4 — البرمجيات.

5 — هندسة المعرفة.

6 — هندسة البرمجيات. (محمد لعقاب، 2003، 92)

2.2 — مخلفاتها: وقد خلفت ثورة المعلومات ما يسمى بمجتمع المعلومات ففي نظرتهم لماهية مجتمع المعلومات اتخذ الباحثون والعلماء عدة طرق بعضها ركز على النواحي الاقتصادية وبعضها الآخر ركز على النواحي التقنية وبعضها اعتمد على مدى استهلاك المعلومات وهكذا. لكن يمكننا تقسيم هذه الطرق إلى نوعين:

— نوع اعتمد على بعد واحد ونوع آخر اعتمد على عدة أبعاد أساسية من النوع الأول نرى بعض العلماء والباحثين قد ركزوا على البناء الاقتصادي واعتبروا أن المجتمع المعلوماتي هو ذلك المجتمع الذي يعتمد على صناعة المعرفة إنتاجا وتوزيعا وتشمل النظام التعليمي والنشاطات الاتصالية ويرى هذا الفريق من العلماء أن الصناعات المعرفية ستمثل النصيب الأوفر من الإنتاجية العامة للمجتمع وهناك من اهتم باستهلاكية المعلومات ومدى الاتفاق عليها لكل بيت وأسرة .

أما بالنسبة للنوع الثاني من الطرق المتبعة في تحديد المجتمع المعلوماتي فهي التي تتعلق باستخدام أبعاد متعددة لتعريف هذا المجتمع على عكس النوع الأول الذي يركز على بُعد واحد سواء كان هذا البعد تقني أم اقتصادي أم ثقافي. (عبد اللطيف ذبيان العوفي، عادل سراج مراد، 1998، 138)

3.2 – خصائص مجتمع المعلومات: تتميز هذه المجتمعات بجملة من الخصائص حددها نك مور Nick More على النحو التالي: (طارق سيد أحمد الخلفي، 2008، 160)

الأولى : إن المعلومات تستخدم كمورد اقتصادي فالمنظمات أو التنظيمات تستخدم المعلومات بازدياد لكي تزيد من فعاليتها وتحفز الابتكار والتجديد ولتزيد من كفاءتها وقدرتها التنافسية من خلال التحسينات في جودة منتجاتها وخدماتها.

الثانية: من الممكن أن نلاحظ استخداما متزايدا للمعلومات بين الجمهور العام فالناس تستخدم المعلومات بكثافة في أنشطتهم كمستهلكين وهم يستخدمون المعلومات كذلك كمواطنين ليمارسوا حقوقهم المدنية ومسؤولياتهم كما أن نظم المعلومات تتطور لتسمح بزيادة ثقة الجمهور إلى المواد التعليمية والثقافية.

الثالثة: نمو قطاع المعلومات داخل الاقتصاد ووظيفته أن يفي بالطلب العام على تسهيلات المعلومات والخدمات وجزء من ذلك القطاع يهتم بالبنية الأساسية التكنولوجية مثل شبكات الاتصالات الدولية والحاسبات وزيادة الحاجة إلى إعادة تنظيم الصناعة المولدة أو المنتجة للمعلومات. أما جورج روتجرس فيصف مجتمع المعلومات من خلال التركيز على ستة معلومات تتمثل في تبادل المعلومات كسلع اقتصادية وأن قوى العمل تتمثل في المعلومات الوفيرة الضخمة، وزيادة الارتباطات المتبادلة بين تكنولوجيا المعلومات والمؤسسات وأن تحل المعرفة العلمية مكانة خاصة وانتشار تكنولوجيا المعلومات عبر المجتمع وتشكل البيئات الاجتماعية من خلال أو بواسطة وسائل الإعلام. (المرجع السابق، 161).

4.2 _ مؤشرات مجتمع المعلومات:

من مجموعة المؤشرات المشتركة التي دعت إليها الأمم المتحدة لنتيح قياس التقدم المحرز في بناء مجتمع المعلومات على المستوى العالمي بحيث تتمكن كل دولة من مراقبة وضعها في عملية البناء.

والمرحلة التي بلغت مع المراحل التي بلغتها الدول الأخرى فمن المعروف أن الدول تختلف من حيث استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما احتياجاتها وتطلعاتها في التحول نحو مجتمع المعلومات وقد وضعت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الأسكوا) المنبثقة من الأمم المتحدة قائمة من المؤشرات الأساسية لمجتمع المعلومات تتضمن فئتين من المؤشرات أولهما مؤشرات تبين البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دولة معينة من خلال عدد الخطوط الهاتفية وكلفة الاتصالات عبر الخطوط الثابتة والمحمولة وعدد مشتركى الانترنت وثاني هذه المؤشرات هي مؤشرات كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تجسد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجالات الحياة المختلفة مثل التعليم والأعمال. ومن جهة أخرى تنقسم المؤشرات الأساسية المفتوحة إلى قسمين الأول يخص المؤشرات الأساسية العالمية التي يجب أن تستخدم على المستوى العالمي والقسم الثاني يتضمن مؤشرات إقليمية تستخدم لقياس مدى تطور ونمو مجتمع المعلومات. (طارق سيد أحمد الخليفي، 2008، 151 – 152)

5.2 – الفرق بين مجتمع المعلومات والمجتمع التقليدي:

ذهب الكثير من العاملين في البيئة الرقمية لمجتمع المعلومات إلى تحديد معالم أساسية للبيئة التحتية التي تشكل جوهر هذا المجتمع الجديد عبر مجموعة من الخصائص التي تميزه عن مجتمعنا التقليدي، وتساهم هذه الخصائص في ترسيخ السمات المميزة للمجتمع الجديد كما أنها تقوم في الوقت نفسه بتوفير المناخ المناسب لسيادة الأنشطة التي تسري في كيانه الرقمي. ولكي تتجلى أماننا الصورة الحقيقية لهذا المجتمع سنحاول مناقشة أهم هذه الخصائص بحيث تتحدد معالمه وتبين لنا طبيعة التربة التي أرسيت فيها ركائزه الجديدة:

1 – انفجار المعرفة: يرى العديد من الباحثين أن المعلومات المنتجة في الحقبة المعاصرة أكثر أهمية مما أنتج في كل تاريخ البشرية، علما أن المعلومات تتزايد بمعدلات كبيرة نتيجة التطورات الحديثة التي يشهدها العالم ونتيجة بزوغ التخصصات الجديدة وتكامل المعارف البشرية ونمو القوى المنتجة والمستهلكة والمستفيدة من المعلومات. ولهذا الانفجار المعرفي مظاهر فقد أحدثت التكنولوجيا تغييرات في واقع الناس اليوم وصارت تتحكم وتتدخل في كل شؤون الحياة حتى أن قوة الدول في المستقبل ستكون رهنا بجودة المعلومات المتاحة لها بعد أن تحول محور الاهتمام من الطاقة إلى المعلومات. (محمد لعقاب، 2003، 77 – 78)

ومن أبرز مظاهر تفجر المعلومات ما يلي: (عبد الباسط محمد عبد الوهاب، 2005، 290 – 291)

– إيجاد المكتبات الرقمية والشبكات فبدلا من أن ترص الملايين من الكتب بطرق عشوائية في أماكن متفرقة ومساحات شاسعة أصبح بالإمكان تخزينها على أقراص ضوئية مع إمكان أن يكون محتوى هذه

الكتب في صورة صوتية أو في شكل صور ثابتة أو فيديو.. إضافة إلى النصوص المكتوبة المعروفة فبدلاً من أن يذهب المستخدم إلى المكتبة تصبح هذه الأخيرة بكل ما فيها من معلومات هي التي تسعى إلى الشخص.

— تجمع خيوط التكنولوجيا في أيدي عدد قليل من الدول أو المؤسسات العملاقة مما أتاح لها ذلك التحكم في صناعة المعلومات وتشغيلها واختزانها واسترجاعها وامتلاكها للقنوات التي تمر عبرها هذه المعلومات.

— أتاحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة للإنسان خدمات عديدة منها قواعد البيانات وبنوك وشبكات المعلومات وكذا شبكة الانترنت.

— زيادة حجم الإنتاج العالمي من الصناعات الالكترونية.

2 — زيادة أهمية المعلومات:

في مجتمع الإعلام والمعلومات المعاصر ازدادت أهمية المعلومات وأصبحت المعلومة تتدخل في كل الأنشطة والصناعات كما تمثل المادة الخام لمواد كبيرة من قطاعات المجتمع المعاصر. ونتيجة لذلك أصبح ينظر للمعلومات كمورد أساسي يمكن أن يباع ويشترى. كما في قواعد البيانات الالكترونية أو في الجرائد والمجلات أو التقارير فامتلاك براءة الاختراع أو معلومات يمكن أن تفوق قيمته قيمة امتلاك مصنع ومن هنا يمكننا القول أن للمعلومات ثروة كبيرة فهي تمثل ثروة في حد ذاتها.

3 — بزوغ المبتكرات التكنولوجية لمعالجة المعلومات: لقد ظهرت في الحقبة المعاصرة مبتكرات جديدة لمعالجة المعلومات أكثر تطوراً من سابقتها وتتمثل أساساً في الكمبيوتر والأقراص المضغوطة.

4 — نمو المجتمعات والمنظمات المعتمدة كلية على المعلومات: يتميز هذا المجتمع أيضاً بظهور منظمات تعتمد كلية على المعلومات مثل مؤسسات الجرائد والبنوك وشركات التأمين. ويلاحظ أن انفجار تضخم هذه المنظمات قد بدأ في الظهور في نفس الوقت الذي شهد بدايات الثورة المعلوماتية المعاصرة وقد أصبحت هذه المنظمات تعتمد على تكنولوجيا المعلومات بعدما كانت تعالج المعلومات يدوياً.

5 — تعدد فئات المتعاملين مع المعلومات: أوجد مجتمع المعلومات المعاصر فئات كبيرة تتعامل مع المعلومات وتشغل بها مثل:

أ — العلماء والفنانون والمصممون وغيرهم ممن يقدرّون على خلق وإنتاج معلومات جديدة.

ب — العاملون في نقل وتوصيل المعلومات والمعارف مثل عمال البريد والإعلاميين.

ج — العاملون في تخزين المعلومات واسترجاعها كمبرمجي الكمبيوتر وأخصائيي المعلومات وأمناء المكتبات.

الفصل الثاني: تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات

د — المهنيون من محامين وأطباء ومحاسبين الذين يقومون بتقديم خبراتهم وحصيلتهم المعلومات التي اكتسبوها لمعاملتهم نظير مقابل مادي.

هـ — المديرون وأصحاب الخبرات التي تشتغل في الأمور المادية والمحاسبية والتخطيطية والتسويقية والإدارية أي الذين يسعون باستخدام المعلومات إلى إيجاد الأنظمة المنتجة ذات الكفاءة مع أقل تكلفة ممكنة.

و — إن أهمية المعلومات لا تقتصر على النقل فقط بل تسهم في عملية اتخاذ القرارات الرشيدة.

6 — الاستغناء عن الورق في تسجيل المعلومات: تزداد بصفة مطردة كميات المعلومات المنتجة على أوعية غير ورقية كالأشرطة والأقراص الممغنطة وأسطوانات الفيديو والأقراص الضوئية وغيرها من الأشكال غير التقليدية. (محمد لعقاب، 2003، 88 – 89).

7 — السعة الاستيعابية المفتوحة: يميل مجتمع المعلومات إلى جعل فضاءه الرقمي إطارا شاملا يستوعب كافة أنشطة الاتصالات الدائرة في بيئته بحيث لا يفتقر أي مستخدم فيه إلى أية أداة اتصال تقع خارج نطاق سلطته التقنية.

8 — السمة المفتوحة: يمتاز الفضاء المعلوماتي بكونه مفتوحا أمام ورود أي مجهز للخدمات الرقمية دون وجود أية محددات وبكلفة منخفضة عند مقارنتها بالكلف المطلوبة لتنفيذ النشاط نفسه على أرض المجتمع التقليدي وتضفي هذه السمة على المجتمع الرقمي خاصية تعدد الاختصاصات في بيئة متنوعة مع توافر فرص كبيرة للاستثمار تقع خارج قدرة المؤسسات الصغيرة.

9 — غياب المركزية :

يميل مجتمع المعلومات إلى إزالة جميع أشكال الامتيازات الفردية التقنية أو التنظيمية من داخل كيانه كي يكون قادرا على التكيف مع متطلبات السمة المفتوحة السائدة في كيانه، ويضمن إغلاق جميع الأبواب أمام نقاط الاختناق التي قد تنتج بسبب وجود سلطة فردية تقع عائقا أمام سريان أنشطته اللامركزية.

10 — السريان الدائم:

يوفر الفضاء المعلوماتي بيئة تسمح للبيانات والكائنات المعلوماتية بالانتقال بين المستخدمين وبين الآلات والأدوات الرقمية المختلفة بصورة دائمة. وتعد سمة السريان الدائم صفة ملازمة لكل من السمة المفتوحة وغياب المركزية حيث تتدفق البيانات والمعلومات بصورة مستمرة في الشبكات الموجودة ضمن مجتمع المعلومات كما يمكن تبادل الخدمات مع مستخدمين آخرين في الشبكة ذاتها أو في شبكات أخرى. فالأتمتة الشاملة لم تكن لتقوم أصلا دون أن يسبقها تطوير وارتقاء العناصر والنظم الفرعية بصورة تسمح بتكاملها في هيئة منظومة متكاملة. (نبيل علي، 1994، 118)

11 — سيادة الصبغة الاقتصادية:

تعد السمة الاقتصادية نتيجة حتمية للبيئة المفتوحة التي يوفرها مجتمع المعلومات بعد أن ألغى الحدود المكانية والزمنية التي تقف عائقا أمام السريان الحر للنشاط الاقتصادي

في المجتمع التقليدي فقد شددت العولمة أزر مجتمع المعلومات بعد أن وفرت له الخلفية المفاهيمية التي زادت من خصوبة بيئته في مجال الاقتصاد. ثم برز مفهوم الاقتصاد العالمي من الاحتكاك ضمن بيئة الانترنت لكي يزيد من تعزيز القدرات الاقتصادية التي يتمتع بها المجتمع الجديد.

12 – تزايد الاهتمام بمسألة الأمن: إن تمييع الحدود المكانية وسيادة الفضاء المفتوح مع غياب المركزية وعدم وجود مرجعية تمسك بزمام أركان السلطة داخل الفضاء المعلوماتي جعل المجتمع أكثر عرضة للتهديدات المعلوماتية التي قد تعصف بالكثير من مركزاته الحيوية. يضاف إلى ذلك وجود ثغرات أمن معلوماتي نتيجة لتنامي الخبرات لدى المستخدمين وتقدم التقنيات الرقمية بسرعة كبيرة تساهم بتعميق المخاطر المحتملة للتهديدات أو الهجمات المعلوماتية. من جهة أخرى فإن السريان الدائم للبيانات والمعلومات من مصادر مجهولة المورد بات يحتم على المقيمين في مجتمع المعلومات تبني معايير أمنية محكمة لضمان عدم تسلل الفيروسات الحاسوبية أو قرصنة المعلومات فيعبرون بها. (حسن مظفر الرزوي، 2007، 247 – 250)

6.2 – مقومات مجتمع المعلومات:

يستند مجتمع المعلومات إلى مجموعة متنوعة من المقومات التي تتألف منها مادته ويرتكز عليها بنيانه الرقمي وتشخص هذه المقومات بوصفها عقبة تقنية واجتماعية على حد سواء أمام الكيانات الاجتماعية التي تصبو إلى الانتقال من المجتمع التقليدي باتجاه مجتمع المعرفة الجديد. بصورة عامة هناك ثلاثة أركان رئيسية يرتكز عليها مجتمع المعلومات وتشكل عناصره الأساسية و تشمل: (المرجع نفسه، 254، 258)

1 – البنية التحتية للمعلومات والاتصالات: تعد البنية التحتية للمعلومات والاتصالات العصب الحيوي الذي ترتكز عليه هيكلية المجتمع الرقمي. لقد تغلغت أدوات الاتصال في المجتمعات المعاصرة في جل القطاعات وجاءت تقنية المعلومات لكي تبسط نفوذها على جميع المعالجات التي تقوم بها على مدخلات المنظومات المجتمعية ومخرجاتها فأضحى نسيج أدواتها معيارا على قدرة المجتمع في ديمومة البقاء ضمن الركب الحضاري الرقمي الذي يهيمن على مجتمعنا المعاصر.

2 – الثقافة والقدرة على التعامل مع التقنية المعلوماتية: يعد كل من عاملي الثقافة المعلوماتية وقدرة المرء على التعامل مع التقنية الرقمية وتسخيرها لتسيير دقة أنشطته على أرض الواقع من الأمور المهمة التي تمهد طريق الوصول إلى مجتمع المعلومات وترسيخ جذوره في تربة الواقع. كما يناظر اصطلاح القدرة على التعامل مع تقنية المعلومات اصطلاح القدرة على القراءة والكتابة الذي يعد فيصلا حاسما بين العلم والجهل. بيد أن معاني هذا الاصطلاح قد اكتسبت دلالات جديدة في ظل متطلبات ممارسة الأنشطة المعلوماتية والقدرة على توظيفها بشكل صائب. ويتطلب هذا الأمر امتلاك مهارات متقدمة تمنح

الفرد إمكانية استثمار الفرص والطاقات التي توفرها تقنيات المعلومات والتي لم تعد مقصورة على الكتابة والقراءة وإنما توسعت دائرتها باتجاه توظيف مستويات الخطاب المختلفة للاتصال مع الآخر وأخذ زمام السيطرة على جملة الآليات والعمليات التي تتطلبها ممارسة الخطاب المعلوماتي الجديد.

3 – المعلومات والمحتوى : إن المجتمع الذي انصبغ بصبغة المعلومات ينبغي أن تتوافر لديه قواعد بيانات ومعلومات قادرة على توفير بيئة مناسبة لتوظيف تقنيات المعلوماتية واستثمار نتائجها على أرض الواقع. وتؤدي شمولية المعلومات ودقتها الموضوعية وامتدادها على بعد زمني مناسب دورا مهما في ترسيخ جدوى توظيفها لأن فقدان أي ميزة منها يعني حصول فجوة بين ما تطرحه المعلومات من معطيات وماهية الواقع الذي تصفه. يضاف إلى ذلك ضرورة توافر محتوى المعلومات بلغة أفراد مجتمع المعلومات لكي يسهل تداول مفرداتها ومعالجتها بأدوات الفكر الذي أنشأ ثقافة استمدت مادتها من تربة الواقع.

4 – الاقتصاد الرقمي – العولمي: إن البنية الاقتصادية التي توفر السلطة للمجتمع وتمنحه فرصة منافسة الغير تتجلى بتأثيراتها الملموسة في تحديد معالم ومقومات المجتمع المعلوماتي، وقد ساهم مجتمع الفضاء المعلوماتي في منح آلة الاقتصاد الرقمي المهيمنة على رقعته المفتوحة مكانيا فرصة العمل كوحدة عولمية يتشابك نسيجها مع نسيج الاقتصاد العولمي ضمن الزمن الحقيقي بعد أن ألغى تأثير القيود الزمنية المضنية. (محمد لعقب، 2003، 65)

إن لتكنولوجيا المعلومات عدة روافد **تكنولوجية** يمثل بعضها الشق المادي hard ware وهي تكنولوجيا عتاد الكمبيوتر computer hard ware والتحكم الأوتوماتيكي automatic control وتكنولوجيا الاتصالات، وهناك الشق الذهني وهي البرمجيات software وهندسة المعرفة knowledge engineering وهندسة البرمجيات software engineering وكلها تلتقي مع بعضها البعض في توليفات ثنائية وفوق ثنائية وما أن تلتقي حتى تندمج وتتصهر في كيان كلي يزداد تماسكا وتشابكا يوما بعد يوم وبهذا المعنى فإن لتكنولوجيا المعلومات جانبين : (ياس خضير البياتي، 2006، 28 – 32)

– الجانب الفكري أو المعرفي :

الذي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط خواص وسلوك المعلومات والقوى التي تتحكم في عمليات تدفق المعلومات وطرق تجهيزها للفحص حتى تكون متاحة ومستخدمة بأقصى درجة من الكفاءة.

– الجانب المادي:

الذي يتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات كالحصول على المعلومات وتحليلها وبنها أو توصيلها مستفيدا بذلك من التقنيات أو الأساليب الفنية في الكتابة والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني والاتصالات السلكية واللاسلكية ومازجا بين الأدوات أو الأجهزة أو الاكتشافات كالحاسبات الالكترونية وأشعة الليزر والألياف الضوئية

والاتصالات الفضائية ثم إلى الوسائل الالكترونية الكاملة. (نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، 2001، 212) وهكذا يمر العالم اليوم بمرحلة تكنولوجية معلوماتية واتصالية تتسم بسملة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا تمتلكها أكثر من وسيلة ويطلق عليها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط، التكنولوجيا التفاعلية، تكنولوجيا الوسائط المهجنة.

إن مفاتيح إدراك المعلومة في عصر المعلومات هي تعامل المجتمع الواعي مع عناصر التقنية العالية: الحوسبة، الاتصالات، الشبكات والوسائط المتعددة ولم يعد تبادل المعلومة في عصر الوسائط مقتصرًا على استقبال المعلومة ذاتها، بل تواصل الأفراد معا بالصوت والصورة وحتى الوجود الافتراضي في ذات البيئة. (ياس خضير البياتي، 2006، 33) وقد استخلص وليام مارتين خمسة معايير لهذا المجتمع من خلال عدة دراسات حول مجتمع المعلومات قام بها باحثون أمريكيون، يابانيون وأوروبيون وهي: (المرجع نفسه، 35)

1 – المعيار التكنولوجي: تصبح تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية ويحدث انتشارا واسعا لتطبيقات المعلومات.

2 – المعيار الاجتماعي: يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة وينتشر وعي الكمبيوتر والمعلومات ويتاح للعامة والخاصة معلومات على مستوى عال من الجودة.

3 – المعيار الاقتصادي: تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة أو مصدر للقيمة المضاعفة ومصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.

4 – المعيار السياسي: تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير وبلورة العملية السياسية وذلك من خلال مشاركة أكبر من قبل الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي.

5 – المعيار الثقافي: الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (فاحترام الملكية الذهنية والحرص على حرمة البيانات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية) وذلك من خلال ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي وصالح الأفراد على حد سواء .

7.2 – تأثيرات مجتمع المعلومات:

إن لعصر المعلومات عموما ولمجتمع المعلومات خصوصا آثاره وتأثيراته الاجتماعية والنفسية والأخلاقية والقانونية وغيرها فسيل المعلومات يؤثر على الانسان وعالمه الروحي ويؤثر على ثقافته الشخصية وسلوكيته، على نمط استهلاكه وإنتاجه فللحاسوب الشخصي آثاره وأبعاده الاجتماعية على الرغم من احتمال استخدامه فرديا فقط ولكن في عالم مفتوح وغير منغلق على ذاته بحكم منطق الأمور في عصر المعلومات وبحكم واقع الحال.

إن المعلوماتية يمكن أن ترفع من الإنتاجية وتزيد فعالية النشاط البشري. إضافة إلى الدور الاجتماعي الشامل الذي يتجسد في تكثيف النمو والتطور الاجتماعي وفي تسريع التنمية. ولإنتشار الحواسيب (أو ما يعرف بظواهر الحوسبة) تأثيرات في مجال التغيير والتغيير الاجتماعي إجمالاً ويبدو ذلك واضحاً على مستوى العمالة والبطالة وظروف العمل، إذ قد تزيد البطالة في المحصلة النهائية وقد تتقلص مرحلياً في الفروع والقطاعات ذات الصلة بالمعلومات.

ومن الآثار النفسية (الإنسانية) للثورة الحاسوبية حدوث ما يعرف بـ " الهزة أو الصدمة التقنية " التكنوسترس. كما أن لعصر المعلومات خصائصه الطبقية (الاجتماعية) إذ أن التكنولوجيا المعلوماتية الجديدة تعمل على إعادة توزيع واكتساب واستثمار المعلومات بين الناس، وتخلق أوضاعاً جديدة بينهم، حسب موقعهم (قربهم أو بعدهم) من تكنولوجيا المعلومات وشبكاتها وقنواتها.

وعلى المستوى الأخلاقي تبرز مسائل جديدة في خصوص حرية الإنسان وصيانة حياته الشخصية وحفاظه على هويته وكيانه وعلى حرية الرأي والضمير في ظروف التحكم الآلي الشامل على مستوى عالمي متزايد يسير نحو أتمتة الفضاء وخلق ما يسمى بـ cyberspace.

ومن الناحية القانونية والأخلاقية تزداد الحاجة إلى حماية معلومات الإنسان بالمعنى الشامل والأعم لمفهوم الحماية، وتتسأ ضرورات كبرى لتحديث وتطوير مفاهيم " حماية حقوق الملكية الفكرية " كما تتسأ جرائم حاسوبية ومظاهر للتخريب المعلوماتي تحتاج إلى حلول واجتهادات قانونية جديدة. وهو ما أنشأ ما يعرف بـ "علم الأخلاق الحاسوبي" و "علم القانون الحاسوبي" أيضاً. (معن النوري، 2001، 62)

(64 -

8.2 - تقييم ثورة المعلومات (إيجابياتها وسلبياتها):

إفرازات إيجابية:

لقد جاءت ثورة المعلومات لتضيف إلى عقل الإنسان قدرات هامة كما أضافت الثورة الصناعية السابقة إلى عضلاته قوة إضافية. ولا تقتصر ثورة المعلومات على التطور الذي طرأ على تقانة المعلومات التي يلعب الحاسوب والأدوات المساعدة له الدور الرئيسي فيها. فقد اقترن بها التطور المصاحب لتقانة الاتصال والتسمية الأدق لوصف التطور المعلوماتي هو مصطلح " المعلوماتية " لأن التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات جعل من الصعب الفصل بينهما فقد جمعهما النظام الرقمي وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال ودخولنا في عهد المعلومات والاتصال يسمى communication computer لهذا فإن كمية المعلومات التي أنتجت في السنوات الأخيرة من القرن العشرين، أكثر من تلك التي أنتجت في خمسة آلاف سنة مضت وأن تطبيقات العلم وتكنولوجيا المعلومات تزيد 14 % كل سنة وتتضاعف باستمرار، وظهرت تقنيات جديدة لإنتاج الثقافة.

حيث تسيطر الثقافة الإلكترونية وهي جاءت من صلب تقنيات المعلومات وأنتجت منتجات ثقافية جديدة مثل الصحف الإلكترونية والكتاب الإلكتروني. (عدنان أبو عرفة، 2006، 153) وفرضت ثورة المعلومات نفسها كأحد خيارات التنمية الشاملة، فحدثت تغيرات في عمل وسائط الاتصال وتحولات كبيرة نشأت عن ثورة المعلومات خصوصا من الناحية التكنولوجية التي تمثل فيها تكنولوجيا المعلومات حلقة مهمة في مسلسل تطور وسائط الاتصال. بعد التلكس، الهاتف، الإذاعة والتلفزيون وقد صاحبها إنشاء شبكات معلومات ضخمة تجمع بين الصورة والصوت والنص المكتوب والمعلومات البيانية. كما ينظر إلى ثورة المعلومات على أنها مجموعة متغيرات أحدثتها تقنية المعلومات وأهم متغيرين فيها: تقنيات الاتصال الحديثة وأجهزة الحاسوب التي تقوم بمعالجتها والتي لا يمكن الفصل بينهما لأن أساسهما تواصل العلم والمعرفة. (عبد المالك ردمان الدناني، 2005، 55 – 56)

كما يرى بعض الباحثون المتفائلون بهذه الثورة أنها تخلق مجتمعا واعدة إذ أن لديه العديد من المزايا والإيجابيات ففي مجال الشغل يرى المدافعون عن هذه الثورة أنها:

- تخلق مناصب شغل لإنتاج الآلات الجديدة .
- كلما توسعت سوق المنتجات الجديدة قل سعرها وازداد الاستهلاك.
- ستظهر نشاطات جديدة استجابة لظهور حاجات جديدة كما يؤكد بعض الباحثين أنها الثورة التي ستمكّن الجميع من الاستفادة منها في كل المجالات سواء تعلق الأمر بالتعليم أو التجارة أو الشغل أو التسلية والترفيه، أو ترقية الديمقراطية والحوار وغيرها من الامتيازات. (محمد لعقاب، 2003، 108 – 109)
- تطور "علم التحكم الآلي" أو "السيبرنتيك" وهي توجه المجتمعات نحو مزيد من الإعلامية والمعلوماتية والحوسبة في صلة باكتساح الاتصالات الإلكترونية. (معن النكري، 2001، 56)

لذلك يجب إيجاد الوسائل الكفيلة بسد هذه الفجوات ولن يتم ذلك من خلال استلاب المعلومات ممن لديهم الكثير منها وإعطائها لمن لا يملكونها لأن ذلك ليس ضروريا في توزيع المعلومات وإنما من خلال البحث عن الطرق التي تتيح لجميع أفراد المجتمع الاقتراب من المخازن الشاسعة المتاحة للمعلومات وتحفيظهم على الاعتراف منها بأقصى ما يستطيعون. وهو ما يستدعي أيضا من الدول النامية مجهودات مخططة حتى تؤتي هذه العملية ثمارها ولا سيما من زاوية تأسيس البنى التحتية للمعلومات وإعداد الكوادر والخبراء اللازمين لعملية نقل المعرفة وتداولها ونشرها بين مختلف الفئات الاجتماعية. (محمد محمد الهادي، 1993، 21)

إفرازات سلبية:

المشكلة الأساسية التي يجب أن نهتم بها فيما يتعلق بالمعلومات هي سوء توزيعها mal distribution أو توزيعها على نحو غير مناسب، (الصادق رايح، 2006، 87) ففي حين يتسم بعض سكان العالم

بزيادة المعلومات يوجد فقر شديد في المعلومات لدى سكان آخرين، ولا يقتصر سوء توزيع المعلومات فيما بين أقاليم العالم أو دوله فقط (حسن عماد مكاوي، 2003، 34) وهو ما يسمى بالشرخ المعلوماتي أو الفجوة المعلوماتية (محمد لعقاب، 2003، 100). وإنما يوجد أيضا داخل كل دولة حيث يمكن أن نلاحظ فجوات عديدة في حجم المعلومات المستخدمة ونوعيتها من جانب الأفراد داخل المجتمع الواحد.

كما تتجمع خيوط تكنولوجيا المعلومات في أيدي عدد قليل من الدول تلك الدول التي تتحكم في صناعة المعلومات وتشغيلها واختزانها واسترجاعها وتمتلك القنوات التي تمر عبرها هذه المعلومات. فقد سخر عدد من الباحثين من المتفائلين بنتائج ثورة المعلومات هذه من أمثال بيل غايتس زعيم مايكروسوفت وأل غور نائب الرئيس الأمريكي بيل كلينتون ووصفهم ساخرين بـ "أنبياء مجتمع المعلومات". (حسن عماد مكاوي، 2003، 34 - 35)

إن مجتمع المعلومات لا يعترف بالتنقسم التقليدي للعالم شمال وجنوب بل يقسمه تقسيما جديدا: من يملك المعلومات ومن لا يملك من يستفيد منها ومن لا يستفيد. والقسم الأول هو الذي يعيش في مجتمع المعلومات هذا والقسم الثاني هو المهمش عنه تهميشا. حتى أنه يمكن القول أن 20 % من الدول مستفيدة من مزايا ثورة المعلومات على المستوى الدولي بينما هناك 80 % تعيش على هامشه. وهي نفس النسبة التي تحكم كل دول العالم وهذا هو ما يسمى أيضا مجتمع العولمة أو مجتمع الثلث الغني. (محمد لعقاب، 2003، 101)

هذه الثورة المعلوماتية تسارع باستمرار من خطى الحياة بحيث تجعل المرء يلهث وراءها وفي نفس الوقت قلصت الوقت للاستمتاع بها. كما أنها قلصت عدد الوظائف المتوفرة فمنذ عام 1978 إلى غاية 1997 (أي خلال 20 سنة) فقد 43 مليون فرد أمريكي وظيفته في أمريكا وحدها. بالإضافة إلى هذا فإن الباحثين يوضحون أن الكمبيوتر سوف يجمد الناس في مقاعدهم وفي بيوتهم لأنه سيغنيهم عن الحركة والتنقل. (المرجع السابق، 107)

إن هذه الثورة تخترق الأسرار العليا الوطنية فقد استباححت حرمان الدول النامية بحيث يمكن القول أنه ليس هناك أسرار عليا لهذه الدول أمام تقنيات ثورة الاتصال من أقمار تجسس أو مراكز تصنت أو شبكات ومحطات إختراق وتوظيف هذه المعلومات والإمكانات الهائلة للتهديد المباشر للأمن الوطني والقومي للدول النامية والتي لا تملك عنه من معلومات سوى ما تبثه وسائل الإعلام مما يشكل ضغوطا واضحة وملموسة على صناعات القرار السياسي لهذه الدول ويفقدتهم أوراق المناورة التي يحتاجونها في عملهم السياسي. (عبد المالك ريمان الدناني، 2005، 61) فالعلاقة المتطورة بيننا وبين الآلات تعزز وتغني حيلتنا ولكنها أيضا تفقرها فالثورة الميكرو الكترونية تقوم بتغيير العديد من الآلات والأجهزة

التي تستعملها كل يوم مثل الراديو والحاسب الآلي وآلات الطباعة، وهي إما أنها تزيد من مسافة البعد بيننا وبين فهمها واستيعابها وإما أنها تسهل التعليم وتحفز على الابتكار والإبداع. (عبد العزيز شرف، 1998، 26)

عموماً يقال أن التكنولوجيا ليست خيراً خالصاً كما أنها ليست شراً صريحاً وكل تكنولوجيا لها ضررها كما أن لها فائدها وأي تكنولوجيا لا تصلح في كل الظروف ولا في كل مجتمع والتكنولوجيا الجديدة في وسائل الاتصال قد تسد نقض التكنولوجيا القديمة ولكن لا يمكن أن تعوضها. وتدفق البيانات بسرعة قضية رئيسية لدى بعض الدول ويعرفها البعض بالبحث الإلكتروني للبيانات والمعلومات عبر الحدود السياسية وتعد هذه القضية من بين القضايا التي ظهرت مع تعقد شبكات الاتصال عن بعد بالانترنت ومن بين القضايا المثارة حول تكنولوجيا الاتصال موضوع السيادة الوطنية للبلدان، ومفهوم التدفق الحر للمعلومات، وحماية القيم والمبادئ والأخلاق والخصوصية الشخصية.

وتكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن أن تقضي تقنياً على معظم أساليب الحياة التقليدية الراهنة كما توجد مسائل غامضة تتعلق بحقوق النسخ والنشر بالانترنت تستدعي وضع قوانين وتشريعات خاصة بحماية التلاعب بحقوق الملكية الفكرية. (عبد الملك ردمان الدناني، 2003، 137)

هذا الإطار الشامل في معالجة مسألة المعلومات بوصفها أساساً ثقافياً تسري فيه المفردات الكونية جميعها، بات يطلق عليه اصطلاح النهج المعلوماتي informationism وهناك مجموعة من العمليات التي تسود هذا النهج المعرفي المستحدث: (حسن مظفر الرزوي، 2007، 58 – 60)

1 – ممارسة فعل الإعلام: هناك توافق كبير بين دلالة المعلومات من جهة وبين الفعل الذي صيغ منه هذا المصطلح "أعلم" فالمعلومات تمتلك القدرة على تلقي، تعديل، تغيير، تبديل، تطوير وزيادة وإزالة وتوليد ونقل وإنشاء ومعالجة المفردات المعلوماتية الكامنة فيها أو المعلومات التي تقع خارج نطاق كينونتها.

2 – ممارسة الإعلام المؤثر:

يوازي المعنى المصاحب لهذا الاصطلاح الفعل الذي يتم من خلاله تحقيق إعلام مؤثر أو إحداث تأثير في الغير بواسطة فعل معلوماتي أو إحداث تغيير لدى الغير بواسطة المعلومات، وتتوسع دائرة المعاني المصاحبة لهذا النوع من الفعل المعلوماتي لتشمل الظهور، أو النشوء أو الحدوث بتأثير كينونة معلوماتية.

3 – الخاصية المعلوماتية informism أو الحالة المعلوماتية informness: تنشأ الحالة المعلوماتية عندما تمارس عمليات التفكير ويترسخ أركان الفهم بظاهرة من الظواهر بواسطة نشاط الإعلام، أو إحدى الوسائل التي توظف أي نمط من آلياته. وتمارس المعلومات خلال هذه الحالة إحدى عمليات نقل أو تغيير ذات الصلة المباشرة أو غير المباشرة بها، بحيث ينشأ عنها فعل إعلام لكائن حي بمعنى آخر فإن

الخاصية المعلوماتية هي عبارة عن جملة من الخصائص التي يتميز بها نمط محدد من عمليات الإدراك التي نمارسها أو تمارس علينا لتوليد فهم للظاهرة.

4 – المعلوماتية informatics: هي تيار مستحدث تمتد سلطته المفاهيمية على مساحة واسعة من الحقول والتطبيقات التي تعد الموارد المعلوماتية الحجر الأساس للأنشطة السائدة في هذه الحقول والميادين، وجاء في هذه الأيام الدور الجديد للمعلوماتية لكي تهيمن وتبسط نفوذها المعرفي على الواقع المعلوماتي – الرقمي بمستويات نظمه جميعها وكياناته وأدواته المعلوماتية. فقد نجحت المعلوماتية في رقمته الواقع وترجمته إلى نبضات رقمية تتشكل عبر ألياف الاتصال التي أحكمت قبضتها على الفضاء المعرفي الجديد الذي نقيم تحت مظلته في عصرنا الراهن. (محمد محمد الهادي، 1989، 33)

5 – الذكاء المعلوماتي: إن معالجة مسألة الذكاء من منظور معلوماتي يجعل منه عبارة عن نسق معرفي يتألف من معلومات أحسن تشكيلها وتنظيمها وتوجيهها بحيث يمكن استثمارها على أرض الواقع في حل المشاكل أو العقبات التي تعترضنا أو في ابتكار آليات جديدة للتعامل مع الواقع.

6 – معنى المعلومات: تختلف محمولات المعلومات في ضوء طبيعة عملية الاتصال التي تنتقل من خلالها المعاني بواسطة العبارات واللغة الطبيعية تصاحبها وسائط مرئية كالصور أو الوسائط المتعددة. لقد أرسى خبير المعلوماتية شانون المفهوم المجرد للمعلومات عندما عدها عبارة عن سيل من النبضات الرقمية التي تقاس كميتها بدلالة المقاييس الرقمية (Bytes (bits). لم يلتفت شانون إلى المعاني التي يحملها سيل المعلومات وتعامل معها بمنطق هندسي صارم فصادر المحتوى لصالح الوصف الكمي لنبضاتها الرقمية. أما في ظل عصر المعلومات وتقنيات المعلوماتية فقد تحولت التدفقات الرقمية إلى كيانات تمتلك هوية معرفية وأضحت تمتلك خصائص نوعية تميزها عند انتقالها في الحزمة المعلوماتية. أما معنى المعلومات فيرتبط بصورة مباشرة بالمحتوى المعلوماتي الذي يعد من محمولات الكيانات المختلفة. وهو كذلك محصلة التفسيرات المعرفية لكائن تسري عليه معالجات معلوماتية أو يرتبط نسيجه بعلاقات مع كيانات أخرى تضيف على كينونته معاني محددة. (حازم البيلاوي، 1983، 223 – 224)

3 – تكنولوجيا الاعلام:

إن التزاوج بين تكنولوجيايات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته إلى جانب تسارع وتيرة معالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها في أوقات قياسية تولدت عنه تكنولوجيا الاعلام أو ما أصبح يسمى في الآونة الأخيرة " بالاعلام الجديد " أو " الاعلام الرقمي " وكل هذه التسميات تدل على أرضية جديدة لهذا الاعلام فهو الاعلام الرقمي DIGITAL MEDIA لوصف بغض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما أو للإشارة إلى أي

الفصل الثاني: تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات

نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر. ويطلق عليه "الإعلام التفاعلي" INTERACTIVE MEDIA طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية الجديدة. (عباس مصطفى الصادق، 2008، 30)

وهو "الإعلام الشبكي الحي مع خطوط الاتصال" ONLINE MEDIA بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات. ويطلق عليه تعبير "الوسائط السيبرونية" CYBER MEDIA وهي تعني العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ - ليس فيزيائيا - شكل المادة ويصف التعبير وسائل التحكم الالكتروني التي حلت محل الأداء البشري ويستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت كما يطلق على الإعلام الذي تسرب إلى معظم دول العالم إن لم نقل جلها - صفة إعلام المعلومات INFO MEDIA للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها. ونجد أيضا تسمية إعلام الوسائط التشعبية HYPERMEDIA لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها وهو أيضا إعلام الوسائط المتعددة MULTIMEDIA لحالة الإدماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.

1.3 - تقسيمات الإعلام الجديد: يمكننا تقسيم هذا الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت ONLINE وتطبيقاتها وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة وهو ينمو بسرعة وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.
 - الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
 - نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
 - الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر OFFLINE ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكية أو بوسائل الحفظ المختلفة، مثل الأسطوانات الضوئية وما يشبهها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.
- في واقع الأمر هذا الإعلام يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل لأنها مازالت في حالة تطور سريع فما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي. (المرجع نفسه، 33)

فتكنولوجيا الإعلام ترتبط بثورة المعلومات بل هي الوجه الآخر لها ولهذا أصبح لثورة المعلومات دور كبير في الترويج للأفكار والمذاهب وصورة الحياة وأنماطها إلى مختلف أنحاء العالم وفي زمن قياسي وبنفقات وجهود ضئيلة. وتكنولوجيا الإعلام تسير معها جنباً إلى جنب أو يتكامل معها التطور الهائل في تقانة المعلومات أو ما يسمى بثورة المعلومات التي تشكل شبكة الاتصال والحواسيب الإلكترونية وتطبيقاتها حجر الأساس فيها، وهي التي ساهمت في بروز ظاهرة العولمة، وتدفع العالم إلى عولمة مختلف مظاهر الحياة الإنسانية، الثقافية، القيم الاجتماعية، وسائل الإعلام.^(عبد المالك ريمان الدناني، 2005، 56 – 57)

2.3 – نتائج ثورة الاتصال والمعلومات: (تيسير أبو عرجة، 2000، 278 – 279)

– استغلال الفضاء في خدمة الاتصال والإعلام من خلال الأقمار الصناعية المنتشرة لهذا الغرض.
– ضخامة المؤسسات التي تعمل في مجال الاستثمار الإعلامي وهي مؤسسات تقوم على الاحتكار والتمدد لتغطي بلدانا عديدة في قارات العالم الخمس.
– اتساع أفاق ومجالات التدريب الإعلامي وزيادة المعاهد والكليات التي تقوم بتدريس الإعلام وفنونه استجابة للطلب المتزايد على العاملين لخدمة صناعة الإعلام والاتصال.
– الزيادة الكبيرة في المراكز المعنية باستطلاعات الرأي العام وقياسه على أسس علمية ومنهجية بعد أن كانت تقتصر على مراكز قليلة جدا في العالم.
– التفاوت الكبير في القدرات والإمكانات الإعلامية بين الدول الكبرى المتقدمة والدول النامية وإتساع الفجوة فيما بينها في الاستهلاك الإعلامي والية إصدار الصحف وامتلاك القنوات والأجهزة والمعدات الإعلامية.
– الاختلال القائم في تدفق المعلومات لصالح الدول المصنعة التي ما تزال مهيمنة بل تزداد سيطرتها وهيمنتها على الإعلام الدولي من خلال نصيبها الكبير في ما تبثه وكالات الأنباء العالمية.
هكذا يمكننا القول بأن الإعلام الذي نعيشه اليوم قد بلغ من التطور أشواطاً بعيدة ووصل أفاقاً واسعة جعلت عصرنا هذا يحمل صفة عصر الإعلام والاتصال والتصقت بهذا المرفق الحيوي الهام صفة الثورة فيقال ثورة الاتصال، ونظراً لما تشكله المعلومات بالنسبة للاتصال باعتبارها مادته المبتوثة أو المنقولة فقد تجسدت هذه الثورة في معالجة المعلومات عن بعد وباستخدام أقمار الاتصال الصناعية مما مكن ملايين الأنباء والبيانات من التدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة، بالصوت والصورة. (عدنان أبو عرفة وآخرون، 2006، 72)

وهو ما جعل البعض يرون أن تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن ثورة تكنولوجيا الاتصال قد سارت على التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانت نتيجة تفجر المعلومات وتضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات وظهور الحاجة إلى تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفق وإتاحته للباحثين عن طريق استحداث أساليب جديدة في تنظيم المعلومات تعتمد بالدرجة الأولى على الكمبيوتر واستخدام تكنولوجيا الاتصال لمساندة مؤسسات المعلومات ودفع خدماتها لتصل عبر القارات. والواقع أن تعريف تكنولوجيا المعلومات ينطوي على معنى هذا التزاوج إذ ينص في إحدى صيغته على أنه اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أو مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر، وبثها باستخدام توليفة من المعلومات الالكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد .

وهكذا فإنه لا يمكن الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات وهو ما نلمسه واضحا في حياتنا اليومية. ومن منظور اتصالي يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال هي مجموع الأدوات والتقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات من خلال الحاسبات الالكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها. ويشهد عالمنا المعاصر حاليا ثورة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعمل على السرعة في الحصول على المعلومات ونشرها بأقصى سرعة ممكنة. (شريف درويش اللبان، 2000، 102 – 103)

تبدو الأفكار والمعلومات في مختلف صورها وأشكالها ترفع منظومة الأحرف الأربعة التي تمنح الإعلام الجديد صفات أربعة نختصرها في الأحرف التالية: P P I I (نسيم خوري، 2005، 411 – 412)

يعني الحرف الأول P / permanant أي دائم فيملاً الإعلام في وسائله المعاصرة الزمان كله ويتخذ هذا الزمان سلطة فائقة في ترسيخه وتيرة محكمة بالسرعة الخيالية.

الحرف الثاني: P/ planétaire أي كونية فالإعلام ظاهرة كونية موجودة في كل مكان في مساحة الفضاء والأرض الواسعين وغيرهما.

أما الحرف الثالث: I/ immédiat أي فوري فيمنح صفة السرعة للزمن الذي نحن فيه وتأخذ تقنيات التحكم السريع وعن بعد أدوارها القصوى.

أما الحرف الرابع: I/ immatériel أي غير محسوس إذ لا يمكن تلمس مصادر هذه القوة أو تحديدها بشكل حسي واضح صحيح، إن وسائل الإعلام قد أزالت الانقطاع بين المثال والواقع بعد أن نزل الإعلام إلى الناس. إلا أن هواجس السلطة ومظاهرها الإعلامية بقيت مسائل غير قابلة للمعالجة والضبط أو التحكم بها بشكل حسي لأنها عالم من الصور والمتخيلات غير المحدودة. (معن النظري، 2001، 42)

فبالرغم من حجم وسرعة التقدم التكنولوجي خلال هذا القرن فيبدو أن العالم قد بدأ يدخل مرحلة جديدة كلياً منذ نهاية الستينات وبداية السبعينات. فنحن نعاصر الآن تغييراً نوعياً في الصحافة والتكنولوجيات المستخدمة فلم يعد الأمر متعلقاً بإنتاج " أكبر " أو " أكثر " ولكنه أصبح يشير إلى شيء آخر فالاستمرار القديم بدأ ينقطع وبدأنا ندخل مرحلة جديدة تماماً مما دفع البعض إلى إطلاق اسم " عصر الانقطاع " على هذه الفترة وهي فترة تتميز بغلبة المعلومات والاتصالات.

3.3 – المستويات المعرفية لكيانات المعلوماتية:

يشمل الفضاء المعلوماتي الجديد كل الكيانات التي تمارس بصورة مباشرة أو غير مباشرة عمليات الإعلام أو يتم الارتقاء بمحتواها عبر عمليات إعلام تمارس عليها من الخارج. وبصورة عامة تنقسم الكيانات المعلوماتية التي تعد مورداً للمعرفة في فضاء المعلومات إلى ثلاثة مستويات رئيسية: (حسن مظفر الرزوز، 2007، 64)

أ – المستوى الأول: البيانات: بصورة عامة يستخدم اصطلاح البيانات data لوصف الكائنات (يطلق اصطلاح الكائن objet في ميدان المعلوماتية على كل مفردة تمتلك هوية تميزها عن بقية الكائنات المقيمة معها من خلال الخصائص النوعية أو الكمية التي تمتلكها فالكتاب كائن والكلمة كائن)، والأرقام والإحصائيات وغيرها وهي التي تصلح للخرن أو المعالجة في البيئة الحاسوبية وعلى هذا الأساس تتألف البيانات السائدة في الفضاء المعلوماتي من أية مفردة معرفية تستخدم في ميادين العلوم المختلفة مهما كانت طبيعة الاستخدام، مع استبعاد طبيعة العلاقات القائمة بينها وبين غيرها من المفردات السائدة في هذا العلم أو ذلك.

ب – المستوى الثاني: المعلومات: استخدم اصطلاح المعلومات information لصياغة حد فاصل بين ركام البيانات التي تنشأ عن جملة الأنشطة البشرية وعملية استثمارها وإحالتها إلى حقائق وبذلك أضحي تعريف المعلومات عبارة عن كل أنواع البيانات التي تم تجميعها بالملاحظة أو المراقبة أو التدوين – مسموعة كانت أم مرئية – وتمتاز بكونها قابلة للمعالجة بتقنيات الحاسوب والآليات المعلوماتية المتاحة فتتحول إلى خطاب يحمل دلالة معرفية قابلة للتفسير والتداول.

ج – المستوى الثالث: المعارف: تمتاز المعرفة بكونها حصيلة عملية تقطير للبيانات والمعلومات لإنتاج قواعد منطقية تصلح للتوظيف في تجاوز عقبات مماثلة أو توليد سلوك ذكي يتسم بالخبرة والحنكة في معالجة المواقف. لذا فإن عملية توصيف المعرفة تشمل: إختزان المفردات واختيار الآليات المناسبة لمعالجة البيانات والمعلومات وفق شبكة العلاقات والقواعد التي تربط بين هذه المفردات. (المرجع السابق، 51) ويمكن إدراج ذلك في الجدول الآتي:

المعرفة	المعلومات	البيانات
معلومات مفيدة وخصبة مستتبطة بواسطة الذهن البشري، تنشأ من عمليات الاستنباط والقياس	بيانات وثيقة الصلة بالموضوع وذات غاية محددة	مشاهدات بسيطة
يصعب هيكلتها	تفتقر إلى آليات تحليلية	تسهل هيكلتها
من الصعب التقاطها بواسطة الآلات وتفتقر إلى معالجات عقلية	تحتاج إلى اتفاق على دلالة معانيها	يسهل التقاطها من الواقع بواسطة الآلات
غالبا ما تكون ضمنية أو صورية	تفتقر إلى وساطة العقل البشري في صياغة دلالة معانيها	تمتاز بقابليتها للتحديد الكمي
يصعب نقلها ما لم تكن قد نشبت عن معرفة ميدانية وخبرة ودراية.	يسهل نقلها وتداولها	يسهل نقلها وتداولها

4.3 – القوانين الحاكمة للكيانات المعلوماتية: تجدر الإشارة إلى أن هناك قوانين حاكمة للكيانات المعلوماتية الجديدة وتميزها عن بقية الكيانات: (المرجع السابق، 19)

أ – القانون الأول: المعلومات قابلة للمشاركة بصورة غير متناهية. إن أهم خاصية للمعلومات كموجودات تكمن في قابليتها للمشاركة بين أي عدد من الأشخاص أو مناطق التجارة والأعمال والمنظمات والمؤسسات من دون وجود أي تلازم منطقي لحصول نقصان في قيمتها بالنسبة لكل الجهات التي تستثمرها كنتيجة لتعدد استخداماتها.

ب – القانون الثاني: تزداد قيمة المعلومات بزيادة حجم استخداماتها. تظهر جل الموارد خاصة انخفاض العوائد بزيادة نسبة الاستخدام، فمكائن الطباعة على سبيل المثال تندثر على أساس كمية الأوراق المطبوعة فيها والطائرات على أساس عدد سنوات تشغيلها. غير أن المعلومات لا تعاني من هذه الظاهرة، لكن تزداد قيمتها كلما زاد حجم استخدامها، أي تظهر خاصية زيادة العوائد بزيادة نسبة الاستخدام.

ج – القانون الثالث: المعلومات قابلة للفساد والفاء شأن بقية أنواع الموجودات الاقتصادية، فإن الموجودات المعلوماتية تكون عرضة للاندثار والفساد أو التلف مع مرور الزمن.

د – القانون الرابع: تزداد قيمة المعلومات بزيادة دقتها. كلما كانت المعلومات أكثر دقة وتعبيراً عن الموضوع الذي تصفه تصبح أكثر فائدة وذات قيمة أعلى.

هـ – القانون الخامس: تزداد قيمة المعلومات عندما تنضم إلى معلومات أخرى بصورة عامة، تزداد قيمة المعلومات عندما يمكن أن تستخدم كأداة للمقارنة أو تنضم إلى معلومات من نوع آخر.

و – القانون السادس: الأكثر ليس من الضروري أن يكون الأفضل عندما تتجاوز كمية المعلومات الحدود المتاحة للعقل البشري فإن الإفراط المعلوماتي سينجم عنه الانهيار سريع في القدرات المتاحة للفهم والاستيعاب.

ز – القانون السابع: المعلومات لا يمكن استنفادها، فمعظم الموارد الأرضية تعد عرضة للنفاذ فكلما ازداد حجم استخدامها نقصت الكمية المتوفرة لديك منها غير أن المعلومات لا تعاني من هذه العقبة نتيجة لظاهرة التوليد الذاتي التي تسود كيانها فكلما ازدادت استخداماتها زاد ما نملكه منها. (المرجع السابق، 53)

5.3 – تأثير التكنولوجيات الجديدة على الصحافة المكتوبة:

إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الراهنة قضت على معظم أساليب الحياة التقليدية وإن شبكات المعلومات والنشرات الإلكترونية وكوابل الألياف البصرية ستعمل على تطوير صناعة الصحافة وتغييرها تغييراً جذرياً لتتحول من صحافة ورقية مطبوعة إلى صيغ رقمية تنتقل عبر الكوابل وخطوط التلفون إلى أجهزة الكمبيوتر المنزلية ليقروها القارئ من خلال شاشة الحاسب الإلكتروني. وفضلاً عن هذا التحديث المتسارع في تكنولوجيا صناعة الصحف سوف تظهر أيضاً أنواع جديدة من تكنولوجيا وسائل الإعلام إذ يمكن من خلال التيليتكست teletext نقل مئات الصفحات من المعلومات في شتى المجالات عبر الأقمار الصناعية أو المحطات التلفزيونية إلى أجهزة المشتركين التلفزيونية أو عرضها على شاشات الكمبيوتر ومن خلال منصات النشرات الإلكترونية وشبكات الكمبيوتر المتصلة ظهرت منتديات الحوار والاتصال على شبكة الانترنت والتي تنتقل كما هائلاً من المعلومات يمكن الحصول عليها ببسر وسهولة وسرعة فائقة. كما اتسع أيضاً نطاق صناعة النشر الإلكتروني وأصبحت تضم ما يعرف بالفيديوتكست والبريد الإلكتروني. فالتطورات التكنولوجية زادت من انشغال الصحفيين حول كيفية عملهم مستقبلاً خاصة مع ظهور البريد الإلكتروني، البث المباشر لمصادر المعلومات التقليدية ومحركات البحث السريعة ومنتديات الحوار فهم ليسوا مجرد أدوات جديدة دخلت قاعات التحرير

ولكنهم أصبحوا وسائل فعالة لمعالجة الخبر وهو ما يمكن اعتباره إعادة النظر في التنظيم التقليدي لمهنة الصحافة على ضوء الوسائط الالكترونية التي تفرض نفسها بقوة. (Benoit Grevisse, 1998,87)

فتكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الجديدة جعلت الصحافة تفقد أهميتها التقليدية إذ أصبح فيض المعلومات الخام متاحا للجميع وأصبح أفراد المجتمع قادرين على مجادلة الصحفيين وتقييد أرائهم بل

ومناقشتهم مما جعلهم يفقدون هيمنتهم على الأخبار والمعلومات. حتى أن وسائل الإعلام استفادت بشكل كبير من ثورة المعلومات حيث أتاحت كما هائلا من المعلومات وجاءت ثورة الاتصالات لتؤكد هذه الفائدة من خلال نقل المعلومات ثم كانت ثورة التكنولوجيا الرقمية التي أتاحت العديد من الإمكانيات من خلال توفر خدمة الإرسال والبث الإذاعي والتلفزيوني دون عوائق. (عبد المالك ردمان النناي، 2003، 58)

لذلك علينا معرفة كيفية استعمال التكنولوجيا لتطوير الإعلام سواء أن كان مكتوبا أم مرئيا أم مسموعا. بما أن الثورة المعلوماتية والتكنولوجية قد أدت إلى وضع الصحافة المعاصرة أمام تحديات جديدة أتاحت لها فرصا لم يسبق لها مثيل سواء ذلك في غزارة مصادر المعلومات أو في سرعة نقلها أو استخدامها وانعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الإعلام الرئيسية الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية. وكذلك خلقت هذه التطورات جمهورا جديدا متميزا يعتمد على الانترنت وشبكات نقل المعلومات الالكترونية في تلقي المعلومات وسارعت بالتالي أجهزة الصحافة العصرية إلى استقطاب هذا الجمهور الجديد عن طريق إضافة شبكة الانترنت إلى وسائلها التقليدية في نقل وتسويق الإنتاج الصحفي.

إن وفرة المعلومات وتدفق الاتصال سوف يسهم في إتاحة المعارف بشكل لم تعرفه البشرية من قبل، حيث أضحت المعلومات وفيرة بشكل لا يمكن لأي متخصص أن يتابع معه ما يستجد في حقل تخصصه حيث لعبت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات دورا في:

- وفرة المعلومات في جميع المجالات وعدم إمكانية احتكارها من قبل الصحافة فقط.
- إتاحة هذه المعلومات لمن يستطيع الوصول إليها تقنيا واقتصاديا وفنيا وثقافيا وخاصة من خلال الانترنت والفضائيات ووكالات الأنباء.
- إن توسع الاتصال وخصوصا عبر شبكات القنوات الفضائية والتلفزيونات والانترنت وربط الكمبيوتر وشاشة التلفزيون ليكونا جهازا واحدا سوف يتيح فيضانا الاتصال إقليميا ودوليا ويعزز التنافس مع الصحافة بشكل كبير.

إن استخدام التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة و إنتاج الصحف أصبح ضرورة وله فوائد من حيث:

- أ — مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام.

- ب – مواجهة عصر المعلومات والاتصالات.
- ج – تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.
- د – الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق.
- هـ – إعادة تخطيط المهام والمسؤوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر.
- و – مواجهة المنافسة بين الصحافة والتلفزيون. (محمد صلاح سالم، 2002، 46)

وبالرغم من المزايا العديدة التي توفرها الوسائل الحديثة للصحافة إلا أن ثمة مشاكل لم تحل بعد مثل سهولة الاتصالات بين الصحف وقواعد المعلومات وسرعتها وقلة خبرة الصحفيين في التعامل مع هذه التقنيات الجديدة وحاجة التعامل مع الملفات الالكترونية لبعض الوقت مقارنة بالملفات المطبوعة وتراجع عنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي بفعل تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام، وإن كان البعض يرد على ذلك بأن التقنية توفر جهد الصحفي ووقته في أداء الأعمال الروتينية. وتراجع دور الصحافة كحارس بوابة تقليدي وكمصدر للأحداث والمعلومات حيث تؤدي التقنيات الحديثة إلى ربط الجمهور بالمصادر الإخبارية الأساسية وهو ما يزيد من ناحية أخرى من دور القوى التجارية في تحديد توجهات المادة الصحفية ومضامينها فضلا عن التعارض بين الإبداعية الموروثة في عملية التصوير وبين التدخلات الرقمية في معالجة الصور وإمكانية استغلالها بشكل غير أخلاقي. (أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، 2005، 471 – 472)

1.5.3 – مراحل استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة في الصحافة المكتوبة:

لقد مرت الصحافة الحديثة بمراحل عدة في استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الالكتروني لتمثل بذلك بداية تحول الصحف إلى استخدام الأنظمة الرقمية وفي نفس الوقت ومنذ حوالي 30 عاما تقريبا دعا فيليب ماير إلى استخدام الكمبيوتر في جمع الأخبار فيما عرف بصحافة التدقيق PRECISION JOURNALISM كوسيلة تساعد في تطبيق أساليب العلوم الاجتماعية والنفسية في التغطية الصحفية.

وحتى منتصف الثمانينات لم يطبق الصحفيون هذه الرؤية بشكل كامل في معالجة قصصهم الصحفية. لأنها كانت تقتضي استخدام أنظمة حاسبات كبيرة ومعقدة. ولكن وبالتدرج بدأت تقنيات معالجة المعلومات القائمة على استخدام الحاسبات الالكترونية تدخل إلى مجال معالجة الأخبار في الصحافة حتى قال البعض أنه لا يوجد اختلاف كبير بين عمل

التدوين الصحفي وعمل العلماء الاجتماعيين فكلاهما يدرس السلوك البشري ويجمع المعلومات ويحللها وينشرها. (محمود علم الدين، 2005، 39)

ومع بداية التسعينات من القرن الماضي بدأت تدخل أجهزة الحاسبات الالكترونية بشكل مكثف إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية وفي بلدان أخرى عديدة حيث بدأ استخدامها في الكتابة والتحرير والصف والجمع الالكتروني وبدأت بعض الصحف تتحول إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الالكترونية. ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج كما بدأت هذه الصحف تحول ملفاتها من القصاصات الورقية إلى الملفات الالكترونية وزادت عمليات التفاعل الالكتروني ما بين قواعد البيانات والمعلومات المتاحة أمام الصحف وتم ربط بنوك المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية كما تصاعد حجم قواعد المعلومات التجارية وتنوعت خدماتها المعلوماتية والصحفية.

وفي التسعينات أيضا ومع تطور وسائل الاتصال وتقنياتها وانخفاض تكلفة أجهزة الحاسبات الالكترونية وتنوع أحجامها، أصبح المندوبون قادرين على الاتصال بال نشرات الالكترونية المحلية والانترنت.

وبفضل التقدم في الاتصالات السلكية والأقمار الصناعية فإن النصوص والصور والمخططات يمكن أن تنتقل بالفاكس من قارة إلى أخرى. كما يمكن الصحف من الطباعة في أكثر من مكان في الوقت نفسه.

وظهر هذا التطور في زيادة القدرة على التخزين الرقمي للصور، والاتجاه الحالي نحو الرقمية الكاملة لكل مراحل الصورة من الكاميرا إلى المسح الضوئي إلى الإنتاج إلى معالجة الصور، حتى يتم عرضها على الشاشة لإضافة للمساحات إليها وإخراجها. كما تزود وكالات الأنباء الكبرى مشتركيها بوسائل استقبال الصور الرقمية فضلا عن إمكانية كتابة وطباعة مقالاتهم وإدخالها مباشرة إلى الحاسبات الالكترونية فالتطورات الحديثة لم تجعل الصحفيين مضطرين للبقاء بصفة دائمة في الصحيفة نفسها وساعدتهم على القيام بأعمال لم يكن بمقدورهم القيام بها من قبل. (شريف درويش اللبان، 2000،

103 – 102)

كما أدت إلى تنوع طرق جمع القصص الصحفية وتحسنت طرق اتصالهم المباشر بالمصادر وتوافرت أمامهم عدة أدوات متخصصة تيسر لهم أداء مهامهم. وبدأ استخدام الحاسبات الالكترونية كأداة للجمع والتقصي عن المعلومات وللوصول إلى الوثائق والتسجيلات وتحليل قواعد البيانات وإن لم تتحول هذه الطريقة إلى أسلوب شائع في كل الصحف نظرا لتباين مجتمعاتها وإمكانياتها.

بدأت الصحافة مع منتصف التسعينات تتطلب مستوى معين من التخصص الفني والصحفي والمعلوماتي وبدأ يتزايد إدراك الصحفيين لأهمية وقيمة الحاسبات الالكترونية والانترنت وقواعد

المعلومات والوسائل التكنولوجية والاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية كصحفيين. وبدأوا يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد وهو ما جعل استخدام الحاسبات الالكترونية في الصحف من أجل جمع المتن وتحليل الإحصائيات وتصميم الصفحات وعرض المخططات شيئا أساسيا.

وقد أفرزت هذه التطورات ظواهر متناقضة في عالم الصحافة سواء ما بين صحف دول معينة وغيرها أو داخل الصحيفة الواحدة، فبينما يقوم الصحفيون الآن بجمع الأخبار وكتابتها وتحليلها وتحريرها باستخدام هذه التقنيات الحديثة وهو ما ينعكس أثره على مضمون وشكل الصحيفة فإن هناك صحفيين آخرين لم يستخدموا هذه التقنيات الحديثة بالمرة أو مازالوا يستخدمونها لأداء مهام تقليدية ويتبعون الوسائل التقليدية نفسها في جمع المادة وحفظها وتحريرها واسترجاعها.

وبدا في الساحة الصحفية و كأن هناك فريقين: فريق يسمى **technojournalists** الذي يجمع أفراده بين مهارات التغطية وأدوات التعامل مع المعلومات الجديدة وتكتيكات إدارة المعلومات وفريق آخر يسمى **tradition journalists** مازال يستخدم الوسائل التقليدية في أداء العمل الصحفي في بيئة تقوم على التكنولوجيا.

فقد صار الإبحار على الشبكة ليس ضروريا لأن برمجيات جديدة تتولى الاضطلاع بهذا العمل نيابة عن المبحر فضلا عن أنها لا توفر له من المعلومات إلا ما يرغب في تقبله منها. ثم إن اللجوء إلى تقنية التزويد المبسط للمعلومات RSS Rich Site Summary أو Really Simple Syndication تغني كل مبحر عن إضاعة وقته في زيارة مواقع استعلامه المفضلة يوميا خاصة عندما لا تكون هناك معلومة جديدة كما هو الحال في أغلب الأحيان. كما أن تقنية لغة التمييز القابلة للإمتداد XML Extended Mark up Langage تتيح لأي مستخدم أن يتلقى يوميا وصلة إخبارية وفق اختياره يؤلفها بنفسه وتكون في شكل عناوين رئيسية headlines مستقاة من قائمة مواقع مختارة في حالة ظهور مواد جديدة على الموقع فقط. ومن الواضح أن هذه الممارسة تمثل بالنسبة إلى الصحفي أفضل طريقة لمتابعة موضوع من مواضيع الساعة أو مجال من مجالات الاختصاص بيقظة واستمرار.

وانطلاقا من المواقع الالكترونية الشخصية المفتوحة سرعان ما غزت تقنية التزويد المبسط للمعلومات RSS وسائل الإعلام التقليدية ذاتها فبعد وسائل الإعلام الأمريكية والإنجليزية واليابانية تبنت le monde، le nouvel observateur، la tribune، وعدد آخر من الصحف هذه التقنية التي توفر للمبحر ربعا مهما للوقت. ويمكن أيضا لهذه التقنية أن تتضمن ملفات متعدد الوسائط (صور ثابتة، فيديو، صوت) وهكذا يستطيع المبحر أن يسجل بالإضافة إلى المعلومة ملفات متعددة الوسائط كلما نشرت بالموقع مادة إخبارية جديدة. (عباس مصطفى صادق، 2008، 211)

وقد أصبحت نسبة تنقل الصحفيون إلى مواقع الحدث تتراجع إذ أصبحوا يتلقون البلاغات الصحفية والتصريحات بواسطة البريد الإلكتروني بل أنهم ينجزون بعض الاستجابات بنفس هذه الوسيلة. ولم يعد الصحفي في حاجة إلى الذهاب مكتبه للاستعلام عن عمله والإطلاع على الوثائق المكتوبة أو تسليم نصه. وهكذا أصبح للصحفي وهو جالس بسيارته أن يجري اتصالاً هاتفياً ويرسل نصوصه ويطلع على أرشيف الأعداد السابقة للجريدة أو ملخصات وكالات الأنباء ويبعث الصور الرقمية التي أنجزها بنفسه وهكذا يتبين كم أن العمل الصحفي عن بعد أصبح يسيراً جداً.

لقد تغيرت معالجة الخبر سواء تعلق الأمر باختفاء قلم الكتابة أو آلة الرقن أو بالتلاؤم الجماعي في تصميم الصفحة. وساهمت الصورة الرقمية في تقليص آجال إعدادها ومعالجتها وإرسالها وجاهزيتها. وأصبح الصحفي مشدوداً إلى حاسوبه الذي يوفر له تقبل برقيات وكالات الأنباء والخدمات التوثيقية بفضل الإنترنت. (محمد نصر مهنا، 2009، 12)

2.5.3 – دخول الإنترنت عالم الصحافة المكتوبة (الاستخدامات الصحفية للإنترنت):

تتعدد أنواع الاستخدامات الصحفية للإنترنت ويمكن إجمالها كالآتي:

- 1 – الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة وبلغات متباينة وفي مجالات متنوعة.
- 2 – الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد.
- 3 – استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.
- 4 – استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي.
- 5 – الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة .
- 6 – تطوير مهارات الصحفيين وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية والانطلاق بها إلى أفق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات. وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة الصحفية واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة.
- 7 – استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده وعناوينه الخاصة واهتماماته وكتبه وقراءاته. حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة مستقلة وأرشيف متحرك.

- 8 – استخدام الانترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة التي تحوي المصادر الصحفية المفضلة له التي تجلب له الأخبار التي يهتم بها ويتابعها كما تساعده على تصميم صحيفته المفضلة بالشكل الذي يروقه، والقيام – نيابة عنه – بمهمة السكرتير الخاص الذي يتولى جمع الأخبار والمعلومات الجديدة والمتنوعة ويصنفها بشكل منظم ومرتب ومتوافق مع ميوله واهتماماته.
- 9 – بناء عالمه الصحفي الخاص الذي يطلع من خلاله الآخرون على شخصيته وميوله وقراءاته واهتماماته وسيرة حياته وكتاباتاته وأرائه ومقالاته وانجازاته وأعماله الصحفية.
- 10 – الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين.
- 11 – الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة مثل أرقام التلفون والعناوين والبريد الالكتروني للمصادر الصحفية من وإلى صحيفته ومصادره من أي مكان وبدون تكلفة تذكر وبطريقة تساعده في الاستفادة المثلى من البيانات المتبادلة بينهما وتوثيقها وتصنيفها.
- 12 – الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية يتبادل معها الخبرات الصحفية في موضوعات شتى وبما يساعد في تطوير مهاراته ومعارفه.
- 13 – الاستفادة من آلاف القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوفرة عن الانترنت التي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليها استكمال مقرراته التعليمية الصحفية على يد العديد من الأساتذة في جامعات متنوعة وصحفيين محترفين من صحف مختلفة بما يعمق معارفه الصحفية ويطورها بشكل دائم.
- 14 – تطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية وطرق إلقاءه بمصادره حيث يمكن عقد مؤتمرات صحفية عن بعد والاتصال بهم عبر البريد الالكتروني وعقد مؤتمرات فيديو ونقاشات جماعية وغرف دردشة والإطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي وعلى أفكار موضوعات صحفية مختلفة والبحث عن زوايا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.
- 15 – استخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية مثل التغطية باستخدام الكمبيوتر التي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد ضخمة للمعلومات بشكل الكتروني عبر جهازه الخاص وتحليلها والكتابة عنها.
- 16 – المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى والإطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وممارستهم وأدائهم.
- 17 – تطوير طرق اتصالية بقرائه وتعميق علاقته بهم عبر الوسائل التفاعلية التي توفرها الانترنت.
- 18 – استخدام البريد الالكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية ولتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية والاشتراك في القوائم البريدية.

19 – إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى جريدته ومصادره من أي مكان وزمان وبدون تكلفة تذكر بطريقة تساعده على الاستفادة من البيانات المتبادلة وتوثيقها وتصنيفها. (ياس خضير البياتي، 2006، 99)

إن دخول المعلوماتية إلى غرف التحرير منذ بداية الثمانينات أثر كثيرا على صناعة الصحف وأساليب الكتابة الصحفية وإمكانية الاستفادة من الطرق السريعة للمعلومات التي تعرض بواسطة الصحافة المكتوبة اليوم لقراءها صحفا الكترونية على شبكة الانترنت وهو ما يشكل من الناحية التقنية تقدما لأن تقنيات الوسائط المتعددة تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات والصور والبيانات الكاملة للنص كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال مميزة لصحيفة بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة وبما يمكن القارئ للوصول إلى المعلومات لإتمام قراءته أو يستطيع الاتصال بكاتب المقال ليطلع على ردود فعله وتعليقاته أو يتواصل مع قارئ آخر لتبادل الآراء.

وإلى جانب هذه الصحف الالكترونية يجد القارئ اليوم على الانترنت أنظمة ذاتية لبث المعلومات والأخبار في حين أن الصحف الالكترونية تحتم على القارئ أن يبحث عن الخبر أو المعلومة بألية الإبحار (بتقنية السحب) تعتمد هذه الأنظمة على غرار الصحافة والتلفزيون التقليديين على نظام أحادي الاتجاه والتسلسل فهي تدفع المعلومات إلى المتلقي (مبدأ الدفع) الذي ما عليه إلا أن يتصل ليتلقى المعلومات أنية تبعا لوقوع الأحداث وتطورها.

3.5.3 – مشكلات استخدام الانترنت صحفيا:

وهكذا يمكننا اختصار مشكلات استخدام الانترنت صحفيا فيما يلي:

– التخلي عن الميدان يتزايد باستمرار فالتكنولوجيا الجديدة بما توفره من تسهيلات للوصول إلى مصادر المعلومات أخذت تبعد أكثر فأكثر الصحفي عن الميدان وهكذا أصبحت الصحافة مهددة في جوهرها ولم يعد الصحفي أول من يكون في موقع الميدان ليصف الأحداث ويستششق الألوان ويسأل الفاعلين والشهود. فالصحفي لم يعد يواجه بنفسه الوقائع دائما وإنما أصبح يعتمد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا.

وقد مكنت الانترنت من جهة أخرى كل فرد أن يصبح منتجا وبتا للمعلومة وبدلك فإن الاحتكار الذي كان ينفرد به أهل المهنة قد حطم.

– قاعات التحرير تتحول تدريجيا إلى فضاءات افتراضية:

إن الصحفيين صاروا لا يلتقون وإمكانية العمل عن بعد وراء ذلك. فقد اختفت الأقسام ومعها أسر التحرير وغابت مقارعة الأفكار بين العاملين والنقاشات حول التوجه التحريري بل أكثر من ذلك إذ أن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة مما أدى إلى تركيز الصلاحيات في أيدي أقلية مسيرة.

— طريقة الكتابة والعنونة: فحتى هذه الأخيرة والنص التوضيحي للصورة والإخراج الفني والاستشهاد بالصورة أو بالرسم قد تغيرت. وأمام ما شهده قطاع السمع المرئي من تفجر وما يفرضه التنقل من محطة إلى أخرى من ضغوط فإنه بات على الصحفي أن يتوخى الإيجاز والسرعة في كتاباته ويكون أكثر قدرة على شد انتباه المستهدفين. فالقارئ لم يعد له متسع من الوقت يخصصه للقراءة وهو ما يحتم التبسيط إلى أقصى الحدود ويتطلب المزيد من الصور والرسوم البيانية البيداغوجية فضلا عن توفير المزيد من الخدمات في الصحيفة وعلى الشاشات التلفزيونية فمصلحة التسويق هي التي تبت في نوع ما يتعين معالجته من ملفات ومواضيع وبيانات الصفحة الأولى والعناوين.

— الاستهانة بأخلاقيات المهنة: إن سرعة تداول المعلومات وإجراءات البث المباشر وطاقت البث والمنافسة الشرسية بين وسائل الإعلام وإجراءات السبق الصحفي كل هذه العوامل من شأنها أن تدفع بالصحفي إلى إنزلاقات في المنحدرات الخطرة للتواكل والتعويل على استنساخ ما يكتبه الآخرون.

— قطاع التكوين: يتعلق بالكفاءات والموارد البشرية ذلك أن العديد من أرباب المؤسسات الصحفية لم يدركوا بعد أن الثورة الحقيقية للمؤسسة تكمن في مواردها البشرية. ومن هذا المنطلق فإن مراجعات هامة وعمليات إعادة تأهيل الصحفيين وتدريبهم وتطوير قدراتهم تنتظر كل مهن الصحافة. فالتكوين والتدريب المستمر والتحسين أصبحت تمثل مسائل جوهرية وحيوية أكثر من أي وقت مضى سواء بالنسبة للأشخاص أو المؤسسات. (أحمد أنور بدر، 2005، 24)

6.3 – تأثير التكنولوجيات الجديدة على الإذاعة والتلفزيون:

1.6.3 – الإذاعة:

مع التطور الذي صاحب الإرسال الإذاعي وتعدد محطات إرساله في جميع أنحاء العالم وتنوع أجهزة استقبال تردداته صاحب ذلك التطور أيضا تقنيات حديثة خاصة مع ظهور وسائل تستطيع توصيل تردداته إلى المستمعين ومن ذلك الراديو الرقمي فهو يتيح للمستمعين صوتا في نقاء البلور، ونوعية صوت القرص المدمج تماما دون تدخل من أي إعلانات تجارية مزعجة ولكي يستفيد الجمهور من هذه الخدمة ما عليه إلا أن يوصل صندوق تجميع بمخرج كابل التلفزيون الخاص بهم.

وهذه الخدمة تقدم لهم بجانب الصوت اختيار نوع الموسيقى التي يفضلونها. وفي السنوات القليلة القادمة ستحل تكنولوجيا الإذاعة الرقمية مكان الراديو التناظري القديم الذي نعرفه، وستصبح مشاكل التشويش التي تسببها الأنفاق والتداخلات الأخرى من أحداث الماضي. فقد صار حاليا متاحا للفرد أن يحمل راديو صغير جدا متعدد الوظائف فهو يستقبل به البث الإذاعي عبر الأقمار الصناعية مباشرة، ويمكن تشغيله بواسطة بطارية أو بالتيار الكهربائي الرئيسي أو الطاقة الشمسية محتويا على شاشة بلورية

صغيرة حيث سيضاهي من حيث جودة البث موجات أف أم . وسينافس في النقاء الصوتي الأسطوانات المدمجة سي دي.

ويعمل نظام البث الإذاعي الرقمي عن طريق إرسال الإشارات الإذاعية من خلال طبق إرسال صغير إلى قمر صناعي ثابت في المدار الجغرافي ويقوم القمر الصناعي بإعادة الإرسال مباشرة إلى ملايين الأجهزة الترانزستور المحمولة. وأخيرا فإن التكنولوجيا الإعلامية الحديثة تمكن الناس من التحكم في الراديو مثل التلفزيون تماما وسيكون الراديو التفاعلي هو الآخر جزءا من خدمات التلفزيون التفاعلي الجديد. (عبد الباسط محمد عبد الوهاب، 2005، 239 – 240) فقد غير تبني البث الرقمي طريقة عمل الصحفيين بالإذاعة بشكل جذري ذلك أنه أصبح بإمكان الصحفيين والمنتجين والمنشطين والتقنيين أن يعملوا بالتوازي على نفس الوثيقة لينتجوا صيغ تركيب متنوعة لمعدة لبرامج مختلفة وهو ما يمكن من ربح الوقت والمردودية بشكل بارز فضلا عن تحرير المقالات التقليدية أصبح بإمكان الصحفيين اليوم أن يشرعوا مباشرة في صناعة مواد سمعية ويحصلوا على أصوات من الخادم المركزي للإذاعة ويجمعوها ويركبوا بأنفسهم ريبورتاجاتهم انطلاقا من حواسيبهم في قاعة التحرير وهو ما يشكل ربحا مهما للوقت يسمح للإذاعة بأن تكون أكثر سرعة في تعاطيها مع الحدث. (حسني محمد نصر، 2003، 42)

2.6.3 – التلفزيون: تستخدم الكمبيوترات حاليا في التلفزيونات لتحويلها لأجهزة ذكية وعندما يصبح التلفزيون ذكيا سيزداد شباها وبدرجة كبيرة من الكمبيوتر الشخصي وسيتاح للناس تحرير رسائلهم وإرسالها عبره بالبريد الإلكتروني والفاكسات وبالإمكان التوصل لشبكات المعلومات وفي النهاية ستختفي الحدود بين الكمبيوتر الشخصي والتلفزيوني. فقد اعتاد الناس على التلفزيون بما هو عليه الآن ومن الصعب تخيله غير ذلك، رغم أن تلفزيون اليوم أخذ في التحول بسرعة نحو تلفزيون الغد التلفزيون التفاعلي الذي يصبحنا نحو آفاق نتخطى فيها مجرد مشاهدة برامج تم إعدادها من قبل حسب خطة زمنية إلى اختيار ما نشاهده وتفاعل معه حسب رغباتنا. وسيكون في المقدم تعديل جدول مواعيد البرامج كي يتلاءم مع مواعيدنا وأذواقنا الشخصية.

كما قدمت لنا التكنولوجيا الحديثة في مجال التلفزيون ما يسمى بالتكنولوجيا الرقمية والتي تتيح لنا مجالات أوسع وأكثر ابتكارا للإنتاج التلفزيوني فبواسطة التكنولوجيا الرقمية يتم تحويل معلومات الصورة التلفزيونية إلى مجموعة من الأرقام الثنائية وبتحويل ذلك يتحقق لنا زيادة سعة الذاكرة والحفاظ على المعلومات من أي تلف وإمكانية التعامل مع المعلومات بدرجة عالية من الكفاءة مع إمكانية التحكم في الصورة من حيث التكبير أو التصغير أو أي جزء فيها بأي سرعة وبأي حجم مطلوب وفي أي اتجاه. ومن الأشياء الجديدة في عالم التلفزيون أنه بالإمكان استقبال الإنترنت على شاشة التلفزيون بدون تزويدها بأي جهاز خارجي وكل ما يحتاجه هو توصيل التلفزيون بخط تليفون أرضي أو محمول وعند شراء التلفزيون يمكن أن نتحصل على لوحة مفاتيح تتصل بالتلفزيون لاسلكيا وذلك باستخدام خاصية

التحكم عن بعد كما أن التلفزيون مزود بذاكرة سعتها 8 ميجابايت لتخزين رسائل البريد الإلكتروني وبعض المعلومات التي قد تهم المستخدم وقد تمكنت من ذلك بعض الشركات الآسيوية. وقد يختفي التلفزيون التقليدي الحالي كما توقع الخبير الإعلامي العربي حمدي قنديل بعد عشرين عاما ويحل مكانه الكمبيوتر وتقنياته المتعددة التي تمكن المشاهد من اختيار ما يريده في الوقت الذي يجب. (المرجع السابق، 244 - 247) ف نجد مثلا التلفزيون التفاعلي، فائق الوضوح مع ظهور شاشات العرض التلفزيونية الجديدة كشاشة البلازما، شاشة الكريستال، شاشة الأبعاد الثلاثة. فيما أن بعض الأجهزة التلفزيونية بإمكانها تلقي خدمات عبر التلنتكست يمكن وصلها بشبكات حواسب وقواعد بيانات. (عباس مصطفى صادق، 2008، 277)

لقد أفرزت تكنولوجيا الاتصال تأثيرات بارزة على العملية الإخبارية برمتها ومست مختلف جوانبها بدءا من جمع المعلومات وتغطيتها إلى معالجتها وعرضها على الجمهور وهذا التأثير يلاحظه حتى المشاهد العادي إذ ما انفكت أساليب العرض والتقديم تتطور بشكل سريع وملفت للانتباه خاصة فيما يتعلق بالنشرات الإخبارية. فالصورة كما يرى البعض " لا تقدم الواقع بحقيقته لكنها شاهد على هذا الواقع وهي ليست الحقيقة ولكنها تمثل جزءا أساسيا من هذه الحقيقة " فقد كانت العمليات الإخبارية في السابق تتم بواسطة الأفلام بدلا من شرائط الفيديو وكانت الأفلام مكلفة نظرا لعدم إمكانية استخدامها لمرّة ثانية إلى جانب ضرورة إعادة الأفلام إلى المحطة لتحميمها وكان ذلك يقلص من وقت التغطية ويؤجل تجميع الأخبار. إلا أن استخدام شرائط الفيديو لاحقا مكن من تجاوز هذه الأزمة ويبدو أن العديد من المحطات التلفزيونية قد توقفت عن استخدام الأفلام كلية في عملية التغطية الإخبارية لصالح كاميرا التصوير الإلكتروني وهناك أنواع من هذه الكاميرات: (محمد شطاح، 2005، 124)

1 - كاميرا أستوديوهات الأخبار.

2 - كاميرا التصوير الخارجي.

3 - كاميرا جمع الأخبار الإلكترونيّة إذ حلت مكان الكاميرات الفيلمية في عمليات تغطية الأخبار.

وحتى في مجال التحرير مكنت التكنولوجيا الحديثة من التغلب على الصعوبات التي ظلت قاعات التحرير تواجهها منذ مدة، فاستخدام الكمبيوتر اليوم واستخدام التجميع الإلكتروني يساعد على تحرير نشرة إخبارية جيدة وواضحة بفضل مساعدة العناصر المرئية. فمقدم النشرة تقلصت متاعبه بفعل استفادة أستوديوهات الأخبار بمعدات في مجال التقديم وفي مقدمتها جهاز *téléprompteur*: الذي يساعد المذيع على قراءة النص الإخباري وتحول بفعله إلى مذيع ربط بين مختلف أجزاء النشرة التي يتولى قراءة تقاريرها باقي الصحفيين المشاركين فيها من قاعة التحرير أو من أماكن التغطية إضافة إلى الديكور الافتراضي والعناصر المرئية والصور التوضيحية التي سهلت من مهام المذيع. فيمكن القول أن التكنولوجيا المرئية الجديدة قد أدت على مستوى تقديم الأخبار إلى تعدد القوى العاملة

أو الفاعلة في تقديم النشرة وأصبحت الحاجة إلى مخرج الأخبار والمنسق التقني أمر في منتهى الأهمية وظهرت تخصصات جديدة في مهنة العمل الصحفي الإخباري مثل le Journaliste Reporteur أو d'Image JRI الذي يقوم بإنجاز التحقيقات التلفزيونية بصفة فردية ودون الاعتماد على أحد.

فبالنسبة إلى الإذاعة والتلفزيون فقد سمح البث والضغط الرقمي بالحد من تكاليف نقل المعلومات وتوفير باقات برامج ذات قيمة مضافة. كما وفر البث الإذاعي الرقمي DAB : Digital Audio Broadcasting للمستمعين جودة صوتية ومناخا مريحا غير مسبوقين ولا سيما أثناء التنقل في السيارة. (المرجع السابق، 126)

وتنقل الإشارة الإذاعية الرقمية أيضا معلومات جديدة مكتوبة أو مصورة إضافة إلى خدمات أخرى وطبعاً فإن ذلك يتطلب نماذج جديدة من أجهزة الاستقبال للاستفادة من هذه الإشارة الصوتية المطورة.

وقد بدأت أسعار هذا الصنف من الأجهزة في الانخفاض بعد الارتفاع الذي شهدته خلال التسعينات وقد أدى بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية على الإنترنت (بحثاً عن تحسين نوعية الصوت والصورة) إلى تحطيم حدود البث الهرتزي بل حتى الفضائي. وهكذا أصبح الآن كل مبحر قادراً على أن تكون له إذاعته أو تلفزيونه الخاص على الشبكة وقد تولد البث الإذاعي على الإنترنت المعتمد على تخزين محتويات إذاعية وسمعية مختارة قصد تمكن المستمع والمشاهد من الإطلاع عليها لاحقاً وفق format MP3 وقد تبنت المحطات الإذاعية المحترفة هذا الشكل الجديد من البث الذي يمكن من تخزين البرامج والاستماع إليها حسب الرغبة. (عباس مصطفى الصادق، 2008، 173)

وساهم التلفزيون الأرضي الرقمي في تخفيض تكاليف البث التلفزيوني الهرتزي الأرضي ما يعادل ثمان مرات حسب نسبة الضغط المعتمد مما مكن من تجاوز الحدود الطبيعية والذبذبات وتوفير باقات من البرامج المشفرة وغير المشفرة. وبالنسبة إلى التلفزيون المحمول على الهواتف المحمولة فإن التجارب الأولى قد بدأت في فرنسا في أكتوبر 2005 بفضل التحالف الذي أقيم بين كل من Nokia و Canal+ و Tower Cast ويمكن المشتركين من استقبال برامج ثلاث عشر قناة من باقة Canal Satellite، إضافة إلى برامج تفاعلية ودليل للبرامج وخدمات فيديو حسب الطلب. (محمد شطاح، 2005، 128)

الفصل الثالث

مصادر المعلومات الإلكترونية

- مصادر المعلومات الإلكترونية والتقليدية.
- مصادر المعلومات الإلكترونية في الوطن العربي.
- مصادر المعلومات الإلكترونية في الجزائر.

تمهيد:

تعتمد وسائل الإعلام على العديد من المصادر لتزويدها بما تحتاجه من المواد الإعلامية التي تنتشرها. وتأتي وكالات الأنباء ضمن مجموعة أهم المصادر التقليدية التي ظلت تعتمد عليها الوسائل الإعلامية لفترة طويلة. ويمكن الملاحظة في الآونة الأخيرة دخول وسائل توزيع حديثة أوصلت المؤسسات الإعلامية مباشرة بالمصدر وتجاوزت من خلالها المصادر التقليدية.

فالمؤسسات الإعلامية تقوم بوظيفة أساسية في المجتمعات المدنية المعاصرة وهي توفير المعلومات لأفراد المجتمع، ولقد بدا في الآونة الأخيرة اهتمام كبير بمصادر الأخبار نظراً لما يشكله المصدر من أهمية في تشكيل المادة الإخبارية.

ولو تطرقنا إلى المصدر لوجدنا أنه يعد أهم عناصر العملية الاتصالية التي حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين؛ كما يعتبر أول عنصر من عناصر العملية الاتصالية المكونة من ثلاث عناصر أساسية مصدر، رسالة، مستقبل. وتبدو أهمية المصدر من كونه العنصر الذي تنشأ من خلاله الرسالة، وهناك العديد من المتغيرات المتعلقة بالمصدر يأتي في مقدمتها المصادقية والدقة.

ويختلف المصدر كعنصر من عناصر العملية الاتصالية طبقاً لمستوى العملية الاتصالية فالمصدر في الاتصال بين اثنين هو الفرد، وفي الاتصال الجماهيري هو المؤسسة الإعلامية. وفي عصر تقنيات الاتصال الحديثة أصبحت الآلة أو الجهاز هي المصدر (على سبيل المثال الكمبيوتر) ونشهد الآن مع تقنيات الاتصال التفاعلية أن المتلقي أصبح نفسه المصدر.

ويفرق الباحثون في الاتصال الإعلامي عادة بين المصدر والمؤسسة الإعلامية فالمصدر طبقاً لما يراه البعض هو شخص، مؤسسة، حزب سياسي، مرشح. يسعى من خلال المؤسسة الإعلامية لإيصال رسالة إلى الجمهور المستهدف.

ومن ناحية أخرى أصبحت الوسيلة نفسها هي المصدر كما قال بذلك **ماكلوهان** مقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" فطريقة تلقي وإدراك الرسالة وتأثير الرسالة الإعلامية يتأثر بشكل كبير بالوسيلة (المصدر) الإعلامية التي يتلقى الفرد عبرها الرسالة.

ولقد مارست المؤسسات الإعلامية (صحف، إذاعة، تلفزيون، وكالات أنباء) ولفترة طويلة دور الوسيط بين المتلقي ومصادر المعلومات فيما عرف بحارس البوابة فالمؤسسة الإعلامية تقوم بالتدخل بحجب المعلومات التي يفترض أن يعرفها العامة وتمرير ما تعتقد أنه يخدم مصالحها.

إن عملية الانتقاء والاختيار التي تمارسها المؤسسات الإعلامية للتحكم بما تعرضه للمتلقين من أخبار أثار الكثير من الأسئلة حول دور الوسيط هذا ونزاهته في خدمة الجمهور. فالمؤسسة الإعلامية في المجتمعات المدنية المعاصرة يفترض أن تعمل لخدمة الجمهور لكن الواقع يشير إلى عكس ذلك. فأصحاب المصالح السياسية ورؤوس الأموال هم الذين يضعون أجندة الوسائل الإعلامية ويتحكمون فيما يصل إلى الجمهور من أخبار ومعلومات من مصادرها المختلفة ، وبذلك أصبحت عملية وصول الجمهور لمصادر الأخبار تتحكم فيها المؤسسة الإعلامية. (محمد بن سعود بن خالد، 2003، 6)

ومع ظهور تقنيات الاتصال الحديثة وانتشارها في العقد الأخير من القرن المنصرم يبدو أن المعادلة تغيرت فقد فرضت تقنيات الاتصال الحديثة واقعا جديدا في مفهوم المصدر كما عرفناه في الأدبيات الإعلامية. واقعا تجاوز من خلاله المتلقي المؤسسة الإعلامية (الوسيط) ووصل مباشرة إلى المصدر. كما أن المصدر نفسه تجاوز المؤسسة الإعلامية (الوسيط) ووصل مباشرة إلى المتلقي. وقد شكلت ظاهرة قنوات توزيع المعلومات الحديثة تحديا لوسائل الإعلام التقليدية لكن الوسائل التقليدية استطاعت استيعاب التقنيات الحديثة واستفادت منها في ترسيخ مكانتها وزيادة انتشارها. (المرجع السابق، 8)

فالفكرة الإخبارية هي أساس العمل التحريري الصحفي اليومي وتظهر مدى قدرة المحرر الصحفي الإبداعية إضافة إلى مدى متابعته للأحداث ولكي نفخم طبيعة الفكرة الصحفية لا بد وأن نعرف المادة الخام الأساسية التي تعالجها الصحافة يوميا وذلك من خلال رصد الممارسات الصحفية اليومية داخل قاعات التحرير ومن نتائج دراسات تحليل مضمون الصحف التي أكدت أن المحرر الصحفي في عمله اليومي يستمد أفكار مادته الصحفية – التي يقوم بعد ذلك بتغطيتها واستكمال معلوماتها ثم تحريرها – من خلال المكونات الأساسية التي تشكل المواد الخام للعمل الإعلامي وللمحتوى الصحفي وهي الأحداث، الأفكار، القضايا أو الإشكاليات ، الآراء، الشخصيات المعروفة وغيرها. (محمود علم الدين، 2009، 129-130)

ويعرف الدكتور فاروق أبو زيد المصادر الإخبارية بأنها الإشارة إلى الأداة التي يحصل من خلالها الصحفي على الخبر الصحفي وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار المسؤولين والشخصيات الرسمية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات التي تزور البلد وغيرها من المصادر الحية. وقد يكون هذا المصدر جمة مثل وكالات الأنباء والوزارات وغيرها. (فاروق أبو زيد، 2000، 90)

1 – مراحل تطور مصادر المعلومات:

مر تطور مصادر المعلومات بثلاث مراحل أساسية هي: (غالب عوض النوايسة، 2009، 30 – 32)

1.1 – المرحلة قبل التقليدية (مرحلة ما قبل الورق):

فقد وجدت المعلومات منذ أن بدأ الإنسان في تسجيل أفكاره ومعارفه، وفيها سجل الإنسان تجاربه وخبراته على أوعية بدائية استطاع أن يطوِّعها لتحقيق أهدافه ومن هذه الأوعية أو المواد:

- جدران الكهوف حيث استخدمها الإنسان لتسجيل أفكاره برسوم بدائية.
- قطع اللحاف (وهي حجارة بيض رقائق).
- العسب (وهو الجزء الأسفل من سعف النخيل).
- الألواح الطينية أو الرقم الطينية (استخدمها السومريون لتسجيل كتاباتهم الخاصة بهم وهي الكتابة المسمارية).
- ورق البردي (وكانت تسمى قراطيس اشتقاق من الكلمة اليونانية Chartes وقد إختراعه المصريون القدماء كمادة صالحة للكتابة استمرت سنين طويلة قبل وبعد الميلاد).

– الرقوق (جلود الحيوانات).

– الشمع.

– أكتاف البعير.

– العاج.

– الحرير.

– عظام الحيوانات.

– ألواح الخشب (يحفر عليها بواسطة آلة مدببة).

– الحجارة والحصى وغيرها من المواد الأخرى.

كما نجد ما ذكرته الكتب الموسوعية من أن شعر العصر الجاهلي و غيرهم من الكتاب كانوا يعلقون أشعارهم و أفكارهم على أسدال الكعبة على أوعية تتفق مع ما تحتوي عليه الأشعار والأفكار. (محمد فتحي عبد الوهاب، 1996، 61)

2.1 – المرحلة التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الورقية المطبوعة):

وهي المرحلة التي اخترع فيها الورق كمادة صالحة للكتابة، وتشير الدراسات التاريخية بأن الصين هي مصدر الكتاب الورقي الأول على اعتبار أن الصين هي أول موطن للورق. ولم تتعزز صناعة الكتاب إلا بعد ظهور الطباعة وشهدت هذه الفترة التي تلت غوتنبورغ تطور هذه الصناعة بشكل كبير ونموها هائلا في عدد عناوين الكتب المطبوعة والجرائد ولازال هذا التطور والنمو مستمران حتى يومنا هذا. وقد أدى ذلك كله إلى

تحويل المطبوعات إلى وسيلة إعلامية جماهيرية بدلا من كونها وسيلة تستخدم في التبشير الديني فحسب حيث عرفت هذه المرحلة أيضا ظهور الدوريات والمخطوطات كمصادر رئيسية للمعلومات.

3.1 – المرحلة غير التقليدية (مرحلة مصادر المعلومات الإلكترونية) : في هذه المرحلة اخترعت مصادر متطورة قادرة على استيعاب ثورة المعلومات وذلك بفضل التطور العلمي وتكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصالات عن بعد، إذ غيرت هذه الوسائل في نقل المعلومات للكثير من أوعية المعلومات التقليدية الورقية. فعرفت الوسائل السمعية والبصرية والمصغرات الفيلمية، واستطاع الإنسان أن يحول المعلومات إلى ثقوب وأشرطة وأسطوانات ممغنطة وأقراص متراسة وقواعد بيانات وشبكات معلومات ومن أشهرها شبكة الانترنت. وكل هذه الوسائل تكفل السيطرة على المعلومات وسرعة استرجاعها واستخدامها بالقدرة وفي الوقت والشكل المناسب لظروف طلبها. (حاتم محمد جرجيس، 1998، 06)

2 – أشكال مصادر المعلومات:

إن العملية الإخبارية هي الكلمة الصحفية المعادلة لكلمة البحث وتعني جمع البيانات والحقائق المتعلقة بالأحداث الجارية والقضايا المعاصرة وبالمعنى الصحفي هي فن ومهارة وصناعة جمع المعلومات للاستخدام الفوري. (حسني محمد نصر، 2003، 92)

إن نوعية المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الصحفيون في الحصول على المعلومات والأخبار هي معيار مرتبط بدرجة فعالية الصحفي وحركته داخل المجتمع وتعبير عن جهوده الذاتية في بناء العلاقات مع المصادر الإخبارية.

لذا ورد في النتاج الفكري أكثر من أساس لتقسيم مصادر المعلومات إلى فئات أو أشكال أو أنواع مختلفة وإن اختلفت وتعددت هذه التقسيمات فإنها في النهاية تتجه إلى هدف واحد هو التعريف بهذه المصادر ومن هذه التقسيمات نجد من قسمها إلى :

– مصادر معلومات حسب الموضوع : فمثلا في قسم الأخبار محلية يوجه صحفيوه إلى مصادر الأخبار المحلية كالوزارات، رئاسة الجمهورية، وفي الأخبار الاقتصادية يتوجه الصحفيون إلى الأبحاث والتقارير الاقتصادية وأسعار العملات وفي قسم الرياضة يعتمد الصحفيون على الأندية الرياضية، اللاعبين والمدربين وأبطال الرياضة وهكذا.

– مصادر معلومات حسب طريقة الإخراج.

– مصادر معلومات حسب بعد المعلومات عن المصدر.

– مصادر معلومات حسب الجودة أو الحداثة. (غالب عوض النوايسة، 2009، 37 – 39)

وهناك من قسمها أيضا إلى:

— مصادر أولية: وهي أول وثائق تنشر من قبل مؤسسات حكومية أو شخصيات رسمية وقد تكون تصريحاً أو تقريراً أو بحثاً لغرض التفسير والكشف عن حدث قديم بحاجة إلى إيضاح للرأي العام.
— مصادر ثانوية: وهي معلومات من مصادر ثانوية استندت إليها المؤسسة الإعلامية لعدم تمكنها من الحصول على معلومات جديدة.

كما يوجد من قسمها إلى مصادر مطبوعة ومصادر وثائقية ومصادر برقية ومصادر مهنية.
(حسين عبد الجبار، 2009، 59)

ويوجد تقسيم آخر صنف مصادر المعلومات الصحفية إلى: (أبو بكر محمد الهوش، 2001، 21)

— مصادر مباشرة وهي تلك التي يستقي منها الصحفي معلوماته مباشرة من مصادر رسمية أو من أشخاص طبيعيين يدلون بتصريحاتهم إزاء مسألة معينة.
— مصادر غير مباشرة: وذلك عندما يستقي الصحفي المعلومة من شخص يكون هو بدوره قد استقى المعلومة من مصدر مباشر.

— مصادر معرفة: عندما يستعمل الصحفي عبارات تدل مباشرة على مصدره سواء كان شخصا طبيعياً أو معنوياً.

— مصادر غير معرفة: عندما يستعمل الصحفي عبارات عامة متحاشياً ذكر مصدره.

— الإشاعات: وهي الأخبار غير المؤكدة التي يلجأ إليها الصحفي في غياب مصادر رسمية تثبت أو (Belkacemi Mohand Said, 2008,44_45) تنفي هذه الأخبار.

وقد تبنت الطالبة التقسيم التالي على اعتبار أنه الأكثر شمولاً لأغلب اجتهادات باحثي ومفكري الإعلام والاتصال لوضع تصنيف موحد لمصادر المعلومات الإعلامية فالهدف من هذا التقسيم هو التعرف على المصادر المعلوماتية والإخبارية الأكثر شيوعاً في الأوساط الإعلامية:

1.2 — مصادر المعلومات التقليدية:

1— الصحفي نفسه:

فأينما يكون الصحفي عليه تشغيل نواميس الاستشعار الصحفية سواء عند حديثه مع الأصدقاء والجيران وغيرهم أو من خلال مروره مثلاً على أحد المناطق وهو مسافر فالصحفي يربط بين ما يراه وما يسمعه وبين هموم المجتمع، على اعتبار أن واجبه الأول هو الاهتمام بالشؤون العامة كلها. فالصحفي عليه أن يتدرب على التطلع الجيد إلى كل شخص والتعمق في كل أمر من الأمور التي يبحثها أو يراها أو يسمعها. لأن هذا التعمق يفتح له الأبواب المغلقة وراء الأخبار ويكشف النقاب عن

أمر يصلح بعضها لتطويره إلى موضوع صحفي صالح للنشر وجدير بأن يستمتع به الجمهور. (جلال الدين الحماصي، 1965 ، 142)

كما يجب على الصحفي أن يكون موهوبا في فن مخاطبة الناس وفي القدرة على إقامة الصداقات الجديدة والعلاقات المتنوعة وكسب ثقة مصادره إضافة إلى موهبة الأسلوب الصحفي الذي يمكنه من صياغة الخبر بحيث يضمنه أكبر عدد من المعلومات في أقل عدد من الكلمات (فاروق أبو زيد، 2000، 107)

فضلا عن الإقدام وحب المغامرة وخوض التجارب فالصحافة هي مهنة التعب والعرق وأمامها تزول الأخطار، والصحفي الناجح لا يمل البحث وراء المجهول سعيا لتقديم كل ما هو جديد للقارئ فهو دائم الترحال والسفر أو على الأقل على استعداد لذلك. (هربرت سترنز، ترجمة: سميرة أبو سيف، 1999، 53)

كما يتوجب على الصحفي أن يكون محبا لغيره لأن هذا الشعور هو الذي يدفعه إلى مساعدة الآخرين وتخفيف آلامهم والوقوف إلى جانبهم ما داموا على حق. هذا عن الصفات الطبيعية أما الصفات المكتسبة فأهمها الدراسة والتسلح بالعلم فالموهبة وحدها لا تكفي ولا بد في عصر التخصص الدقيق أن يكون الصحفي على دراية بالمحال الذي تخصص فيه، بحيث تمكنه ثقافته العامة والمتخصصة من مناقشة مصادره الإخبارية بدلا من أن يتحول إلى مجرد مستمع وهو ما يخول له القدرة على التعامل مع التقنيات الجديدة من شبكات المعلومات والحاسبات الآلية والكاميرات الرقمية. (مرعي مذكور، 2002، 12)

2 – خدمات الطوارئ: فكثير من الأخبار ترد عبر أحد المصادر التالية:

– أقسام الشرطة ودوائر الأمن المختلفة

– المطافئ والحماية المدنية

– الإسعاف والمستشفيات

– حرس الحدود والموانئ لذلك على الصحفي تأسيس علاقة منتظمة مع هذه الجهات وعناصر منها بما يضمن له الحصول على الأخبار والمعلومات مباشرة.

3 – المصادر الشخصية: فالصحفي الجيد يجب أن يرتبط بشبكة من الاتصالات الشخصية ومن عوامل تطوير وصيانة هذه الشبكة ما يلي:

– أجنحة الهواتف الخاصة به عليه أن ينيها يوما بعد يوم ويحاول أن يضمنها الأرقام الخاصة وأرقام الهواتف المنزلية والنقالة. فكلما اتسعت شبكة العلاقات كلما زاد الوارد من الأخبار، فهي تضم سياسيين ومسؤولين وأفراد عائلاتهم ومنظمات حكومية وغير حكومية ومديري مكاتب المسؤولين وموظفين في المؤسسات المهمة.

فالكثيرين من مصلحتهم تسريب الأخبار التي قد تكون صحيحة لأسباب عده منها إشباع الرغبة في الشعور بالأهمية، الانتقام لمظالم شخصية تعرضوا لها، الإيمان بحق المجتمع في معرفة ما يقولون أو الدعاية لأفكارهم ونشاطهم السياسي. كالشخص الذي يتولى وظيفة عامة أو حكومية وتأتي المادة الإخبارية على لسانه ويصرح بها للصحيفة أو للمندوب الصحفي الذي يقتصر دوره هنا على النقل (عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي، 1989، 169) وفي المقابل هناك بعض المصادر تخلق أخبارا غير صحيحة بالمرّة وقد تستخدم الصحافة في إعلانها لتحقيق أغراض شخصية أو سياسية أو تجارية ما. فالعلاقة بين الصحفي والمصدر عامل من عوامل توجيه الأخبار لأن هذه العلاقة تقوم أساسا بين طرفين متناقضين أحدهما وهو المصدر صاحب القرار أو المعلومة، يريد الاحتفاظ أحيانا بسرية المعلومات أو توصيلها إلى الناس بشكل معين والطرف الثاني وهو الصحفي الذي يريد الوصول إلى الحقيقة، كل الحقيقة وأن ينشرها كما هي. (المرجع السابق، 104)

تتأثر العلاقة بين الصحفيين ومصادر الأخبار والمعلومات بعوامل عديدة قد تختلف من مجتمع إلى آخر وقد حدد هذه العلاقة كل من جيبير وجونسون من خلال ثلاثة مستويات أساسية:

- المستوى الأول: وهو الذي يعبر عن حالة الاستقلال الكامل بين النظم الاجتماعية المختلفة ومنها الصحافة الحرة فلا يوجد هناك تأثير للمصادر على الصحفي ويتسم تدفق المعلومات في هذه الحالة من المصدر إلى القائم بالاتصال أو الإعلامي بكونه رسميا بدرجة كبيرة.
- المستوى الثاني: وهو الاعتماد المتبادل بين المصدر والصحفي حيث تتدفق بعض الأطر المرجعية لكليهما ويشاركان في بعض الأهداف من العملية الاتصالية وقد يشتركان معا في بعض الأدوار أو القيم التي تفرزها الأدوار أو المسؤوليات. فالصحفي قد يحتاج إلى أخبار أو موضوعات لمجرد النشر والمصدر يقدمها له لإرضائه حيث يتفقان في الكثير من القيم والأفكار.
- المستوى الثالث: يمثل علاقة التبعية أو الاعتماد الكامل على المصدر وبالتالي تتم سيطرة المصدر على القائم بالاتصال. ويشير هذا المستوى إلى قوة المصدر حيث تتم عملية الإمداد بالأخبار بوصفها وظيفة يومية أو دورية للصحافة فقط وهنا تحدث حالة التوحد في الأهداف بين وسائل الإعلام والسلطة كما هو معروف في المجتمعات السلطوية.

وهذه العلاقة في المستويات الثلاث (الاستقلال، الاعتماد المتبادل والتوحد أو التبعية) بين المصدر والصحفي تعكس تأثيرات المصدر في اتجاهات الصحفي نحو المحتوى أو مضمون المادة الإعلامية. (أشرف فهمي خوخة، 2007، 64-65)

وبالتالي فإن العلاقات الطيبة مع المصادر هي استثمار للمستقبل فمع مرور الوقت تنتسج دائرة المعارف من حيث العدد والتنوع وعندئذ تتدفق الأفكار والموضوعات في هدوء ويسر (ليونارد راي نيل، رون تيلور، 1990، 92).

ويمكننا إرجاع نجاح المصادر في إحتواء الصحفيين إلى عدد من العوامل هي:

أولاً: إلى الحقيقة القائلة بأن الصحفيين يميلون إلى تبني القيم الخاصة بالمصدر كإطار مرجعي لهم. ثانياً: إلى المحاولة المستمرة للصحفيين إلى تجنب الصراع وميلهم لقبول قيمة الإجماع من أجل الصالح العام.

ثالثاً: فإن الصحفيين في موقعهم أقرب إلى المصادر منهم إلى زملائهم أو قرائهم. (سعيد محمد السيد، 1988، 45)

4 - شهود العيان: هم أشخاص عاديون تصادف أن شهدوا أحداثاً غير عادية فالمصدر أولاً وأخيراً هو قد يكون شخصاً لديه معلومات يحتاجها الصحفي من أجل قصة إخبارية أو من أجل خلفية لقصة إخبارية. (ميلفين ميتشر، 1998، 145) فشاهد العيان يتمتع بمصداقية عالية لدى الجمهور لأنه جزء منه فهو يقدم رواية فورية لما جرى ويجب توخي الحذر في التعامل معهم لأنهم غالباً ما تسيطر عليهم الصدمة النفسية، الرغبة في الظهور، ربما تصفية حسابات شخصية أو المخاوف من التورط في القضية. لذا يتوجب على الصحفي التعامل بحيطه مع ما يقوله شاهد العيان وأن لا يعتمد على رواية واحدة، كما يتوجب على الصحفي أن يشرح للجمهور أين كان الشاهد بالضبط وما علاقته بما جرى وأن يتذكر تسجيل أسمائهم وأرقام هواتفهم فقد يحتاج إلى المزيد من التفاصيل.

5- وكالات الأنباء: هي مؤسسات تتخصص في جمع وتوزيع الأخبار على المشتركين في الخدمة مقابل اشتراك مالي محدد عادة ما كان يتم توصيل أخبار تلك الوكالات عبر البرقيات وحالياً فإن معظمها يبث أخباره عبر الأقمار الصناعية أو الانترنت إلى غرف الأخبار مباشرة. تعمل هذه المؤسسات في خدمة وسائل الإعلام أي أنها تقدم خدماتها للمحترفين وليس للجمهور مما يزيد من المعايير المهنية على أدائها. وهكذا أصبح بإمكان الصحيفة تلقي الأخبار الخارجية عن طريق الاشتراك بوكالات الأنباء الأجنبية وكذلك تلقي الأخبار الداخلية عن طريق الاشتراك بوكالة أو وكالات الأنباء العالمية. (المرجع السابق، 23)

كما أن تعاون الوكالات المحلية مع الوكالات العالمية أمكن إيجاد نوع من التيسير للحصول على الخبر من مصدره مع تأكيدته بمصادر أخرى متنوعة حتى أننا نرى الوكالات العالمية والمحلية تتفق على خبر معين يشغل بال الرأي العام. (شفيق محمود عيد اللطيف، 1994، 32).

6- أجنده الأحداث المتوقعة: أو كما يسمى "ملف الأحداث المقبلة" فهو مستودع المذكرات والرسائل والبرامج والبلاغات المتعلقة بأحداث مقبلة وغالباً ما يغطي في بعض الصحف أحداثاً لثلاثة أشهر تالية فقد أصبح من السهل الإعداد المسبق لأجندة بالأحداث المتوقعة أو المقررة وتوفر تلك الأجنده أداة مثالية

للتخطيط وتجنب المفاجآت فهي تقدم قائمة أولية بالأخبار قبل بداية اليوم أو وقوع أي أحداث وهي تحتاج إلى تأسيس بنية أساسية عبر:

— المعلومات الواردة من الاتصالات الشخصية.

— المعلومات الواردة من المراسلين الميدانيين وفي المناطق النائية.

— المعلومات التي ترد في الصحف وعلى الانترنت أو عبر البيانات الرسمية.

— توفير قائمة بالتواريخ المهمة مثل الذكرى السنوية لحدث مهم و يمكن استعراض مدى التغيير بعد مرور (؟) سنة على حدوثه.

7 — أرشيف المعلومات:

وهو كل ما يتم جمعه في ملفات سواء كانت تضم:

— وثائق مهمة حكومية أو غير حكومية.

— الدوريات، الكتب، النشرات والمجلات (عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي، 1989، 170)

— في الإذاعة والتلفزيون يضم الأرشيف الأشرطة أو التسجيلات التي قد تكون من إنتاج المؤسسة نفسها أو تم شراؤها لغرض الإنتاج البرامجي. وهي وثائق مهمة خاصة إذا كانت تكشف عن وقائع مجهولة وهامة في الوقت نفسه، فقد تغير هذه الوثائق كثيرا من المعلومات الراسخة على أنها حقائق في حين أنها عكس ذلك تماما. (مرعي مذكور، 2002، 42)

8 — الأحداث السابقة:

من المهم عدم نسيان الموضوعات ذات التأثير الكبير في الجمهور لمجرد مرور فترة زمنية على حدوثها، مثل متابعة تنفيذ خطة إسكان متضررين من زلزال حدث خلال الشهر الماضي. فهذه التقنية تضيف بعدا أخلاقيا للعمل الصحفي لأنها تثبت بان العمل الصحفي ليس فقط ملاً فراغ لكنه يسعى لتحقيق تحسن حقيقي لمستوى المعيشة وبالتالي تزيد من مصداقية الوسيلة لدى الجمهور. والكاتب الصحفي الذي يربط بين أحداث اليوم والأحداث القريبة والبعيدة يستطيع أن يضمن موضوعا صحفيا ناجحا. (جلال الدين الحمامصي، 1965، 152)

9 — المنافسون:

متابعة أخبار وتحركات المؤسسات الإعلامية الأخرى في المنطقة نفسها توفر مصدرا مهما للأفكار والأخبار وربما يتمكن الصحفي من تغطية حدث قام المنافسون بتغطيته لكن أغفلوا زاوية من زوايا يعتبرها الجمهور مهمة.

10 — المقابلات الصحفية:

المقابلة هي إحدى الوسائل الأساسية للحصول على المعلومات في وسائل الإعلام كلها فالهدف النهائي من أي مقابلة هو نيل معلومات تصنع أخبارا ولا يتحقق ذلك الهدف إلا بالإعداد الجيد عبر ما يلي:

— اختيار الضيف المناسب.

– إتباع أسلوب المقابلة المناسب مع طبيعة الخبر.

– إجراء البحث المعلوماتي اللازم.

– صياغة الأسئلة بحرص حيث يجب تجنب الأسئلة الموجبة كما يجب الاستماع بحرص إلى إجابات الضيف.

11 – البيانات الصحفية: تعتمد الشركات والمؤسسات الكبرى والمنظمات الدولية إلى إصدار بيانات للنشر الصحفي تضم الرواية الصحفية التي ترغب الجهة التي أصدرت البيان في أن تصل إلى الجمهور تقوم هذه الجهات بإرسال بياناتها بصورة دورية عبر البريد العادي إلى المؤسسات الصحفية. توفر هذه البيانات مادة سهلة للصحفيين الكسالى هذا لا يعني أنه يتوجب على الصحفي تجاهل هذه البيانات ولكن عليه نشر الحجج الخبرية الرئيسية في البيان منسوبة إلى مصدرها .

12 – المؤتمرات الصحفية: المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات العامة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين محل الدراسة أو مناقشة قضية تهم الرأي العام. والمؤتمرات الصحفية يقدمها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء أو الزعماء حين تكون حاجة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام. (فاروق أبو زيد، 2000، 113) المؤتمرات الصحفية مثلها مثل البيانات الصحفية هي معلومات يراد نشرها، الفرق أن المؤتمرات الصحفية تفتح المجال لطرح الأسئلة وعلى الصحفي أن يكون إنتقائيا أي أن لا يحضر كل المؤتمرات بل عليه أن يختار ما يعتقد أنه يقدم معلومات جديدة أو فرصة حقيقة لطرح الأسئلة فيمكن للصحفي أن يجعل من المؤتمر مصدرا حقيقيا للأخبار خاصة إن تمكن من طرح سؤال يغير مجرى الحديث ويخلق خبرا حقيقيا. (كارول ريتش، 2006، 124)

13 – القصصات الصحفية: يعتمد عليها بشكل أساسي في المؤسسات الصحفية المختلفة ويتم الحصول عليها من الصحيفة نفسها أو من الصحف والمجلات الأخرى المحلية والخارجية، من الكتب والنشرات ومطبوعات الهيئات المختلفة. فالصحيفة هي المصدر الأول لهذه القصصات ولذلك تؤخذ قصاصة لكل مادة تحريرية في هذه الصحف وفي حالات كثيرة تؤخذ نسخ من القصاصة الواحدة لتحفظ كل نسخة في ملف موضوع معين إضافة إلى الكتب التي السنوية التي تصدرها المؤسسات والدول عن مختلف أوجه النشاط فيها خلال العام وتزخر بمعلومات وبيانات قيمة ولها أهميتها الكبرى بالنسبة للعمل الصحفي.

14 – الصور: إن كثيرا من الصور تعادل المئات من الكلمات والعبارات المكتوبة والمطبوعة فهي معبرة عن الموقف المطلوب تركز الضوء عليه صحفيا بشكل يكاد يكون أبلغ وأفعل من الكلمة المكتوبة.

وهي تضيف على الخبر أو التعليق أو التحقيق الصحفي أو المقال صفة الحضور والمعاشية. بالإضافة إلى أنها ثروة فنية ومادية ذات قيمة متزايدة وتحصل المؤسسات الصحفية على الصور من مصادر مختلفة في مقدمتها:

- الصور التي ترد إلى المؤسسة عن طريق الاشتراك في الوكالات المتخصصة.
 - الصور التي يلتقطها مصور المؤسسة الصحفية في المناسبات المختلفة.
 - الصور التي تلتقطها المؤسسة من الأفراد أو من الهيئات المختلفة لأكثر من سبب.
 - الصور التي يمكن أن تحصل عليها المؤسسة عن طريق التبادل مع المؤسسات الإعلامية الأخرى.
- 15 — الصحف المحلية والأجنبية :

في كثير من الأحيان تنفرد بعض الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها عنها الصحف الأخرى أو توسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة فقد تنشر موقفا سياسيا عبرت عنه افتتاحية صحيفة أو مجلة الحزب أو الدولة أو الهيئة التي تنطق هذه الصحيفة أو المجلة باسمها. (ميلفن ميتشر، 1998، 25) و على هذا الأساس فإن الصحف والمجلات تعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار ولكن على مستويين:

المستوى الأول: نقل الأخبار أو التصريحات الهامة مع نسبها إلى الصحيفة التي انفردت بنشرها.
المستوى الثاني: متابعة واستكمال الخبر الذي انفردت به إحدى الصحف لتقديم معلومات جديدة تضاف إلى الخبر الأول. (فاروق أبو زيد، 2000، 111)

16 — الإذاعات المحلية والأجنبية:

تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدرا هاما من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة إلى الإشراف الحكومي حيث تعبر الإذاعة عن التوجهات الرسمية للدولة. ولأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الصحف الكبرى بإنشاء " قسم الاستماع " الذي يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جدا لاستقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم. (المرجع السابق، 110) ويستفيد قسم الأخبار من " قسم الاستماع " في الأفراد أحيانا بأخبار هامة وفي إغناء الأخبار ومعرفة وجهات النظر والمواقف المتعددة من الحدث الواحد الأمر الذي يمكن المحرر من تقديم قطعة خبرية موسعة وشاملة. (ميلفن ميتشر، 1998، 24)

وتخضع المادة الملتقطة عن طريق الإذاعة لإعادة صياغة تناسب القارئ بدلا من المستمع على أن تذكر الصحيفة المصدر الذي استقت منه هذه المواد. ويجب توضيح أن الصحافة مصدر رئيسي للإذاعة كما أن الإذاعة أيضا واحدة من المصادر المهمة للصحيفة. (مرعي منكور، 2002، 62)

وهكذا يمكننا تقسيم أماكن تواجد المعلومات الصحفية كالآتي:

- 1 — المحيط السياسي: نجد فيه المنتخبين، الإدارات الحكومية، مجلدات القوانين والأنظمة.

- 2 – المحيط العسكري: بكل إدارته من شرطة، درك، جيش.
- 3 – المحيط القضائي: بما في ذلك من تقارير قضائية، العدالة والمحامين وغيرهم.
- 4 – المحيط الاقتصادي والاجتماعي: إن الجزء الكبير من الانشغالات الجماعية موجودة داخل المجتمع وضمن جماعته المختلفة، وهي مركزة على العمل والإنتاج واستغلال الثروات.
- 5 – المحيط الخدماتي: بما أن هذه الخدمات مقدمة للمواطن بالدرجة الأولى فهي من أهم مصادر المعلومات لأن اغلب القطاعات الخدماتية يحدث فيها يوميا أحداث تنصدر الصفحات الأولى في الجرائد كمشاكل النقل، الأوبئة، مشاكل البيئة الحادة.
- 6 – المحيط الثقافي الترفيهي: لأن منتجي البرامج الترفيهية والثقافية دوما يبحثون عن أقلام صحفية تواكب ما يقومون به.
- 7 – المحيط الجمعي: بالرغم من أن هناك العديد من الجمعيات التي لا تملك المعدات الكافية لتحقيق أهدافها إلا أنها تعد في الكثير من الأحيان مصدرا لا يستهان به من المعلومات.
(Yves agnes Said hammachi, 2008, 69_79)

2.2 – المواد السمعية والبصرية:

- وهي عبارة عن كافة المواد والوسائل والأوعية والأجهزة التي قد تستخدم في التعامل والتعبير عن المعلومات وتعتمد بشكل رئيسي على السمع والبصر أو كليهما معا في إدراك هذه المعلومات. ويطلق عليها تسميات عديدة منها المواد غير المطبوعة، الأوعية أو الوسائط المتعددة. ونستطيع أن
- نقسم هذه المصادر إلى أربعة أنواع أساسية تمثل مختلف أنواع مصادر المعلومات اللاورقية باستثناء الوسائل المحوسبة وهي كالآتي:
- 1 – المصادر المسموعة كالنسجيلات والأشرطة الصوتية الخاصة بالمقابلات واللقاءات الصحفية وخطب وتسجيلات الشخصيات المهمة .
 - 2 – المصادر المرئية كالصور والرسومات بمختلف أنواعها والخرائط الطبيعية والتاريخية والعسكرية.
 - 3 – المصادر السمع – مرئية: كالأفلام المتحركة الوثائقية والعلمية.
 - 4 – المصغرات فهناك المصغرات العلمية (الميكرو فيلم) والمصغرات البطاقية (المايكرو فيش) التي تضم وثائق تاريخية أو مقالات مفيدة. (غالب عوض النوايسة، 2009، 23)

3.2 – مصادر المعلومات الإلكترونية:

1.3.2 – الإنترنت:

لم يكن لدى مكتشفي ولا مطوري الانترنت منذ أول ظهور لها في عقد الستينات من القرن الماضي، أن يتوقعوا تطور تطبيقات الانترنت إلى ما هي عليه الآن. كما هو الحال لكل وسائل الإعلام الأخرى فدوافع مخترعي ومطوري التلفزيون كانت من أجل استخدامه في التعليم ولم يتصوروا أن يطور استخدامه ليصبح وسيلة الترفيه الأولى في جميع المجتمعات البشرية الآن. كما كان الحال كذلك مع الأقمار الصناعية فأهداف مطوريها الأساسية كانت لأغراض الاتصالات العسكرية إلا أنها تعددت وتنوعت في الوقت الراهن.

لذلك فإن الانترنت كوسيلة اتصال نمت وتطورت بسرعة مذهلة خالفت كل توقعات مخترعيها وأصبحت في فترة وجيزة أما ليس فقط لوسائل الاتصال وإنما لوسائل الإعلام أيضا. وأصبحت هي التلفون، التلفزيون والصحيفة بالنسبة للفرد العادي. كما أنها أيضا وسيلة للترفيه والحصول على المعلومات. (أنطوان ايريس، 2001، 72)

وكمصدر للمعلومات أوصلت الانترنت الفرد العادي بمصادر المعلومات المختلفة بحيث أصبح الفرد بشكل أو بآخر يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بحرية وسهولة. وفرضت الانترنت واقعا جديدا كوسيلة توزيع من أهم سماته رخص تكلفة التوزيع وتجاوز أطر الزمان والجغرافيا سواء في آليات نشر المعلومات والأخبار أو توزيعها وظروف تعرض القارئ للمواضيع المختلفة من خلالها. (فاروق سيد حسين، 1999، 59) كما أن الانترنت أتاحت الفرصة لكل من الأفراد والمؤسسات في نقل الآراء والمعلومات بحرية كاملة متجاوزة كثيرا من أنظمة وقوانين النشر التي كانت تخضعها الدول أو المستثمرين في مجال النشر على وسائل الإعلام فأصبح عالم النشر أكثر ديمقراطية.

يمكن النظر للانترنت كمصدر للمعلومات من ناحيتين: (محمد بن سعود بن خالد، 2003، 10 – 11)

الأولى: مصدر للمعلومات الإخبارية بالنسبة للفرد العادي.

الثانية: مصدر للمعلومات بالنسبة للمؤسسات الإعلامية.

1.1.3.2 – الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد العادي:

تأخذ الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية للفرد العادي سبعة أشكال هي كما يلي:

1 – الوصول إلى مواقع وسائل الإعلام التقليدية التي لها مواقع على الانترنت مثل مواقع الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية والإذاعية مثل صحيفة واشنطن بوست، قناة الجزيرة وإذاعة البي بي سي.

- 2 – استخدام الكمبيوتر للقيام بعملية اختيار الأخبار للفرد عبر المواقع المتعددة على الشبكة.
- 3 – بروز الصحف الإلكترونية كشكل من أشكال الصحافة الحديثة والتي ليس لها طبعات ورقية ولها قراء لا يستهان بعددهم وأصبحت بعض وسائل الإعلام التقليدية تنقل عن تلك الصحف بعض المواضيع التي تنشرها. (حسنين شفيق، 2008، 55)
- 4 – ظهر كذلك ما يسمى بـ " إذاعات الانترنت " وأصبح في متناول الفرد العادي إمكانية القيام بإنشاء إذاعة خاصة به على شبكة الانترنت بتكلفة زهيدة وبحرية نشر كاملة مثل إذاعة صوت العراق. كذلك فإن القنوات التلفزيونية استجابت لهذا التطور فأصبح من الممكن أن يتم مشاهدة أغلب القنوات التلفزيونية من خلال شبكة الانترنت مع وجود خاصية اختيار المواضيع وال فقرات المناسبة التي سبق وإن قامت تلك القنوات ببثها خلال البث الاعتيادي وكذلك الحصول على النصوص الكاملة لبعض البرامج. (عباس مصطفى صادق، 2008، 59)
- 5 – برزت المنتديات الحوارية على شبكة الانترنت كمصدر إعلامي جديد أفرزته طبيعة التقنية الاتصالية التفاعلية للانترنت، فأصبح في مقدور أي جماعة أو فرد أو منظمة إنشاء أو إدارة منتدى إعلامي تفاعلي يتم فيه طرح القضايا والآراء والأخبار حول الدول ومواقفها السياسية وطرح المواضيع الدينية والاجتماعية والاقتصادية.. الخ من المواضيع التي يرغب كل فرد في نشرها باستخدام أسماء وهمية (كودية) في أكثر الأحوال.
- وهكذا أصبحت هذه المنتديات منابر إعلامية ومصدر من مصادر المعلومات والأخبار الحديثة التي لها جمهور عريض من مستخدمي الشبكة. حيث كان السبق الإعلامي في كثير من الأخبار المحلية وشجعت كثيرا من الوسائل التقليدية على طرح مواضيع كانت تعتبر في يوم من الأيام في حكم المحظور تناولها في تلك الوسائل. (عبد القادر رزيق المخادمي، 2006، 151)
- 6 – كذلك أظهرت تقنية الانترنت مصدرا جديدا من مصادر المعلومات هو المجموعات البريدية، التي أتاحت للمشاركين بها نشر وتوزيع المعلومات والأخبار ذات الاهتمام بطريقة سريعة، مع العلم أن بعض تلك المجموعات تتيح الفرصة للباحثين عن المعلومات من الاستفادة من تلك الرسائل والأخبار العالمية التي تحتويها تلك المجموعات. كما أن البريد الإلكتروني يستخدم كوسيلة توزيع .
- 7 – بنوك المعلومات الدولية كأحد أهم مصادر المعلومات على مستوى العالم حيث يوجد أكثر من بنك معلومات يحتوي على آلاف الملايين من السجلات تغطي جميع المواضيع التي تهتم وسائل الإعلام ليس على مستوى الأخبار فقط ولكن على مستوى المواضيع الأخرى التي من الممكن استخدامها كمعلومات وبحوث تهتم القراء من جميع المجالات. (المرجع السابق، 61-64)

2.1.3.2 – الانترنت كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية:

استفادت جميع قطاعات العمل الإعلامي من تقنيات المعلومات الحديثة وبالأخص الصحف في الجوانب الإخبارية. وتظهر هذه الاستفادة بشكل واضح في عمليات سرعة نقل المعلومات وتقنيات الحفظ. فقد حل مسجل الصوت محل القلم والورقة بالنسبة للمحررين والمراسلين العاملين في الصحف. وكيف أن الاتصالات اللاسلكية حلت محل الاتصال السلكي في مثل الجوال وهواتف الأقمار الصناعية. كما أن التقنيات الحديثة ستساعد الصحفي على بناء قصته الإخبارية وإضافة الصور والجرافيك لها لحظة كتابته لها دون الحاجة للاستعانة بالأقسام الفنية للقيام بمثل هذه الأعمال له.

ففي بعض الحالات تكون المقابلة عبر البريد الإلكتروني مع المصدر الإخباري هي الوسيلة الوحيدة للحصول على أقوال المصدر ويتميز البريد الإلكتروني كمصدر للحصول على الأخبار في أنه يمنح المصدر الوقت الكافي للتفكير بالرد ويعفى المحرر من تدوين الملاحظات والدقة في الاقتباسات. أما عيوبه فتتمثل في عدم الفورية في المقابلة وغياب أسئلة الاستفسار والمتابعة لما يقوله المصدر. (حسني نصر، سناء عبد الرحمن، 2003، 115)

ففي الصحافة التقليدية يجمع الصحفيون الأخبار من أي مصدر متاح بما في ذلك تقارير وكالات الأنباء، تقارير الشرطة، الأخبار الرياضية والمؤتمرات واللقاءات والأحاديث العامة والشخصية كما أنهم يجرون المقابلات ويقومون بالأبحاث لخلفية موضوعاتهم، ويأخذون الصور الضرورية ثم يكتبون موضوعاتهم. وإذا ما تسنى لهم فإنهم يتابعون ما كتبوا بالإضافة والتحليل. أما صحفيو اليوم فإنهم يجدون سهولة في التعامل مع قواعد البيانات على سبيل المثال وقدرتهم على استخدام أدوات التحقق من المعلومات من المصادر المختلفة على الانترنت والتي ما كانت متوفرة في الماضي. فالأمر الذي يجب أن ينشغل به صحفي اليوم هو الربط بين الصورة والنص والفيديو والصوت فهذه الصحافة تعمل على نقل الفرد من الجمهور من حالة المشاهد إلى المشارك ومن الشعور بالقهر من المعلومات التي تصلهم إلى الشعور بالقوة من هذه المعلومات.

إضافة إلى المدونات التي ساهمت هي الأخرى في إمداد الإعلاميين بكمّ ضخم من المعارف والمعلومات المهمة فالمدونات عبارة عن كراسات رقمية مباشرة قد تكون شخصية أو جماعية، عامة أو خاصة تقترح محتويات نصية، صوتية، تصويرية أو حتى مقاطع فيديو.

تتفرد الانترنت بخاصية أساسية تجعل منها أداة محورية في توسيع فضاء حركية الأفراد (ولو افتراضيا) وتجاوز العقبات التقنية للوصول إلى المعلومات. فهي أداة لخلق مرجعيات ثقافية جديدة إذ تمنح بعض الجماعات والأفراد إمكانية استثمار فضاءات عمومية لتطرح بها دلالات جديدة غنية وتجديدية، وخير مثال على ذلك النمو المتسارع حديثا

لظاهرة "المدونات الشخصية" (الشبكات الاجتماعية) كنتيجة للقاء والتناغم بين التكنولوجيات الرقمية من ناحية والمجتمعات التي تمنح الفرد مكانة مركزية من ناحية ثانية. (الصادق رابح، 2001، 86)

فقد أتاحت هذه المدونات للصحفيين العديد من الوسائط الإعلامية الجديدة التي ساهمت بشكل أو بآخر في تزايد مصادر المعلومات وحسب تقرير نشرته شبكة الصحافة العربية في 2009⁶ تم التطرق لهذه الشبكات بشيء من التفصيل كالآتي:

1 – التويتر Twitter:

وهو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات محدثة تعرف باسم " تويتس " بطول 140 حرف كحد أقصى. وقد ارتفع نجاح وشعبية هذه الأداة الشبكية الإلكترونية كالصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر استخداما بعد فيسبوك ومايسبيس. وعموما يمكن القول أنها خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو ماذا تفعل الآن؟

وبوصفه أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية ينطوي التويتر على طاقات كبيرة مع أن التوصل إلى معرفة الطريقة المثلى لاستخدام التدوين المصغر للأغراض الصحفية قد يغدو عملية معقدة بعض الشيء، فعند التركيز على طاقاته الكامنة يبدو التويتر أداة مثلى لأولئك الذين يشهدون حدثا إخباريا جديرا بالنقل (في 140 حرف أو أقل) وإرسال صورة له.

وقد برهن التويتر على أنه المصدر الأمثل لنقل الأخبار ساعة وقوعها في مطلع عام 2009 عندما كان أحد مستخدميهم أول من ينقل مع صورة مرسله حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأمريكية على سطح نهر الهدسون يوم 18 جانفي.

ويوفر التويتر للعاملين في مجال صحافة المواطنين الناشئة حول العالم جمهورا في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر ويمكنهم حتى من تحقيق سبق صحفي على وسائل الإعلام الكبرى. ولم تتأخر منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تايمز أو شبكة السي أن أن CNN في استعمال التويتر واستخدامه لمتابعة الإتجاهات وتطور الأخبار وإرسال التحديثات الإخبارية الآنية والعناوين الرئيسية إلى متابعيها، وتفخر صفحة التويتر في صحيفة النيويورك تايمز بامتلاك ما يزيد عن 200000 متابع. وعندما لا يستعمل التويتر لتنمية الأخبار ساعة وقوعها أو لتطوير أفكار لأخبار جديدة ومثيرة يمكن له أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة

المقابلات الصحفية. فإذا لم تحضر في بالهم أسئلة مثيرة للإهتمام أو ذات صلة فبمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم في شبكة التويتر، فالقراء قد يكونوا أكثر اهتماما في قراءة المقابلات التي تجيب مباشرة على تلك الأسئلة التي يتوقون إلى طرحها، ويسهل تويتز كذلك المقابلات العامة واستطلاعات

رابط التقرير: <http://www.arabpressnetwork.org/articlesv2.php?id=3321&lang=ar>⁶

الرأي ذلك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالاً كتحديث سريع ثم ينتظر الإجابات الواردة من متابعين ومستخدمين آخرين يتصادف وجودهم على الشبكة.

2 – الفيسبوك Facebook:

هو موقع لشبكة اجتماعية في الانترنت تتيح للمستخدمين إنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية وشبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة مع مستخدمين آخرين والكتابة على جدران أصدقائهم وإنشاء مجموعات والانتساب إليها ونشر الأحداث والتسجيل كمعجبين ومحبين لأي شيء يمكن تصوره، ضمن قائمة طويلة لإمكانيات أخرى. ومن بين المزايا الأخرى لشبكة الفيسبوك أدوات الصور والملاحظات التي تمكن المستخدمين من إنشاء محفظات مشتركة لصورهم والاحتفاظ بمدونة شخصية مفتوحة على المستخدمين الآخرين.

في المقدور استخدام الملامح الشخصية المعروضة على الفيسبوك كمرتكزات للقفز إلى مواد صحفية، فعندما يكون لشخصية بارزة ما ملامح عامة فإنه يمكن متابعة ملاحظاته وتعليقاته وصوره وما يضيفه من بيانات حديثة حول وضعه، وإذا كان المستخدم صريحاً حول قضايا شخصية في موقعه الخاص فيمكن عندها التقاط معلومات حيوية. كما أن في إمكان الصحفي الذي يتابع مواقع فردية بعينها أن يختار كذلك إرسال رسالة شخصية لصاحبها كاتصال أولي إذا كانت المعلومات المعروضة حديثاً لا تخدمه بالشيء الكثير.

تتيح شبكة الفيسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملائهم حول العالم، أنشأ بات و بيل ميتشل مجموعة على شبكة الفيسبوك باسم " الصحفيون والفيسبوك " عندما أدركوا أنهم صادفوا صحفيين كتار من أماكن نائية ومختلفة. بخلاف أدوات الاتصال بشبكة الحاسبات التي تعمل في زمن حقيقي لا تعمل شبكة الفيسبوك الاجتماعية في مجال الأخبار الجديدة غير أنها تتفح مع ذلك كواسطة للوصول إلى مصادر المعلومات حول أشخاص ضالعين في أحداث جديدة بأن تكون مادة إخبارية. كما هو الحال في مجزرة معهد البولنتكنيك الجامعي في ولاية فرجينيا الأمريكية التي وقعت صباح 16 أبريل 2007 وأسفرت عن مصرع 27 طالب وطالبة وستة من أعضاء المعهد. وفي أعقاب عملية إطلاق النار شكلت شبكة الفيسبوك مصدر معلومات حول الأحداث وحول الضحايا بشكل أكثر تحديداً، ودخل الصحفيون إلى الشبكة واطلعوا على ملامح الضحايا وأصدقائهم لمعرفة المزيد حول القتلى الذين قتلوا في تلك المأساة.

إضافة إلى الإضراب الجماهيري الذي شنه عمال النسيج في مصر يوم 6 أبريل 2008 والذي لقي رواجاً إعلامياً وسط مجموعة من مجموعات الفيسبوك، وغالباً ما يعود إلى الموقع الفضل في حشد معظم الدعم الذي حظي به الإضراب وفي زيادة عدد المشاركين فيه، كما أن شبكة الفيسبوك برهنت

عقب الإضراب على أنها ذات نفع للصحفيين الباحثين عن معلومات حول منظمي الإضراب وما ترتب عليه من تداعيات.

3 – ماييسبيس My Space :

هو موقع الكتروني لشبكة اجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والإنضمام إلى مجموعات وتقسام الصور وأشرطة الفيديو. وفي مقدور مستخدمي شبكة ماييسبيس تكليف صفحاتهم وفق خيارتهم الخاصة باستعمال نظام لغة تأشير النص الفائق مما يمثل خدمة متميزة لا تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى.

وتمكن هذه الشبكة الصحفيين من الحصول على المعلومات حول الأشخاص الذين يكتبون عنهم بمراجعة صفحاتهم على شبكة ماييسبيس. هذه الأخيرة التي يمكن أن تكون موقعا جيدا للحصول على أفكار لنصوص تثير الاهتمام وللبحث في مقالات حول الموسيقيين فبما أن ماييسبيس يتيح للموسيقيين تخزين ملفات صوتية ذات امتداد أم بي تري في موقعهم كي يمكن الاستماع إلى عزفها، يحتفظ الكثير من الفنانين والموسيقيين بصفحات مفصلة في ماييسبيس تتضمن عادة سيرا ذاتية كاملة وقوائم بجولاتهم الفنية ومدوناتهم الخاصة. وبذلك يتوجب على الصحفيين المختصين في مواضيع التسلية أن يراجعوا مواقع الفرق الموسيقية في شبكة ماييسبيس بصورة متعمقة عندما يكتبون عن تلك الفرق.

على الرغم من أن شبكة ماييسبيس لم ينشأ في الواقع لمتابعة الأخبار ساعة وقوعها لأنه لا يعمل في الزمن الحقيقي مثل أدوات أخرى للاتصال بشبكة الحاسبات، إلا أنها أدت دورا في بضعة أحداث إخبارية كوسيلة للتنقيب عن المعلومات حول أشخاص مثيرين للاهتمام.

ومن بين القصص الإخبارية الرئيسية التي أدت فيها ماييسبيس وظيفة بالنسبة للمراسلين كانت خلال مجزرة معهد البولتكنيك الجامعي في ولاية فرجينيا الأمريكية يوم 16 افريل 2007 فقد تكلف مراسلان من صحيفة كولجيان تايم التي يصدرها المعهد الجامعي المذكور بمهمة التنقيب في موقع الشبكة الاجتماعية عن أية معلومة لها علاقة بعملية إطلاق النار. وكنتيجة للمعلومات التي عثر عليها في شبكة ماييسبيس وللمعلومات الملتقطة من مصادر أخرى كانت الصحيفة الجامعية الصغيرة أول من ينشر قائمة بأسماء الضحايا عند الساعة الرابعة من فجر اليوم اللاحق على المأساة. وفي هذه الحالة أتاحت ماييسبيس لمطبوعة صغيرة أن تتفوق على منظمات إخبارية كبرى في حلبة النشر. (عباس مصطفى صادق، 2008، 131)

فضلا عن المنتديات والقوائم البريدية التي زادت من الكم المعلوماتي المتدفق إلى المؤسسات الإعلامية فالمنتديات هي فضاءات للحوار مؤقتة أو دائمة فهي مؤقتة عندما يطلب زائر مؤقت من الآخرين إعطاء آرائهم حول موضوع معين على موقع انترنت وهي دائمة عندما تكون هذه المنتديات محتواة في خادم كما هو الحال بالنسبة لـ ياهو ، قوقل، سكايب.

إن الفائدة من هذه المنتديات هي أن الصحفي بحسب الموضوع الذي يبحث عنه يمكنه أن يتعرف في أخبار الجماعات و على الاهتمامات الجماعية التي تسري في التنظيمات الافتراضية. أما القوائم البريدية فهي تبعث ملخصات عبر البريد الإلكتروني إلى زبائنها وعناصر المعلومات فيها مؤرشفة بالترتيب وهذه القوائم قد تلتفت انتباه الصحفي إلى ظواهر أو أحداث لا تتطرق لها وسائل الإعلام العامة. (غالب عوض النوايسة، 2009، 321)

إن مجموع هذه التقنيات الحديثة التي تتيحها شبكة الانترنت سمحت بظهور ما يسمى " صحافة المواطن " وهي نشاط يلعب المواطنون خلاله دورا حيا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بغية مد هذه الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية حتى أن بعض الباحثين أكدوا أننا في بداية الحقبة الذهبية للصحافة، وهي صحافة لم نعهدها من قبل.

وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستقبلات أن 50 % من الإنتاج الصحفي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2021 . وهي ما تسمى أيضا بـ " صحافة المصدر المفتوح " التي تتكون مادتها من قبل القراء وهي الفكرة التي تجسدها المنتديات وحتى المدونات.

وقد توسعت هذه الفكرة كثيرا في الفترة الأخيرة بسبب التطورات التكنولوجية حيث أصبح مع كل شخص تقريبا كاميرا رقمية مزودة بهاتفه النقال ووفرت الانترنت منصة عرض تتسع للجميع. وقد روج لها **هوارد راينغولد** الذي ركز في كتابه الحشود الذكية الذي صدر عام 2002 على مستقبل المعلومات التي تنتقل من شخص لآخر أو من مجموعة إلى أخرى من خلال الرسائل الهاتفية القصيرة أو من خلال الانترنت، وقد عزز هذه الأفكار رائد المدونات **دان غيلمور** في كتابه " نحن الإعلام " الذي بين من خلاله جذور الصحافة من الناس إلى الناس. (عباس مصطفى صادق، 2008، 67)

وفقا لما أوردته شبكة الاتصالات المالية العالمية أن البحث عن المواد الصحفية والحصول عليها من خدمات الأخبار عبر البريد الإلكتروني والبيانات الصحفية التي يتم إرسالها عبر البريد الإلكتروني تمثل ما يقارب 35% من المادة التي يكتبها الصحفيون في مقالاتهم وكتابتهم عموما. وهذه الوسائل هي الأكثر استخداما في الحصول على المواد الصحفية يليها في ذلك استخدام آليات البحث ومواقع الأخبار على الويب. (حسين شفيق، 2008، 47)

ويمكن إجمال الطرق التي يستخدم بها الصحفيون شبكة الانترنت في: (حسني نصر، سناء عبد

الرحمن، 2003، 116)

— الاتصال بمصادر الأخبار بواسطة البريد الإلكتروني.

- إجراء المقابلات الصحفية مع المصادر بواسطة البريد الإلكتروني أو من خلال تقنية التراسل عن بعد أو ما يسمى الفيديو كونفرنس video conference .
- الحصول على عناوين البريد الإلكتروني للمصادر وأرقام هواتفهم أو عناوين مساكنهم.
- الحصول على خرائط أي موقع في العالم.
- الحصول على مصادر في جماعات النقاش العامة.
- الحصول على مصادر خبيرة في موضوعات متعددة.
- الحصول على خلفيات عن مصادر وموضوعات ودول ومنظمات.
- الحصول على سجلات رسمية.
- الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية، وذلك من خلال المواقع الإخبارية الكثيرة سواء للجرائد أو المجلات العربية والعالمية والمحلية إلى جانب مواقع وكالات الأنباء وقواعد البيانات ومحطات الراديو والتلفزيون التي تقدم خدمات معلوماتية على الشبكة معظمها تفاعلي.
- الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفية متخصصة كالرياضة والأدب والفن.
- التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب الإلكترونية والمطبوعة. (حسنين شفيق، 2008:80)

4.2 – الهاتف النقال:

يمثل الهاتف المتحرك بأنواعه المختلفة وبمستحدثاته التي تشمل الهاتف الخليوي واحد من أكثر التكنولوجيات التي غيرت الطريقة التي يعيش بها الإنسان في مناحي الحياة كافة ليس فقط كوسيلة اتصال هاتفي ولكن كأداة للتجارة والترويج والتسليّة وكوسيلة إعلامية جديدة كلياً. فاستخدام الهاتف سريع وقليل التكاليف في تغطية ما يسمى الأخبار النمطية مثل تغطية أخبار دوريات الشرطة والمطافئ ومعرفة درجات الحرارة وتحديد مواعيد الاجتماعات الهامة فهو يسمح للصحفي بتسجيل نقاط الحوار بلا أدنى إرباك لمصدر الأخبار.

وقد مر الهاتف المتحرك بثلاثة أجيال (مصطفى عيس صادق، 2008، 287) جعلت منه وسيلة معلوماتية متميزة فالجيل الأول قدم خدمة اتصال صوتي بسيطة عبر إشارة تماثلية غير رقمية. في حين أن الجيل الثاني وبفضل اعتماده نظاماً رقمياً للإشارة تمكن من إضافة بعض الخدمات المعلوماتية إلى الخدمة الصوتية كخدمات الفاكس والبريد الإلكتروني والرسائل القصيرة والويب وغيرها.

أما الجيل الثالث وبفضل السرعة العالية جدا التي يقدمها فقد فتح الطريق لتقديم خدمات كانت غير ممكنة مع الأجيال السابقة كخدمات الفيديو والوسائط المتعددة ذات الدقة العالية، فضلا عن تحويل المكتب أو مكان العمل المتنقل إلى حقيقة واقعة من خلال إمكانية القيام بالمعاملات البنكية ومتابعة تطورات

البورصة والأسواق المالية عبر الجهاز المتحرك. فضلا عن إمكانية تصفح الانترنت بسرعة تصل إلى ضعف ما يمكن لشبكات الانترنت السريعة الحالية أن تقدمه ومن أهم مميزاته:

— هو نظام عالمي للاتصالات يشمل الكرة الأرضية بأسرها معتمدا على محطات اتصال أرضية وفضائية عاملة بالأقمار الصناعية بصرف النظر عن المكان الذي يتم الاتصال منه.

— جودة اتصال أفضل بكثير مما توفره الأجيال الحالية من الشبكات.

— سرعة عالية جدا في نقل البيانات تصل إلى 2,5 ميغابايت في الثانية الواحدة وهي أفضل مما يتمتع به معظم مستخدمي الشبكة الثابتة في منازلهم.

— متوافق بالكامل مع الأنظمة السابقة له مما يجعل عملية إدخاله الخدمة على نطاق واسع عملية خالية من المشاكل والتعقيدات و تعمل تكنولوجيا الجيل الثالث بما يتوافق وبروتوكول الانترنت وهذا يعني دمج الانترنت في الهواتف الخلوية.

إضافة إلى خدمة الرسائل الهاتفية القصيرة: فقد صمم نظام الرسائل القصيرة للتواصل السريع والموجز بما يتفق مع اسمه ومع الإمكانيات المتاحة له من حيث القدرة على الكتابة والقراءة بحسب حجم الشاشة وحجم وحدة المفاتيح أما المحتوى الذي تنقله الرسائل فلا حصر له بما يشمل التنبؤات الإخبارية، المعلومات المالية، الشعارات والنعيمات وغيرها.

كما يستطيع المشتركون الراغبون في الحصول على عناوين الأخبار في عالم الأعمال وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو عناوين الرياضة وأخبار كرة القدم مثلا أو آخر الأخبار المهمة في تلك اللحظة. وحاليا أصبح الهاتف الخليوي أداة رئيسية في توزيع مواد الفيديو القصيرة التي تمثل شكلا أساسيا للإعلام الجديد وتشمل طيفا لا حد له من المواد المصورة منزليا أو تلك تعدها جهات محترفة مثلما هو الحال بالنسبة لمواد الفيديو المقتطفة من المباريات الرياضية وما إليها. (المرجع السابق، 297)

1.4.2 — الخدمات الإعلامية للرسائل القصيرة: تقدم الرسائل القصيرة الخدمات الإعلامية التالية:

— الخدمات الإخبارية: تحمل أخبار الهاتف المتحرك طيفا واسعا من الخدمات الإخبارية التي تشمل ما تقدمه وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية في شكل نصوص ترسل إلى المشتركين وهي في العادة يتم تصنيفها تحت عناوين مثل: الأخبار، المال، الترفيه والمرأة وتنقسم كل من هذه التصنيفات والأبواب فرعا إلى موضوعات متخصصة ومحددة بحيث يحدد المشتركون خياراتهم بدقة وبشكل سليم للحصول

على المعلومات الدقيقة التي يريدون. ويستطيع المشتركون الراغبون في الحصول على عناوين الأخبار في عالم الأعمال وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وتشمل أيضا أخبار الطقس وأسعار العملات وأخبار الرحلات الجوية.

— خدمات الأخبار المصورة: حاليا أصبح الهاتف الخليوي أداة رئيسية في توزيع مواد الفيديو القصيرة التي تمثل شكلا أساسيا للإعلام الجديد، وتشمل عددا هائلا من المواد المصورة منزليا أو تلك التي تعدها جهات محترفة مثلما هو الحال لمواد الفيديو المقطعة من المباريات الرياضية وما إليها.

— التوعية الاجتماعية والأمنية والصحية: تشمل هذه الخدمة مدخلا جديدا للمؤسسات المختلفة الحكومية والخاصة لتوصيل رسالتها التوعوية من خلال أجهزة الهاتف الخليوي لمجموعات هائلة من الناس خاصة في الحالات التي تستدعي الوصول السريع للمعلومات.

— متابعة الخدمات المصرفية والبحث عن المعلومات وغيرها. (المرجع السابق، 299)

وهكذا أصبحت الرسائل القصيرة جزءا من الحياة اليومية وتطور استخدامها يوما بعد يوم بسرعة واضحة، بل أصبحت جزءا من النسيج الاجتماعي وتزايد كل يوم أشكال استخدام هذه الرسائل القصيرة بما يخدم الحصول على متطلبات الحياة اليومية والتواصل بين البشر ومد جسور العلاقات الاجتماعية وممارسة جميع أنشطة الحياة السياسية مثل اختيار رئيس الدولة ورؤساء الحكومات.

فالتطبيقات الإعلامية لهذه التقنية تتبدى أيضا في محطات التلفزيون التي تتكسب منها في الإعلان والترويج والتواصل بين الناس خاصة الشباب بعرض أشرطة التراسل الشخصي لأصحاب الرسائل القصيرة التي تحوي الإهداءات الشخصية والتعليقات الخاصة وحتى الدعوات للقاءات العادية والحميمية .

كما تستخدمها المحطات التلفزيونية في عمليات التصويت في البرامج التي تعتمد على المسابقات أو ترشيح الأفراد لنيل جوائز أو على تفضيل بعضهم على بعض أو حتى المسابقات التي لا تستهدف سوى الربح السريع وهو ما يحقق أرباحا كبيرة للمحطات ويخلق جملة من المنافع.

وتتم عملية استقبال وتنظيم بث الرسائل بواسطة قسم متخصص في تجميع وتنظيم الرسائل القصيرة أو قد تقوم بها شركات لحساب القنوات التلفزيونية وقد وصل الأمر في بعض القنوات أن تتلقى عددا هائلا من الرسائل لدرجة يقوم المشاهدون بشراء رسائل فيب VIP بضعف سعر الرسالة العادية حتى لا ينتظروا دورهم طويلا في الصف.

2.4.2 – الجوانب الإعلامية الايجابية لاستخدام الرسائل القصيرة:

وقد رتبها بعض الباحثين كالآتي:

- منح المشاهد فرصة التعبير عن رأيه بحرية وقتما شاء.
- ممارسة الاختيار فيما يخص شخصا أو قضية يعنى بها.
- خلق دور تفاعلي ومؤثر للمشاهد في الوسيلة الإعلامية.

- بناء رأي عام اتجاه بعض الموضوعات الترفيهية أو للتسلية.
- الاستفادة مما توفره التكنولوجيا من إمكانيات للاتصال والتواصل مع الآخرين.
- توسيع ثقافة الديمقراطية التي تجعل الأقلية تقبل رأي الأغلبية.
- 3.4.2 — أما الجوانب الإعلامية السلبية للاستخدام فهي:**
- إن الاعتماد على الرسائل في التواصل بين الأشخاص سيؤدي في النهاية إلى ضعف الروابط الاجتماعية.
- كما أنه اتصال من جانب واحد ومن ثمة لا يوجد من ما يؤكد أو ينفي واقعية الاتصال لذلك فإن الشخص دانه حينما اختار بديلا من البدائل المعروضة لمرات عدة يعتبر مخادعا لأنه يعبر عن رأي فرد واحد على اعتبار أنها مشاركة لعدد كبير من الأشخاص.
- بجانب الافتقار إلى المصدقية لعدم وجود أي رقابة على حقيقة التصويت أو نتائجه وإشغال الرأي العام والهواؤه عن القضايا الرئيسية وابتزاز المشاهد ماديا من خلال الإعلانات المستمرة التي تحثه على المشاركة.
- إثارة النزعات الطائفية أو العرقية أو الوطنية مما يثير حساسيات بين بعض مواطني الدول التي يتنافس مشاركوها في البرامج.
- إثارة الشائعات المغرضة التي قد تمس سمعة المشاركين في البرنامج أو القائمين عليه أو تشويه وسيلة الإعلام ذاتها. (المرجع السابق، 300)
- إضافة إلى دخول البلوتوث إلى عالم الهواتف المتحركة فهذه التكنولوجيا تكون مصممة في رقاقة إلكترونية يتم تثبيتها في الأجهزة الإلكترونية مثل الكمبيوتر والهواتف المتحركة والمفكرات الكفية وهذه التقنية تسمح بربط العديد من الأجهزة ما دامت ضمن نطاق التغطية وهي تسمح بنقل وتبادل المعلومات والبيانات والصور وحتى مقاطع الفيديو بشكل سريع.
- ففي عام 2007 وفي إطار أكبر معرض عالمي للمعلوماتية قدمت مجموعة محطة متعددة الوسائط قادرة على إرسال كل محتويات هاتف نقال من صور، فيديو، مقاطع صوتية إلى جهاز تلفزيون وكل ذلك عبر الشبكة الصغيرة النقالة وبالتالي فإنها وجدت الحل لمشكل الشاشات الصغيرة للهواتف النقالة.

إن مجرد إمكانية نقل محتويات هاتف نقال على شاشات كبيرة أثار العديد من المتعاملين ومنتجي المحتويات الذين يحمل معظمهم كافة التجهيزات للتسجيلات والبث الرقمي ونقل ذلك إلى مواقع التلفزيونات عبر الإنترنت وحتى إلى مواقع طلبات الفيديو. (المرجع السابق، 316)

4.4.2 – البعد الإعلامي للتصوير بالهاتف المتحرك: لقد حل الهاتف النقال محل آلات التصوير كبيرة الحجم وصار بإمكان أي شخص أن يلتقط ما يشاء من الصور في أي زمان وفي أي مكان حتى صارت مصدرا لمعلوماتيا لا يستهان به. فمع صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات إلا أن ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل بين الناس وحتى بين المؤسسات الإعلامية والأفراد العاديين. وبعضها يوثق لأحداث مهمة بعضها خطير مثل ما هو الحال في صور تعذيب المعتقلين العراقيين في سجن أبو غريب وصور إعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين التي تم تصوير جانب منها بالهواتف الخلوية وهو ما يمثل انعكاسا لنظام الإعلام الجديد. فهي صور يتم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال ولا تتطلب مهارات تصويرية أو خبرة في هذا المجال فتركيز الصورة أوتوماتيكي ولا حاجة لضوء قوي أو متطلبات آلات التصوير الأخرى.

وبالرغم من المشكلات التي جاءت مع تطبيق هذه التقنية مثل اختراق الخصوصية وتجاوزها للملكية الفكرية إلا أنها من نوع التكنولوجيات التي حولت الإعلام إلى أيدي جميع الناس. (المرجع السابق، 317)

وهكذا دخل الهاتف النقال عصر الثقافة البصرية فكاميراته أعطته القدرة على التواصل باللغة البصرية تماما أي عبر الصورة ورسائل الفيديو "أم أم أس". (محمود علم الدين، 2009، 429)

يشهد التبادل الهاتفي حاليا بعد أن كان الكتر ومغناطيسيا في مرحلة أولى ورقميا في مرحلة ثانية، قفزة تكنولوجية جديدة عبر تعميم الألياف البصرية واعتماد نمط الانتقال اللاتزامني وهي تقنية تمكن من إقامة عمليات ربط ذات تدفق يتغير بتغير الطلب وضمان استمرار التدفق مع نوع من البطء المقبول على مستوى الاتصالات السمعية المرئية. وبفضل خط الاشتراك الرقمي اللاتناظري من الجيل الأول ثم الثاني تبين أن الخطوط الهاتفية الكلاسيكية المصنوعة من النحاس أصبحت هي الأخرى كافية لتشغيل الانترنت ذات التدفق العالي ونقل الصور بجودة مقبولة تضاهي جودة عرضها بواسطة قناة تلفزيونية أو جهاز فيديو، ثم إن تطور الإلكترونيات الصغيرة الحجم وهو الذي ضاعف قدرة المكونات وسرعتها، كما مكن قطاع المعلوماتية من تحقيق تقدم هائل. (رضا النجار، جمال الدين ناجي، 2005، 10)

وقد اقتحم الهاتف الجوال مجال خدمات الانترنت والتجارة الإلكترونية والتلفزيون وأكبر دليل على ذلك هو حلول التلفزيون في الهواتف المحمولة بفضل الجيل الثالث من التجهيزات فقد بلغ عدد

مستعملي الهاتف المحمول إلى حدود سبتمبر 2005 ملياري مستعمل وفق ما صدر عن شركة دراسات التابعة لشركة وهي نسبة تناهز ثلث سكان العالم حتى أنه صار من الممكن التقاط البرامج التلفزيونية ومشاهدتها بواسطة الهاتف المحمول بما في ذلك من برامج تفاعلية ودليل البرامج بل حتى الفيديو حسب الطلب.

فصار الآن الهاتف النقال يتلقى الأخبار عبر رسائل أس أم أس ويتلقاها عربيا على سبيل المثال من مواقع "الجزيرة.نت" و "انفو تو سيل" و "سي أن بي سي أربيا" CNBC و "بي بي سي أربيا" BBC و "دار الحياة". (محمود علم الدين، 2009، 429)

لقد كرس كل من الانترنت والهاتف المحمول فكرة الإعلام المتحرك أو الإعلام المحمول كمقابل لنظام إعلام المكان الذي يصف إعلام المحطات الثابتة التقليدية وتكرست التنمية عندما اجتمعت الشركات العملاقة للهاتف المتحرك في المؤتمر العالمي للخلوي 3 جي أس أم السنوي في عام 2006 بمدينة كان الفرنسية مؤكدة أنها تعمدت هذا الاختيار لتكريس البعد الترفيهي في شاشة الخلوي خاصة بعد تطور (Alain Joannes, 2007, 208) تطبيقات البلوتوث و الواب.

5.2 – قواعد البيانات:

إن قاعدة المعلومات هي مجموعة معلومات وهذا المصطلح يشير الآن عموما إلى مجاميع هائلة من المعلومات مخزونة في أجهزة الكمبيوتر والعديد من الصحف تشترك في قواعد المعلومات التي تضم أخبار الصحف والمجلات التي تعدها شركة تجارية. أو هي عبارة عن ملف المعلومات والبيانات الذي يمكن الوصول إليه بواسطة الحاسب وهذا يحتاج إلى أسلوب فني مستحدث لتخزين المعلومات واسترجاعها في الحاسب. (حاتم محمد جرجيس، 1998، 241)

فبالنسبة للأخبار اليومية كالاتماعات والأحداث المحلية والأخبار المفاجئة الأخرى فإن الرجوع إلى قواعد المعلومات يستغرق وقتا، ولكن إذا كان الصحفي يبحث عن خلفية معلوماتية لتحقيق صحفي فإن قواعد المعلومات هذه جديرة بالبحث. مثلا لو كان الصحفي يُعدّ تحقيقا صحفيا معينا خلال موعد مرتب في ساحات الكلية فإن الرجوع إلى قاعدة المعلومات سيكون مفيدا وبقراءة أخبار أخرى تستطيع الحصول على زاوية أو وجهة نظر لموضوعه أو أن يجد مصادر خبيرة يتصل بها.

ومن أساسيات استقلالية الصحفي أن يرفض كل الضغوطات الموجهة إليه من مصادره وخاصة المادية منها وهو ما جعل أكبر المؤسسات الإعلامية العالمية تأمر صحفييها بعدم استقبال أي شخص يطلب (bruno ravaz et Stephane Retterer, 2006, 78) منهم وساطة لكتابة أو تكذيب خبر.

1.5.2 – أنواع قواعد البيانات:

هناك ستة أنواع من قواعد البيانات هي : (غالب عوض النوايسة، 2009، 175 – 176)

1 – قواعد البيانات المرجعية أو قواعد البيانات البيبليوغرافية: وهي القواعد التي تضم إحالات أو معلومات ثانوية تحيل المستفيدين إلى المصادر الأساسية للحصول على المعلومات الكاملة (كمقالات الدوريات، براءات الاختراع، المنظمات والأشخاص) وتنقسم هذه القواعد إلى فئتين هما:

أ – قواعد البيانات المرجعية التوثيقية:

وهي القواعد التي تشتمل على إشارات توثيقية وصفية متضمنة أحيانا مستخلصات للمواد العلمية التي تغطيها قاعدة البيانات.

ب – قواعد البيانات المرجعية الإرشادية:

وهي القواعد التي تشتمل على البيانات التي ترشد المستفيدين إلى المنظمات والخبراء والأدلة والمواد السمعية والبصرية وغيرها.

2 – قواعد البيانات المصدرية (قواعد البيانات غير البيبليوغرافية): وهي القواعد التي تضم معلومات أو بيانات أساسية أو نصوصا كاملة للإجابة على الاستفسارات مباشرة وتنقسم إلى ما يلي:

أ – قواعد البيانات الرقمية: وهي القواعد التي تشتمل على قيم عددية أو رقمية من مصادرها الأصلية أو بيانات ملخصة بشكل بيانات إحصائية مستخلصة من محتويات مصدرها.

ب – قواعد البيانات النصية – الرقمية: وهي القواعد التي تشتمل على قيود متضمنة مزيجا من النصوص الوصفية والبيانات الرقمية.

ج – قواعد البيانات الوصفية (الخواص): وهي قواعد البيانات التي تشتمل على معلومات أو بيانات تظهر بشكل قاموس أو كتاب يدوي لخص واسترجاع البيانات الكيميائية والفيزيائية فيما يتعلق بخصائصها.

د – قواعد البيانات كاملة النصوص: وهي القواعد التي تشتمل على قيود متضمنة نصوصا فكرية كاملة مثل مقالات الدوريات والصحف وقرارات المحاكم ومواصفات براءات الإختراع.

وقد شهدت قواعد البيانات بأنواعها المختلفة تطورات كثيرة عبر السنين الماضية يمكن

تلخيصها كالآتي:

أولا:

التوسع في مجال التغطية الموضوعية، ففي البداية كانت معظم قواعد البيانات البيبليوغرافية تغطي موضوعات علمية وتكنولوجية ولكن مختلف قواعد البيانات البيبليوغرافية تغطي الآن مجالات المعرفة البشرية ومنها على سبيل المثال لا للحصر:

– قاعدة بيانات ايريك مركز معلومات المصادر التربوية.

- قاعدة كشف العلوم الاجتماعية.
 - قاعدة مستخلصات علم المكتبات والمعلومات ليزا.
 - قاعدة مستخلصات علم المعلومات ايسا.
 - قاعدة معلومات الطاقة فنتنجا مؤسسة أي أي سي الذكية المساهمة.
 - قاعدة معلومات كشف العلوم الإنسانية التي تنتجها دار ولسون للنشر.
- ثانيا: ازدياد أعداد قواعد البيانات المصدرية المتاحة للبحث بالاتصال المباشر خصوصا في مجال المعلومات التجارية وذلك في عقد الثمانينات.
- ثالثا: نمو قواعد البيانات على الأقراص المتراسة والتي بدأت بالظهور في أواسط عقد الثمانينات والتي أصبحت تحل محل خدمات البحث بالاتصال المباشر وذلك نتيجة لما تمتاز به من مميزات خدمات البحث بالاتصال المباشر.
- رابعا:

الوصول إلى كثير من قواعد البيانات عبر شبكة الانترنت حيث أصبح هناك مواقع الكترونية لكثير من هذه القواعد على شبكة الانترنت.

خامسا:

إدخال الصورة والرسوم والمخططات إلى النصوص الكاملة في قواعد البيانات الداخلية ليحصل المستفيد على المعلومات بأشكالها المختلفة من خلال تقنيات الأوعية (الوسائط المتعددة) والنشر المنضدي الذي يقوم بتحليل المخططات والنصوص ونقلها إلى الحاسب.

3 — مصادر المعلومات الإلكترونية في الوطن العربي:

شهد العصر الحالي تسارعا عظيما في صناعة الإعلام ووسائله فقد شهد هذا القرن تطورا لأجهزة الاتصال الإلكترونية، وقد أتاحت هذه الاختراعات المجال لتوافر أجهزة الاتصال بأسعار زهيدة، وبأحجام صغيرة كما أتاحت الفرصة لاستعمالها واقتنائها على نطاق واسع. ولهذا يتحدث الباحثون عن ثورة الاتصالات التي شهدتها عصرنا الحالي باعتبارها الثورة الرئيسية الثانية التي لعبت دورا مؤثرا في حياة الإنسان بعد الثورة الصناعية . فإذا كانت سمة الثورة الصناعية الأساسية هي إنتاج المواد بكميات كبيرة فإن سمة الثورة الاتصالية الأساسية هي إنتاج الرموز بكميات كبيرة .

وبالنظر لطبيعة الأنظمة الدولية واختلافاتها فان نظم الإعلام تختلف من دولة إلى أخرى لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانات البشرية والتقنية والأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ولذلك فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس طبيعة النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط الأفراد

بالمؤسسات. إضافة إلى أن توزيع وسائل الإعلام وتبادل الاتصال في المجتمعات وتعدد مصادر المعلومات تساهم في إيجاد فهم واضح لتطور وسائل الإعلام .

ويعتقد لاسويل أن هناك ثلاثة أنواع من الوظائف التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام وهي:

1 – مراقبة البيئة الخارجية ونقل الأخبار عن الأحداث الجارية.

2 – تفسير معنى الأحداث.

3 – التنشئة السياسية.

وعلى الرغم من أن لاسويل يعطي مبدأ إعلامي للوظائف فإن الكثير يعتقد بأن البعد الدعائي للإعلام يأخذ جانبا مهما في عملية الاتصال السياسي لذا أضاف البعض وظيفة جديدة وهي التلاعب أو التأثير المدروس في العملية السياسية.

ويمكن القول بأن المعلومات والإحصائيات عن وسائل الإعلام في دول العالم بدأت عام 1956 حينما أصدرت اليونسكو كتابا عن وسائل الإعلام في مختلف الدول مع إحصائيات عن متوسط الدخل القومي والتعليم، وتبعها إصدار عدة كتب سنوية من قبل اليونسكو للجوانب الثقافية والإعلامية والاقتصادية لمختلف بلدان العالم.

إن وسائل الإعلام في دول العالم المتخلف تتميز بانتشارها غير المنتظم فوسائل الإعلام الحديثة مركزة في المدن وتقل نسبة المعلومات كلما بعد الفرد عن المدن. وتشير الإحصائيات في السنوات الأخيرة إلى وجود تطور عدد المستمعين والقراء والمشاهدين في العالم مقارنة بالأعوام الماضية ولكن هذا لا يعني بأن الاختلال والتباين قد تقلص بشكل كبير وانتهت التبعية الإعلامية التي تسيطر عليها الاحتكارات الدولية والقوى الصناعية الكبرى في العالم.

لقد تسبب هذا الوضع الدولي في افتقار الدول المتخلفة ومنها الأقطار العربية إلى الكثير من الامتيازات التي تحققها تكنولوجيا الاتصال والإعلام، وجعلها في الكثير من الأحيان غير قادرة على الحفاظ على استقلالها وأمنها الثقافي بسبب التفوق التكنولوجي للغرب وهيمنة الاحتكارات الإعلامية الكبرى على سير المعلومات وتدفق الأخبار مما نتج عنه أضرار كبيرة في الحفاظ على الاستقلال الإعلامي للكثير من الدول النامية. (ياس خضير البياتي، 2006، 59 – 61)

اعتبر عقد التسعينات عقدا هاما للغاية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم العربي فبالإضافة إلى الازدهار الهائل في تكنولوجيا التلفزيونات والفضائيات والفيديو اندمجت وتكاملت تقنيات أخرى مثل التليفونات والكمبيوتر بشكل أفضل في هذا الجزء من العالم. إلا أن أعداد المستخدمين تظل ضعيفة وضئيلة نسبيا مقارنة بأجزاء أخرى من العالم المتقدم. ونظرا لأن تكنولوجيا الانترنت تقوم أساسا

على وصلات تليفونية وأجهزة كمبيوتر (التي تعد أهم مصادر المعلومات الإلكترونية) فمن المهم إلقاء نظرة على هيكل تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي. (رشا عبد الله، 2005، 33)

لقد تنبأ بعض الباحثين بأن شبكة الانترنت سوف يكون لها آثارا إيجابية هامة على العالم العربي على كافة الأصعدة فعلى الصعيد السياسي توقع أن تؤدي حرية تدفق وانتقال المعلومات عبر الانترنت إلى إجبار القادة العرب على الانفتاح بشكل أكبر والسماح بمزيد من حرية التعبير في بلادهم، وهو الأمر الذي سوف يؤدي إلى التأثير على الرأي العام.

وقد طرح الترمان نفس وجهة النظر حيث أوضح أنه في ظل التيارات المتعددة والمصادر المتنوعة للمعلومات التي سنتاح للعرب سوف تكون لديهم فرصة الانتقاء وتقييم مصداقية مصادر معلوماتهم مما سوف يلزم الحكومات العربية بتقديم معلومات تنافس تلك المصادر الأخرى حيث يجب أن تكون مصداقيتها مقبولة لدى العامة. ففي حالة لحاق العرب بثورة المعلومات المتاحة على الانترنت سوف يتمكنوا من معرفة المزيد عن العالم الخارجي وبالتالي سوف تساهم في سد الفجوة بين الغرب والعالم العربي. (المرجع السابق، 50)

لقد حاولت دول العالم العربي استخدام عمليات نقل التقنيات للحاق بركب النماء والتطور وذلك عبر عدة طرق منها شراء هذه التقنية، وعن طريق التراخيص والاستثمار المباشر والإهداء وعن طريق الشركات متعددة الجنسيات. كما حاولت هيئة الأمم المتحدة عن طريق منظماتها المختلفة تقديم يد العون والمساعدة من أجل نجاح بعض برامج التنمية في هذه الدول كما قامت بعض الحكومات الغربية ومؤسساتها المختلفة بإنشاء برامج لتطوير عمليات نقل التقنية إلى الدول المتخلفة إلا أن هذه لم تغير كثيرا من تدهور القطاع المعلوماتي العربي.

1.3 – معوقات انتشار المعلوماتية في الوطن العربي:

هناك العديد من المعوقات التي تواجه نشوء المعلوماتية وتطورها وانتشارها في العالم العربي نختصرها في: (حسن مظفر الرزوي، 2007، 334 – 335)

1 – معوقات سياسية: يتخوف الساسة العرب من أخطار الهيمنة الثقافية والسيطرة الإعلامية للغرب على المجتمعات العربية خاصة وأن الدول العربية تمتاز بمواقعها الجغرافية الفريدة وبثرواتها المعدنية المختلفة ذات التأثير العالمي كالنفط مثلا.

وقد اتضح للقائمين على الشبكة العربية المسماة رايت نت (وهي شبكة علمية متخصصة في تقنيات المعلومات تهدف إلى سرعة الاتصال بين المختصين العرب في الداخل والخارج حول التقنيات

الحديثة) الإدمان السياسي العربي حيث ظلت تدور معظم المناقشات والحوارات بين المشتركين في الشبكة في أمور سياسية ودينية بعيدا عن المجال الأصلي وهو تبادل الحوارات والمناقشات العلمية وفي مجالات التقنية.

2 – معوقات اجتماعية: من أهم سمات المجتمعات التقليدية مقاومة التغيير والشك في كونيته وماهيته، واستخدام التقنيات المعلوماتية يعد تغيير جذري يهز أرباب العمل ويقلب الطريق التي تعودوا عليها في نقل المعلومة واتخاذ القرارات رأسا على عقب.

وحيث أن المجتمع العربي مازال عموما مجتمعا تقليديا ومحافظا فهو يتردد ويشكك في الكثير من هذه التقنيات وكيفية تطبيقاتها والآثار التي ستجلبها معها. ولا شك أن قدرات هذه الأجهزة والتقنيات وبالذات الحواسيب وحاجاتها للحصول على المعلومة وتحزينها ومعالجتها واسترجاعها والكشف عن الموضوعات والأشخاص من ذوي العلاقة يولد خوفا عميقا لدى هذا المجتمع الذي تعود فيه أفراده على السرية في التعامل والتكتم على المعلومات والاعتماد على الشائعات والأقوال غير الرسمية. كما تتخوف المجتمعات العربية من الآثار السلبية لهذه التقنيات على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم خاصة وأن هذه التقنيات وبرامجها تعتبر نتاجا لجهود تقنية أجنبية أملتها ظروف هذه المجتمعات وعاداتها وتقاليدها وممارساتها الحياتية.

كما أن لبعض هذه التقنيات محظوراتها الاجتماعية والتي تتمثل في الإباحية سواء على الانترنت أو الهاتف المحمول حيث أن إمكانية استقبال أفلام وصور غير أخلاقية أمرا واردا عبر ما يبث من خلال أجهزة الحاسوب والتقنيات المعلوماتية. وكما يتخوف المجتمع العربي الحرية في تكوين علاقات شخصية قد لا تتوافق مع عادات المجتمعات العربية وتقاليدها.

3 – معوقات اقتصادية: يوجد في العالم مليارين من البشر لا يتوفرون على الربط بالشبكة الكهربائية مع أنها شرط من الشروط الأساسية للحصول على التقانات الجديدة وجزء كبير من هؤلاء المهمشين يعيشون في العالم العربي. عبد العزيز مؤتمرا لبيبا.

كما تعاني معظم البلدان العربية من مشكلات اقتصادية تحد من إسهام الحكومات في مجالات المعلوماتية وفي إنشاء البنى التحتية الأساسية للمعلومات، كما أن القطاع العربي الخاص مازال قطاعا مقصرا في مجال تقديم الخدمات والمعلومات ولا زالت اهتماماته بها لا تتم عن رؤية مستقبلية أيضا خاصة وأنه يطلب من هذا القطاع الإسهام الفعال في هذا المجال الأمر الذي يعتبره القطاع الخاص مخاطرة غير مضمونة العواقب في ظل أنظمة تتغير ثوابتها وقناعاتها بشكل لا يمكن التنبؤ به، بمعنى أنه قد تأتي حكومة جديدة على سبيل المثال فتلغي كل ما قامت به الحكومة السابقة.

4 – معوقات حكومية وقانونية: قد تقوم بعض الحكومات العربية بمنع استخدام هذه التقنيات من قبل أفراد مجتمعها وداخل أراضيها أو قد لا تسمح باستخدامها بشكل مقنن مما يزيد الفجوة المعرفية بين دولها والدول الأخرى.

ولا شك أن أحد أهم المشكلات الحكومية العربية هي طريقة تعاملها مع تقنيات المعلومات على أساس أنها ذات وظائف ترفيحية غير مهمة ولا ترقى إلى مستوى الاهتمام بها بشكل جدي تتاح معه مجالات الاستثمار وإجراء الدراسات والمسوح الميدانية اللازمة وتوفير الأيدي العاملة وتدريبها بما يتوافق وما وصلت إليه هذه التقنيات.

6 – معوقات علمية و بحثية: تعاني الدول العربية بشكل عام من عدم الاهتمام بالبحوث العلمية ورسم الاستراتيجيات والخطط وبالطبع فإن قطاع المعلوماتية يعاني من هذا المشكل فليس هناك تعاون بين <الدول العربية لمعرفة مصادر المعلومات المتوفرة فيها والتنسيق فيما بينها للوصول إلى الاحتياجات المعلوماتية كافة والمصادر اللازمة لها، البعد عن التكرار وما يرافقه من إضاعة المجهود والأموال إضافة إلى عدم إنجاز الشبكات البنى التحتية والشبكات المطلوبة والمناسبة للاتصالات، وكذا قلة الوعي بما تتيحه الشبكة من فرص معرفية وبحثية واستثمارية وإعلامية. والأهم من ذلك هو عائق اللغة خاصة وأن معظم المواد والمعلومات الموجودة على الشبكة هي باللغة الانجليزية.

7

فضلا عن الافتقار إلى بحوث علمية جادة في مجال تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات ويساعد ذلك على نقص البيانات الإحصائية عن نظم المعلومات وشبكاته بالوطن العربي وقلة الدراسات ذات الصلة بالتخطيط المعلوماتي، وعدم اهتمام الجهات الرسمية بتقديمها. إلا أن وضع الاستراتيجيات يرتبط إلى حد بعيد بتفعيل مفهوم "الحق في الاتصال" في كافة أنحاء الوطن العربي كشرط أساسي للنهوض بالوطن العربي نحو مشاركة أفضل للفرد العربي في صنع واقعه السياسي والاجتماعي والثقافي . فعنصر إرساء ثقافة الاتصال لدى المجتمع العربي من شأنه أن يغير السلوك والتصرفات خاصة في تعامل الفرد مع المعلومة دون أن تقتصر هذه التغييرات على المنظمات وذلك قصد إكساب مهارات جديدة لاستيعاب المزيد من المعلومات وتحسين قدراته على أداء عمله وتحمله مهام جديدة.

2.3 – أسباب محدودية تعامل العرب مع التقنيات الاتصالية الحديثة:

إن المشكلات التي تحد من تعامل المواطن العربي مع التقنيات المعلوماتية هي كالاتي:

1 – الاعتمادية الاستهلاكية: فقد بين الكثير من الباحثين والعلماء العرب عن مدى معاناة الأنظمة التعليمية والتربوية في الوطن العربي وقرها لأساليب التعليم الإبداعي الخلاق. وكما اتضح من إحصائيات هيئة الأمم المتحدة أن الفرد العربي من أكثر سكان العالم استهلاكاً وأقلهم قدرة على الادخار.

2 – السرية: تعالج الدوائر الرسمية الحكومية وإدارات المؤسسات الحكومية والأفراد في الدول العربية المعلومات بشكل سري فمهما كانت المعلومة غير مهمة ولا علاقة لها بأسرار الشركة أو المؤسسة أو الإدارة إلا أن هناك تخوفات واضحة من أن يعرفها الآخرون. وهذه السرية المبالغ فيها قد تعوق الاستفادة من هذه التقنيات بالشكل المطلوب.

3 – الأمية : مازالت نسبة الأمية الأبجدية مرتفعة جداً في الكثير من الدول العربية ومرتفعة في بعض الدول الأخرى هذه الأمية تعوق سبل الإفادة من هذه التقنيات واستخدامها في المجالات الإدارية والحياتية المختلفة وبالطبع فالأمية الأبجدية تخلق أيضاً بدورها أمية تقني وآتية لا غنى عنها للفرد المعاصر. كما أن أغلب الإحصائيات تؤكد بأن ثلثي الأميين في العالم هم نساء رغم أن المرأة هي العنصر الفعال في تنشئة وتربية الأجيال. عبد العزيز مؤتمر ليبيا وهذا دليل كبير على أن الدول تعاني من ارتفاع نسبة الأميات الثلاث بين مواطنيها ونعني الأمية الهجائية (الألفبائية العربية) التقنية والأمية المعلوماتية. (المرجع السابق، 413)

إن جملة هذه المشاكل والمعوقات ترتب عنها عدم الاهتمام بالمضامين التي تشكل الجوهر الحقيقي لمجتمع المعلومات والإفراط والمبالغة في الاهتمام بالجوانب التكنولوجية على حساب الجوانب المعرفية كما ينعكس أيضاً في غياب الإرادة السياسية العربية الحقيقية في تغيير التشريعات والأطر القانونية بما يتلاءم وطبيعة هذا المجتمع الجديد، والتردد والمماطلة في تحرير قطاعات الإعلام والاتصال والمعلوماتية من احتكار الدولة. وذلك يتطلب إلغاء جملة من الأوهام من الذهن العربي أهمها الاعتقاد بأن مجتمع المعلومات هو مجتمع استهلاك المعلومات وليس إنتاجها وتصنيعها واستغلالها ونشرها. لذلك علينا الإقرار جهراً بأن المعلومات التي تقف عائقاً أمام عملية بناء مجتمع معلومات عربي ترد كلها إلى الحقل الثقافي وليس إلى الحقل التقني فحسب. (عبد الوهاب بوخوفة، 2005، 43)

فالولوج الناجح إلى تقانات المعلومات والاتصال لا يتطلب مجرد الاستثمار المالي في اقتناء وإقامة بنية أساسية لهذه التقانات ولكنه يتطلب كذلك توفير مستوى أدنى من التربية لدى السكان ومن التقدم في مجال العلوم والتقانات في البحث العلمي، من أجل إنتاج البنيات الحاملة والناقلة للمعلومات (معدات وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية أو المعلوماتية) وإنتاج المعرفة أو المحتويات المحمولة أو المنقولة عبر ومن خلال هذه البنيات.

3.3 – فوائد تطبيقات المعلوماتية في العالم العربي: إن لتطبيق المعلوماتية في الوطن العربي

فوائد جمة نذكر منها: (عبد اللطيف ذبيان العوفي، عادل سراج مرداد، 244، 1998 – 253)

1 – تسريع عمليات اتخاذ القرارات: تساعد هذه التقنيات الاتصالية المعلوماتية الحديثة على سرعة اتخاذ القرارات سواء كانت على المستوى الفردي أم الجماعي أم على المستوى المؤسسي ، فالتقنيات الحديثة ما هي إلا مجرد وسائل حفظ ونقل للمعلومة ولن تستطيع أن تقوم بدورها كاملا آلات إذا توفرت اهتمامات واضحة بقيم المعلومات ودورها في اتخاذ القرارات وبالتالي الإهتمام بجمعها وتحليلها وتفسيرها ثم حفظها مع إتاحة فرصة تداولها للجهات ذات العلاقة من الأفراد والمؤسسات وعدم التحفظ عليها واعتبارها سرية لا يجوز الإطلاع عليها.

2 – توسيع مجالات التعليم والتدريب وتطويرها: تعاني معظم جامعات الدول العربية المتوفرة الآن من الازدحام الشديد والإقبال الكبير عليها من الطلاب والطالبات بدرجة تفوق الطاقات البشرية والمكانية لهذه

الجامعات. لكن بدخول هذه التقنيات الحديثة يزيد عدد التخصصات المتاحة كما تتضاعف إمكانية حل مشكل التضخم الجامعي وذلك من خلال ظهور تقنيات التعليم عن بعد.

وبما أنه لم يعد كافيا أن يحمل الإنسان عقله حيث يذهب بل أصبح في حاجة إلى أن تنتقل معه وثائقه ومصادر معلوماته واتصالاته فلم تصبح قدرة الإنسان فيما تستطيع ذاكرته البشرية المحدودة أن تحمله بل أصبحت في قدرته على النفاذ إلى مصادر المعلومات عندما يحتاجها وعلى توفير الوسائل العملية لحل ما يصادفه أو ما يعرض عليه من مشاكل.

وهكذا أصبح للإنسان ريفيقان كمبيوتر نقال وهاتف نقال الأول يحمل له ملفاته وبرامجه والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان محققا بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية والمعلوماتية. ومشكلة العرب هي كيف يتم التصدي لعالم متقدم المدجج بهذه الوسائل الفعالة لتعريفنا معلوماتيا لذا توجب على البلدان العربية محاولة الانصهار داخل بوتقة التقنيات الإلكترونية النقلة للتخفيف من حدة هذا التهديد. (نبيل علي، 1994، 112)

4.3 – العرب والإنترنت:

تعد الألياف الضوئية من أكثر الوسائط شيوعا في عمليات ربط الدول العربية بالفضاء المعلوماتي للإنترنت وتشير الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية وصل إلى عام 2004 إلى 4,2 مليون شخص يشكلون 4,6 من سكان الوطن العربي محمد حمدي الاتحاد. ترتبط دولة الإمارات العربية المتحدة و الكويت و قطر بأفضل عمود فقري من الألياف الضوئية بين البلدان العربية والذي يوفر لها سعة اتصال تبلغ 5 ميغابايت في الثانية لكل زوج من الخطوط.

وتمتلك دولة الإمارات العربية المتحدة أفضل بنية تحتية للإنترنت بين البلدان العربية عبر 10 خطوط من نوع تتجاوز سعتها 1,5 جيجابايت بالثانية إضافة إلى السعات المتوفرة .

أما السعودية فتبلغ سعة اتصالها المعلوماتي بفضاء الإنترنت حوالي 1,566 جيجابايت بالثانية وتعتمد آلية الاتصال فيها على مزيج من خطوط الاتصال البحرية والأقمار الصناعية ومحطات البث الأرضي لتأمين اتصالها بالعمود الفقري الدولي للإنترنت .

أما مصر فقد ارتبطت بالفضاء المعلوماتي للإنترنت بواسطة حزمة معلوماتية بلغت سعتها 850 ميغابايت بالثانية في عام 2003 لم تلبث أن ازدادت سعتها إلى 2,06 جيجابايت بالثانية في بدايات عام 2004 .

بينما تبلغ سعة حزمة الإنترنت الأردنية 465 ميغابايت بالثانية تؤمن بواسطة خط بحري يربطها بالعمود الفقري الأوروبي .

من جهة أخرى تغذي الحكومة السورية خطوطها نحو الارتقاء بوصلة ربطها بحزمة الإنترنت. فقد باشرت زيادة السعة من 500 ميغابايت بالثانية في عام 2004 إلى 2,1 جيجابايت بالثانية في منتصف عام 2005.

وفي الوقت ذاته برزت شركات إقليمية على مستوى الاتصالات الرقمية فظهر مشروع ألياف الخليج الضوئية الذي تشترك في ملكيته أربعة دول خليجية هي الكويت والبحرين وقطر والإمارات والذي يصل هذه الدول عبر شبكة من الألياف الضوئية بطول 1300 كيلومتر. وهناك شركة إقليمية أخرى جمعت كل من سوريا، لبنان ومصر وقبرص عبر بيئة اتصال إقليمية مشتركة. (حسن مظفر الرزوق، 2007، 36 – 37)

1.4.3 – مزودو خدمة الإنترنت في الوطن العربي:

تتولى وزارات الاتصالات من دون غيرها في كثير من البلدان العربية مثل العراق وعمان وقطر واليمن مهام تزويد البلاد بخدمة الإنترنت وتزود خدمات الإنترنت في بلدان عربية أخرى عبر جهتين مثل دولة الإمارات العربية المتحدة وسوريا.

أما بقية البلدان فنلاحظ وجود أكثر من جهة تساهم في تزويد البلاد بخدمة الفضاء المعلوماتي للإنترنت (8 جهات في البحرين، 90 شركة معلوماتية في مصر..) وبصرف النظر عن هوية الجهة المسؤولة عن تزويد خدمة الإنترنت للبلدان العربية فإن هناك آلية تنظيمية تتبناها الحكومات العربية تسعى من خلالها إلى فرض هيمنتها على محورين أساسيين من محاور تزويد الخدمات الاتصالية بالفضاء المعلوماتي هما:

أ – التحكم في إدارة دقة الأنشطة السائدة على الانترنت.

ب – بسط رقابة وطنية على الأنشطة السائدة في الفضاء المعلوماتي.

ويتم السيطرة على المحور الأول من خلال ربط عقد ارتباط معلوماتية – فرعية تقوم بعملية ترشيح المواقع بينما تشمل الرقابة الوطنية سلسلة من الآليات التي يتم من خلالها كف عمليات الدخول المعلوماتي إلى المواقع التي تتنافى مادة محتواها مع السياسة التي تتبناها الدولة أو الثوابت الدينية الاجتماعية السائدة. (المرجع السابق، 39)

2.4.3 – حجم الحضور العربي على الانترنت:

يمكن قياس مستوى الحضور العربي على الانترنت بمستوى انتشار اللغة العربية على مواقع الفضاء المعلوماتي العربي وعدد المواقع العربية المنتشرة على الشبكة ورغم صعوبة الحصول على إحصائية دقيقة يمكن من خلالها أن نحدد بدقة موضوعية مستويات الحضور العربي على الفضاء المعلوماتي غير أنه من خلال لملة بعض الباحثين لـ " شتات البيانات المنتشرة على الانترنت " يمكننا رسم صورة أولية لهذه المسألة المهمة. فمثلا تتشابه مواقع وكالات الأنباء العربية في الشبكة على مستوى المادة الإعلامية أو على مستوى الشكل الذي تقدم به هذه المادة و تعاني أغلب وكالات الأنباء العربية من صعوبات تقنية عديدة كالبطء في إظهار المعلومات على الشاشة أو حتى عدم ظهورها في بعض الأحيان كوكالة الأنباء الجزائرية مثلا بالإضافة إلى البطء في التجول داخل الموقع وعدم الانتظام في تحديث المواد الإعلامية وضاحتها. (رامي شريم، 2001، 12)

وتتميز المواقع السورية بكونها أكثر المواقع العربية توظيفا للخطاب العربي في مضامينها وتأتي بعدها السعودية وفلسطين. بينما يلاحظ تدني نسبة توظيف الخطاب العربي بمضامين مواقعها على الانترنت لدى دول مثل: الإمارات ومصر، ولبنان التي تميل مواقعها إلى استخدام اللغة الإنجليزية بكثافة ملحوظة.

وتظهر الإحصائيات المنشورة عن حجم حضور الخطاب العربي على الانترنت وجود فجوة معرفية شاسعة بحيث لا يتجاوز عدد صفحات المحتوى العربي المنتشر في مواقع الفضاء المعلوماتي الـ 1 % من مجموع صفحات الويب المستوطنة بالوقت الحالي في الفضاء الرقمي ويعد هذا الأمر مؤشرا واضحا على غياب الخطاب العربي على هذه الشبكة ووجود حاجة ملحة للتحرك باتجاه سد هذه الفجوة المعرفية الخطيرة التي يمكن أن تنشأ عنها عواقب وخيمة تجبر المستخدم العربي على التوجه بعيدا عن خطابه الثقافي والمعرفي والاعتراب عن البيئة العربية الأصيلة. (المرجع السابق، 15)

لقد اقترح تقرير الأمم المتحدة عن المحتوى الرقمي العربي على الانترنت تبني الحكومات والمنظمات العربية مرحلتين أساسيتين لتجاوز هذه العقبة: (معن النكري، 2001، 45-46)

— المرحلة الأولى: رقمته النتاج العلمي والثقافي والحضاري العربي بحيث تمتد هذه العملية فتستوعب النصوص المدونة باللغة العربية منذ بدايات بزوغ الحضارات العريقة في البلاد العربية والإسلامية. شريطة وضع أولويات في اختيار النصوص بحسب أهميتها وحاجة مجتمع المعلومات إلى مضامينها الأصلية.

— المرحلة الثانية: إنشاء فضاء معلوماتي عربي تتوافق بيئته مع خصائص رقمنة المحتوى العربي وبما يضمن توفير بيئة رقمية مناسبة للبحث داخل نصوصه وهيكلته المفردات المعرفية بنسق يسهل على المستخدم العربي استثماره في حياته المعاصرة.

5.3 – العرب و الهاتف المحمول:

إن هناك توقعات تؤكد أنه في عام 2012 سيتمكن أكثر من 300 مليون شخص من مشاهدة التلفزيون عبر هواتفهم النقال وتوجد عربيا عدة تجارب للبث التلفزيوني عبر الهواتف المتحركة مثلما هو الحال في مصر والمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة ففي فبراير 2007 أطلقت مؤسسة اتصالات الإماراتية خدمة البث التلفزيوني من خلال الهواتف المتحركة باسم تسمح لزبائن المؤسسة الذين لهم هواتف متحركة تدعم تكنولوجيا الجيل الثالث من مشاهدة مجموعة من القنوات الإخبارية والرياضية والترفيهية المعروفة بشكل فوري. ويمكن مشاهدة البث التلفزيوني داخل دولة الإمارات لـ 10 قنوات عربية وأجنبية وهي قناة أبو ظبي الرياضية، قناة دبي الرياضية، تلفزيون أبو ظبي، قناة العربية، بي بي سي ورلد BBC، سي أن بي سي عربية CNBC، قناة الإمارات، أم بي سي MBC، قناة الجزيرة، قناة الجزيرة الدولية. (عباس مصطفى الصادق 2008، 331)

تظهر الإحصائيات التي نشرها الاتحاد الدولي للاتصالات أن الدول الأعضاء في الجامعة العربية في تزايد ملحوظ في استخدام المحمول والانترنت منذ مطلع القرن الحادي والعشرين وهذا يرجع في الأساس إلى مستوى الدخل والتباين الواضح بين الدول الأعلى دخلا والدول الأدنى دخلا ونتيجة القدرة الاقتصادية والاجتماعية فقد بلغ عدد حاملي المحمول في جمهورية مصر العربية في عام 2006 ما يقارب 15,9 مليون بنسبة كثافة 19,6 في ظل عدد سكان قدره 74,9 مليون نسمة وتقرر الإحصائيات بان شركة فودافون العالمية تملك 51% من الشركة في مصر، ولقد حققت الشركة أرباحا في عام 2005 – 2006 نحو 290 مليون دولار بنسبة نمو في صافي الأرباح قدره 65%. وتستحوذ الشركة على 50% من السوق المصري بواقع 7,3 مليون مشترك حسب إحصائيات وزارة الاتصالات

وتكنولوجيا المعلومات المصرية في 2006. وفي الوقت الذي أنفقت شركة فودافون 1,7 مليار دولار عام 2006 لزيادة سعة الشبكة في حين أنفقت موبينيل 1,9 مليار دولار.

أما المملكة العربية السعودية: يبلغ عدد سكان المملكة 24 مليون نسمة ويبلغ إجمالي متوسط الدخل للفرد من الناتج القومي 13137 دولار وتبلغ عدد الهواتف المحمولة 14 مليون محمول ويبلغ متوسط دخل الفرد 10340 دولار يوميا وأكدت الإحصائيات أن شركة الاتصالات السعودية إحدى شركتين تعملان بالمملكة أن معدل الاستخدام للمحمول ليلة دخول رمضان 2006 بلغ 28,9 مليون مكاملة بمعدل زيادة 31% فضلا عن تحرير 69 مليون رسالة أس أم أس بمعدل زيادة 1,27%.

الإمارات العربية المتحدة: يبلغ عدد السكان من مواطني الدولة 2,970 مليون نسمة بالإضافة إلى المقيمين فيها من جنسيات أخرى 1,712 مليون إلا أن عدد مستخدمي المحمول في هذه الدولة تجاوز 5 ملايين مشترك وفقا لإحصائيات عام 2006 .

سلطنة عمان: يبلغ عدد سكان سلطنة عمان 27 مليون نسمة في حين يبلغ إجمالي الدخل السنوي للفرد 8992 دولار وتعتبر السلطنة الأقل دخلا بين دول الخليج العربي وتسيطر على الاتصالات في السلطنة شركة " عمان تل " والتي أعيد هيكلتها في 2003 ويبلغ عدد مستخدمي الهاتف المحمول في السلطنة 1,5 مليون وتقدم خدمات المحمول شركتين عام 2006 الأولى عمان موبايل والثانية عمان تل .

المغرب: يبلغ عدد سكان المملكة المغربية 31,68 مليون نسمة ويبلغ متوسط دخل الفرد 1,520 دولار في حين يبلغ عدد مستخدمي المحمول بالمغرب لعام 2005— 2006 /3,9 مليون مستخدم .

تونس: يبلغ عدد سكان تونس 10 ملايين نسمة ويبلغ متوسط دخل الفرد 2630 دولار وهي من الدول ذات الدخل المتوسط ويبلغ عدد مستخدمي المحمول في تونس 2,1 مليون مستخدم.

موريتانيا: يبلغ عدد سكان موريتانيا 4 مليون نسمة ويبلغ متوسط دخل الفرد 413 دولار أي أقل من نصف دولار يوميا ولا يتجاوز عدد مستخدمي المحمول 150 ألف مستخدم. (رشا عبد الله، 2005، 19

— 22)

6.3 – الجزائر ومصادر المعلومات الالكترونية:

تحل جمهورية الجزائر مساحة شاسعة من أراضى شمال إفريقيا بما يجعلها واحدة من أكبر البلدان العربية في المساحة، ورغم أنها من الدول المنتجة للبتروك إلا أن مواطنيها الذين يبلغ عددهم حاليا أكثر من 35 مليون نسمة حسب ما نشرته جريدة الشروق في إحدى أعدادها في عام 2008.⁷

1.6.3 – الاتصالات والانترنت:

رابط المقال: <http://www.echoroukonline.com/ara/interviews/3179.html>⁷

وتعتبر الخطوة الأولى في هذا المجال هي إصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات هو القانون رقم (3) لعام 2000 والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات، ووضع حدا فاصلا بين نشاطي التنظيم واستغلال أو إدارة الشبكات، ومع صدور هذا القانون تم إنشاء "سلطة ضبط البريد والاتصالات" والتي تعتبر سلطة مستقلة تفتح حكما بين الجهات المختلفة. ويوجد حاليا 31 مليون مستخدم للهاتف النقال بالجزائر وتصل نسبة تغطية الهواتف المحمولة إلى 98 % عبر التراب الوطني. (Abderrafik Khenifsa, 2010, 22)

وتهيمن على سوق الاتصالات شركة "اتصالات الجزائر" وهي الشركة الأم والتابعة للحكومة والتي تقدم خدمات الاتصالات الهاتفية الثابتة والمحمولة، ولكنها لم تكن الشركة الأولى التي قدمت خدمات الهاتف المحمول في الجزائر حيث حصلت شركة أوراسكوم المصرية على أول رخصة لتشغيل الهاتف المحمول في الجزائر عبر شركتها "جيزي" قبل أن تطلق الجزائرية للاتصالات شركتها "موبيليس" وأخيرا شركة "الوطنية الكويتية" كمشغل ثالث من خلال شركة "نجمة"، ونجحت هذه الشركات خلال فترة لا تتجاوز أربع سنوات في الوصول بعدد مشتركين خدمات الهاتف المحمول إلى أكثر من 13 مليون مشترك، في الوقت الذي لا يتجاوز فيه عدد مشتركين الهاتف الثابتة 2.6 مليون مشترك كما نشره الاتحاد الدولي للاتصالات والمكتب الإقليمي العربي في 2007⁸ الأمر الذي يؤثر بشكل واضح على انتشار خدمات الانترنت.

هذا رغم إعلان الدولة الجزائرية بأنها تبدي اهتماما كبيرا بقطاع الاتصالات حيث اعتبر "بو جمعة هيشور" وزير البريد وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات السابق أنه سيصبح أهم القطاعات التي تجتذب المستثمرين بعد الثروة النفطية، وكدليل على هذا الاهتمام فإن الجزائر بصدد وضع إستراتيجية نحو الانتقال للحكم الإلكتروني وهو ما نشرته شبكة إعلام تك في السنوات القليلة الفارطة⁹.

دخلت خدمة الانترنت للجزائر في عام 1993 عن طريق مركز CERIST وهو مركز للأبحاث تابع للدولة، وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري 256 لعام 1998 الذي أنهى احتكار الخدمة من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الإنترنت، واشترط المرسوم في مقدمي الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية.

ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد مقدمي الخدمة إلى 18 شركة بحلول مارس عام 2000.¹⁰

* رابط المقال: http://www.ituarabic.org/arab_country_report.asp?arab_country_code=5

* رابط المقال: <http://www.ialamtic.com/spip.php?article24>

* رابط المقال www.internews.org/arab_media_research/algeria.pdf

ورغم تحرير قطاع الاتصالات بشكل كبير إلا أن الوضع الحالي خاصة بالنسبة لشبكة الانترنت ما يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، وتكشف إحدى الإحصائيات المتوافرة أن مجموع مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية 2005 حسب الاتحاد الدولي للاتصالات، بينما أكدت دراسة متخصصة نشرت العام الماضي أن الجزائر تحتل المرتبة العاشرة في إفريقيا من حيث انتشار الإعلام والاتصالات، وأن نسبة السكان المتصلين بشبكة الانترنت لا تتجاوز 2.4% (وهي نسبة لا تزال في تزايد مستمر)، كما قالت دراسة للأمم المتحدة أنه في عام 2004 كان عدد المشتركين في خدمات الانترنت لا يتجاوز 5000 مشترك، وأرجعت الدراسة أهم أسباب هذا التأخر التكنولوجي إلى غياب ثقافة نشر التكنولوجيا المعلوماتية بين أفراد المجتمع مما يجعل المواطن لا يلجأ لاستخدام هذه التكنولوجيا إلا في حالة الضرورة الحتمية¹¹.

ولكن أثناء إعداد التقرير للطبع أعلنت وكالة الأنباء الجزائرية في تقرير لها نشرته في أكتوبر 2006 أن السوق الجزائرية في قطاع الاتصالات شهدت طفرة غير مسبوقه خلال عام واحد (مقارنة بالأرقام السابقة المتاحة) وأن عدد مستخدمي شبكة الانترنت قد بلغ ثلاثة ملايين مستخدم بحلول جويلية 2006، في حين بلغ من يستخدم الانترنت عالي السرعة ADSL منهم 700 ألف شخص، وخلال هذه الفترة أيضا بلغ عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول 18.6 مليون شخص.

2.6.3 – مشاكل انتشار الانترنت في الجزائر:

من أهم المشاكل التي تعترض الانتشار الواسع لخدمات الانترنت في الجزائر هي هيمنة "الجزائرية للاتصالات" للخدمة، ورغم وجود عدد كبير من مزودي خدمات الانترنت إلا أنهم جميعا يعملون من خلال الجزائرية للاتصالات، كما أن أسعار الهاتف الثابت شهدت ارتفاعا ضخما خلال فترات وجيزة مما أثر سلبا على انتشار خدمة الانترنت، حيث ارتفعت هذه الأسعار بنسبة 200% عام 2003 وبعدها 100% في عام 2004، ناهيك عن بطء الشبكة الواضح الذي يعاني منه أغلب المستخدمين في الجزائر وهو الأمر الذي دعا "الجمعية الجزائرية لممولي الدخول إلى شبكة الانترنت" للتدبير بما أسمته احتكار خدمات الانترنت على يد "الجزائرية للاتصالات" التي تبقى مسيطرة وحدها وتقدم أسعارا مرتفعة في ظل غياب أي شركات منافسة.

ولكن هذا الوضع الاحتكاري أصبح في طريقه للتغيير مع حصول شركة "أوراسكوم المصرية" بالتعاون مع الشركة المصرية للاتصالات على رخصة إقامة شبكة هواتف أرضية في عام 2005، وقد

رابط المقال: <http://www.middle-east-online.com/?id=42007>¹¹

أعلنت الشركة أنها تجهز العديد من المفاجآت السارة للعملاء عندما تبدأ العمل على مستوى الخدمات والأسعار بما في ذلك تقديم خدمة الانترنت السريع ADSL بالتعاون مع إحدى الشركات الصينية و كان يفترض أن تبدأ الشركة العمل مع نهاية عام 2006 وهو الأمر الذي من شأنه ان يغير شكل السوق تماما.

بالإضافة إلى ذلك فقد قررت الحكومة خصخصة شركة "اتصالات الجزائر" عبر طرح أسهمها في مزاد دولي بحلول نهاية 2006 خاصة وأن الشركة كانت تواجه الكثير من مشاكل المنافسة حيث تفوقت عليها أوراسكوم في مجال خدمات الهاتف المحمول، كما أن إدارتها تطاردها اتهامات بالفساد الأمر الذي نتج عنه إلقاء القبض على خمسة مدراء بارزين في الشركة لاستجوابهم في دعاوى فساد. ويبدو اهتمام الدولة الحقيقي بنشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والانترنت واضحا في العديد من الخطوات، بداية من فتح السوق أمام المنافسة الحرة، أيضا قام رئيس الجمهورية بطرح برنامج خاص يهدف إلى توفير جهاز كمبيوتر لكل عائلة جزائرية بحلول عام 2010¹².

ومع زيادة عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الجزائر يزداد أيضا الاهتمام بإنشاء المدونات الشخصية والذي وصل ذروته مع بداية العام 2006 عندما انطلقت حملة "مدونة للجميع" على يد "الحركة التكنولوجية" وهي مجموعة من المتحمسين لنشر هذه الثقافة، وقامت المجموعة بإنتاج "نزيبلوج" أول منصة تدوين جزائرية مجانية تهدف لازدهار عالم التدوين الجزائري.

3.6.3 – الحجب والرقابة والمصادرة المعلوماتية على الانترنت:

بشكل عام، يمكن القول أن شبكة الانترنت في الجزائر تتمتع بحرية كبيرة دون مضايقات على نطاق واسع من الدولة، خاصة إذا تمت المقارنة بينها وبين جارتها اللصيقة تونس صاحبة السجل الأسود في هذا النوع من الرقابة. ومع ذلك يرصد بعض المواطنين من الداخل مواجهة حجب لبعض المواقع ذات الطبيعة الحساسة مثل المواقع السياسية.

ورغم عدم وجود رقابة مركزية على تصفح شبكة الانترنت في الجزائر إلا أن المسؤولية القانونية على المحتوى الذي يتم نشره تقع مباشرة على مزودي الخدمة حيث تنص المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر عام 1998 على مسؤولية مزودي خدمات الانترنت عن المادة المنشورة والمواقع التي يقومون باستضافتها، وينص نفس المرسوم على ضرورة اتخاذهم كافة الإجراءات المطلوبة للتأكد

رابط المقال: <http://www.dcmnr.gov.ie/NR/rdonlyres/69F72DBA-4A88-457E-9DED-8180BC3B80E...>¹²

من وجود رقابة دائمة على المحتوى لمنع الوصول إلى المواد التي "تتعارض مع الأخلاق أو ما يوافق الرأي العام" وعلى الرغم من أن تقارير منظمات حقوق الإنسان لم ترصد أي تفعيل لتطبيق هذه المادة على حالات داخل الجزائر، إلا أن نص المادة يبقى مسلطا على الرقاب، رغم تجاوزه لكل النصوص التي تؤكد حرية التعبير ومنها الانترنت.

ورغم عدم وجود قوانين خاصة بالتعامل مع شبكة الانترنت فيما يخص النشر إلا أن العلاقة محدودة بين الإعلام التقليدي والوسائل غير التقليدية مثل النشر عبر شبكة الانترنت، فالتعديل البرلماني على القانون الجنائي والذي تم تمريره في ماي 2001 وأثار موجة اعتراضات بين الصحفيين، ونصت فيه المادة 144 (ب) على السجن لمدة تتراوح بين شهرين و عام، والغرامة بين 750-3750 أورو في حالة الإساءة والإهانة أو القذف في حق رئيس الجمهورية عن طريق الكتابة أو الرسم أو التصريح بأي وسيلة صوتية أو الكترونية أو مرئية أو باستخدام الكمبيوتر¹³، ويمكن تحريك الدعوى في مثل هذه القضايا من الحكومة مباشرة دون انتظار تلقى الشكاوى، ومع تكرار النشر يتم مضاعفة العقوبة، وتسري هذه القوانين بنفس النصوص على أي إهانة بالنشر للبرلمان أو القوات المسلحة أو أي هيئة عامة.

وفي عام 2004 ومع إجراء الانتخابات الرئاسية الجزائرية زادت القيود على الإعلام التقليدي حيث قامت الحكومة بإصدار قرارات تمنع الصحفيين الجزائريين من العمل لأكثر من وسيلة إعلام أجنبية، وشهد نفس العام إيقاف ستة صحف جزائرية عن الصدور، وصدرت أحكام بالسجن مع إيقاف التنفيذ أو أحكام بالغرامة على عدد من الصحفيين بتهمة القذف في حق رئيس الجمهورية، ورغم ذلك فقد احتفظت شبكة الانترنت بحرية كاملة تقريبا واعتبرها بعض العاملين في الوسائل الإعلامية بابا خلفيا¹⁴ للانفلات من القيود الحكومية في الإعلام. وقد يرجع هذا الأمر إلى التراجع النسبي لعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر حتى هذه الفترة، وهو ما يفسر هذه الحرية النسبية.

ورغم هذه الحرية إلا أن هناك شكوكا تراود الصحفيين في أن رسائلهم الإلكترونية يتم اعتراضها ورقابتها، ويقول البعض أن رسائلهم تتأخر في الوصول لمدة تصل إلى يومين كاملين الأمر الذي يرفع مستوى الشكوك حول نوع من الرقابة تفرضها الدولة على هذه الرسائل.

وترصد تقارير غير رسمية الضعف الشديد للإعلام الإلكتروني الجزائري وقلة التواجد عبر الانترنت حتى الآن على الرغم من مزايا الإعلام الإلكتروني، وهم يعيدون أسباب هذا الغياب لعدم امتلاك المؤسسات الإعلامية للإمكانيات اللازمة للدخول إلى هذا العصر بالإضافة لعدم حصول

رابط المقال: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=10730¹³

رابط المقال: <http://www.ialamtic.com/spip.php?article26>¹⁴

الصحفيين على التدريبات الكافية لاستخدام هذه التكنولوجيا المتطورة وبالتالي فإن مواقع الصحف الجزائرية عبارة عن نسخ الكترونية تشبه ما يتم نشره في الصحف الورقية¹⁵. ومع ذلك فهناك بعض التجارب القليلة التي تحاول الاستفادة من مساحة الحرية المتوفرة عبر شبكة الانترنت وتقدم صحافة قادرة على اختراق المحظورات الرقابية التقليدية مثل موقع: Algeria-interface.com وهو عبارة عن صحيفة الكترونية متخصصة في الشأن الجزائري، ويقول "جميل بن رمضان" أحد مسؤولي هذا الموقع أن السبب الرئيسي في تجاوز الموقع للأطر التقليدية للإعلام الجزائري يعود بالأساس إلى عمل الموقع من خارج الجزائر وبالتالي عدم الخضوع للضغوط الداخلية، ولكن هذا الأمر لا يعني أن صحيفيو الموقع لا يواجهون في الداخل نفس المشاكل التي تعاني منها وسائل الإعلام التقليدية. وهناك حالة واحدة على الأقل تعرض فيها صحفي لمحاكمة قضائية على خلفية النشر عبر الانترنت وهي حالة الصحفي "أحمد فتاني" محرر الصحيفة اليومية Expression الذي تم القبض عليه في 13 أكتوبر عام 2003 واتهامه بنشر مقالات عبر شبكة الانترنت في الوقت الذي كانت فيه الصحيفة مغلقة بقرار رسمي في الفترة بين 13 و 16 سبتمبر عام 2003.¹⁶

4.6.3 – مقاهي الانترنت:

مع زيادة الاهتمام باستخدام الانترنت في الجزائر يعتمد الكثير من المواطنين على مقاهي الانترنت في الاتصال بالشبكة، وقد شهد عام 2005 ارتفاعا ملحوظا في أعداد هذه المقاهي حتى وصلت إلى خمسة آلاف مقهى وفقا لتصريحات وزير الاتصال الجزائري بعد أن كان عددها لا يتجاوز 100 مقهى فقط في عام 2000. حتى وصلت عام 2007 إلى ما يزيد عن 6000 مقهى. (Abderrafik Khenifsa, 2010, 45)

وترصد بعض التقارير أنه في الفترة الأولى لاستخدام شبكة الانترنت في الجزائر شهدت بعض المدن خاصة مدينة "بوفريك" تشديدا على عمل مقاهي الانترنت، وكانت الشرطة تطلب من مديري المقاهي الاحتفاظ بمعلومات كاملة عن الزوار بما فيها الاسم والعنوان وتاريخ الميلاد ورقم البطاقة الوطنية وتسليم القوائم يوميا لقسم الشرطة كما تفعل الفنادق، وكان الأمن أيضا يطلب من أصحاب المقاهي الإبلاغ عن أي نشاط مشتببه به يقوم به الزائر داخل المقهى، وهي الإجراءات التي اعتبرها البعض انتهاكا للحرية الشخصية وهو ما جعل بعض أصحاب المقاهي يفكرون في رفع دعاوي قضائية ضد هذه الإجراءات، ولكن بعد هذه الفترة لم يتم رصد تقارير خاصة بتضييق من هذا النوع على مقاهي الانترنت.

¹⁵ رابط المقال: <http://www.rfi.fr/fichiers/mfi/CultureSociete/779.asp>

¹⁶ رابط المقال: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=10730

ولا توجد قوانين خاصة بتحديد شكل استخدام الانترنت من داخل المقاهي، ويرصد تقرير غير رسمي أن الأوقات المسائية هي أوقات الذروة لاستخدام هذه المقاهي، وأن بحث في اهتمامات الرواد وجد أن مواقع المحادثة تحتل المركز الأول بين الاهتمامات يليها المواقع الإباحية والبريد الإلكتروني والموسيقى والألعاب والبحث، كما أن العنصر النسائي حاضر بقوة في ارتياد المقاهي.

ورغم تشجيع الحكومة لاستخدام الانترنت إلا أن رئيس الحكومة "أحمد أو يحيى" أصدر مرسوما في 5 جوان 2005 حظر فيه أي نشاط لمقاهي الانترنت بعد منتصف الليل وهي القرارات التي تصدر غالبا لأماكن اللهو وعلب الليل وصدر هذا المرسوم دون أي تفسير أو أسباب رسمية معلنة، الأمر الذي اعتبره المواطنون تضييقا جديدا على حرية استخدام الانترنت.¹⁷

ومن الغريب أن الحرية النسبية لاستخدام الانترنت دون قيود داخل المقاهي الجزائرية دعت وزارة الأسرة وقضايا المرأة للمطالبة بسن تشريع قانوني ينظم العمل في المقاهي لتفادي تأثيراتها السلبية على الأطفال، وطالبت بفرض رقابة أمنية على هذه المقاهي وتحديد السن القانونية اللازمة لدخولها مع فرض عقوبات صارمة على أصحاب المقاهي الذين لا يلتزمون بالقانون.

وتعتبر المشكلة الأساسية التي تواجهها مقاهي الانترنت في الجزائر هي سوء الخدمة حيث تعرف الشبكة انقطاعا في الخدمات يصل في بعض الأحيان إلى يوم كامل الأمر الذي يؤدي لاضطراب العمل وفقدان الزبائن خاصة وأن أصحاب المقاهي لا يحصلون على أي تعويض من الشركات المقدمة للخدمة.¹⁸

5.6.3 – آخر تطورات الانترنت بالجزائر :

إن المتعاملين الثلاثة للهاتف المحمول بالجزائر موبليس ، نجمة وجزيري ونظرا لضرارة المنافسة بينهم أطلقوا خدمات جديدة فعالة أهمها La clé USB التي تسمح بواسطة الشريحة المزودة بداخلها بالارتباط بشبكة الانترنت بسرعة إبحار لا بأس بها. فيكفي أن يكون المستخدم داخل منطقة تتوفر بها تغطية تلفونية لإحدى هؤلاء المتعاملين مع وصل هذه الأداة la clé USB بالحاسب المنزلي أو المحمول ليتمكن المستخدم من الإبحار داخل الشبكة دون أي عائق.

وهذا الإبحار هي خدمة غير محدودة في كل من نجمة وموبيليس لكنها محددة في جزيري بحسب التسعيرة التي يختارها المستخدم. فبإمكان المستخدم الإبحار حتى داخل سيارته وهذا أمر في غاية الأهمية. فيكفي دفع 5000 دج من أجل الحصول على هذه الخدمة من موبيليس وهي ماتسمى بـ la clé USB Mobicconnect de Mobilis. أما

¹⁷ رابط المقال: <http://www.masrawy.com/News/2005/Technology/Reuters/April/26/OEGIN-INTER>

¹⁸ رابط المقال: <http://www.el-bilad.com/article.php?codear=4010>

la clé USB N'ternet de Nedjma فيجب دفع 10000 دج للحصول عليها واشتراكها الشهري قيمته 2500 دج. أما جيزي فيجب دفع 4900 دج مع غرامة 1500 دج تعاد إلى صاحبها بعد انقضاء سنة على إبرام العقد. والجدول التالي يبين التسعيرات المختلفة للانترنت المحمول في الجزائر.

الجدول رقم: 82 يوضح التسعيرات المختلفة للانترنت المحمول في الجزائر

جيزي	موبيليس	نجمة	
بسهولة	بسهولة	بسهولة	الدخول إلى الانترنت
48 ولاية	48 ولاية	48 ولاية	التغطية
250 KO/S	236 KO /S	KO/S 200	قوة الإبحار
— 350 دج لاستخدام بـ3 MO — 2200 دج لاستخدام بـ 500 MO	2250 دج	2500 دج	التسعيرة الشهرية
GPRS/EDGE	GPRS/EDGE	GPRS/EDGE	المودم

المصدر: IT MAG JUIN 2009

وبعد كل هذا نستنتج أنه من العوامل التي ساهمت في إعطاء زخم هائل للانترنت في الغرب هو توافرها مجانا فترة طويلة في المؤسسات التعليمية ومن ثمة بأسعار زهيدة جدا للمستخدمين في كل مكان مما يمكن أصحاب الأعمال الصغيرة والكبيرة من الاستفادة منه. و بالتالي وفر حافزا قويا للشركات التجارية والمؤسسات الإعلامية التي تمتلك المحتوى الذي هو كنز انترنت الأكبر للاستثمار في نشره على الشبكة.

أما في العالم العربي فنجد الهرم مقلوبا إذ أن الطراز الذي يتم فيه توفير الانترنت من خلال مؤسسات تجارية تابعة للحكومات أو تدفع رسوما ونسبا عالية من مردودها لهذه الحكومات أدى إلى ارتفاع كلفة الوصول إلى الشبكة وجعل المستخدمين قلقين في تعاملهم معها خوفا من تعاظم كشف الحساب في نهاية الشهر. (علاء عبد الرزاق محمد السالمي، 2005، 131) ولعل الدليل الصارخ على هذا القصور في المجال المعلوماتي الالكتروني هو أن عدد خطوط الهاتف في الدول العربية لا يصل خمس ما هو متوفر في الدول المتطورة علما أن لا انترنت في غياب الهاتف ومن جهة أخرى يتوفر لكل ألف مواطن عربي 18 كومبيوترا في حين أن المتوسط العالمي هو 78,3 لكل ألف شخص. لكن هذا لا ينفى بعض المحاولات الجادة التي تقوم بها بعض الدول العربية من أجل النهوض بهذا القطاع فعلى الرغم من أن

المواقع العربية لم ترتق بعد إلى تطلع المتصفح العربي على الشبكة إلا أنها حققت شوطاً لا بأس به في الخوض في ملحمة الاتصال الحديثة هي خطوة إيجابية على العموم. (أسامة الخولي، 2005، 114)

هناك اليوم نهان للطريق المعلوماتي تسير فيهما جنباً إلى جنب غالبية التطورات العالمية المعاصرة في مجال شبكات الاتصالات والمعلومات. النهر الأول هو الإتاحة، النهر الثاني هو الملكية ففي النهر الأول يدفع البعض بسرعة نحو التركيز على إمكانات إتاحة وصول الباحثين والمتخصصين إلى الدراسات والمعلومات التي يحتاجونها بسرعة وبتكلفة معقولة بصرف النظر عن يملك أوعية تلك المعلومات والبيانات. أما النهر الثاني فتسير فيه كل الاتجاهات المؤيدة لضرورة امتلاك أوعية خاصة للمعلومات كمراكز المعلومات وبنوك المعطيات والمكتبات الإلكترونية المتطورة.

والأمر بالنسبة للوطن العربي غير مختلف في هذا المجال فلا شك أن إتاحة وصول الباحثين العرب إلى ما يحتاجونه من معلومات ودراسات في مختلف التخصصات بصرف النظر عن منبع تلك المعلومات والتخصصات يعد مطلباً ملحا. كما أن وجود مراكز عربية للمعلومات يتم التنسيق بينها للمشاركة في المصادر وذلك للحصول على أكبر قدر من الإنتاج الفكري العالمي وملاحقة تطوراته ثم تقليل تكلفة المواد التي يتم الحصول عليها حالياً من خارج الحدود العربية يعد هو الآخر ضرورة لذا يحدب السير في النهريين بشكل متزامن وخصوصاً أنهما لا يسيران في اتجاهين متعاكسين. (أحمد بدر، جمال الغندور، 2001، 212)

وعموماً تجدر بنا الإشارة إلى أن الصحفي لا يجد في مواقع الويب ولا في غيرها من المصادر الإلكترونية كل ما يكفي لإنتاج معلومة متكاملة بل يبقى للملاحظة المباشرة والاتصال بالشخصيات.. (Alain Joannes, 2007, 50) الفاعلة ووكالات الأنباء الدور الفعال في ذلك.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

- الإطار المنهجي للدراسة.
- تفرغ البيانات والتعليق عليها.
- نتائج الدراسة.

I – الإطار المنهجي:

1 – المنهج:

إن كلمة منهج يمكن إرجاعها إلى طريقة تصور وتنظيم البحث إذ أنه ينص على كيفية تصور وتخطيط حول موضوع دراسة ما. والمنهج عموماً هو مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف أو هو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي اتباعها بكيفية منسقة ومنظمة.

وقد اعتمدت الطالبة في هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي** بالدرجة الأولى الذي يهدف إلى يهدف إلى توضيح خصائص أية ظاهرة، أية وضعية أو جماعة مع تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة. ولا يعتمد المنهج الوصفي كما يعتقد البعض على مجرد وصف ظاهرة معينة موجودة بل يتعدى ذلك إلى اكتشاف الحقائق، وآثارها والعلاقات التي تتصل بها، وتفسيرها، والقوانين التي تحكمها. (موريس انجرس، 2006، 15) وهو المطلوب في هذه الدراسة إذ أن الطالبة تريد وصف ظاهرة استخدام مصادر المعلومات الالكترونية من ناحية وتجاوز هذا الوصف من ناحية أخرى للكشف عن آثار استخدام هذه الظاهرة – ولو بصفة مختصرة – والعلاقات المتصلة بها والقوانين المتكيفة فيها (وفي هذه الدراسة تم اختيار السن والمستوى العلمي ونوع المؤسسة الإعلامية والأقدمية لمعرفة مدى تحكمهم في استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة).

إضافة إلى الاعتماد على **المنهج المقارن** نظراً أن هذا الأخير يتولى فيه الباحث دراسة ظاهرة معينة في مجتمع معين، وفي وقت معين ثم يقوم بمقارنتها بظواهر أخرى مماثلة في مجتمع آخر في نفس الوقت أو دراسة التفاوت الحاصل في ظاهرة ما في مجتمعات مختلفة (ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، 2006، 72) وفي هذه الدراسة تهدف الطالبة إلى إجراء مقارنة بين الاستخدامات والإشباع المحققة لدى الصحفيين في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة للتمكن من معرفة أي من هذه المؤسسات هي الأكثر استخداماً لمصادر المعلومات الالكترونية

2 – أدوات جمع البيانات:

إن أدوات جمع البيانات تعتبر نقطة التلاقي بين البناء المفهومي لمشكلة البحث من جهة والواقع المراد دراسته من جهة أخرى فه تستمد وجودها من كونها تسمح للباحث بالتوجه نحو الواقع لجمع المعلومات الضرورية للإجابة عن مشكلة البحث (موريس انجرس، 2006، 82)

- الملاحظة: إن ملاحظة الواقع لاغنى عنها لكل عمل يريد أن يقوم على أسس علمية والملاحظة في العلم لا تتم دون تحضير بل تكون مسبقة بسؤال أو بعدة أسئلة تدفع بالباحث إلى التركيز

على بعض الوقائع واستثناء وقائع أخرى وهنا يتم تجاوز الملاحظة البسيطة . ففي هذه الدراسة تم ملاحظة غزو الالكترونيات (الانترنت والهاتف المحمول) العمل الإعلامي الجزائري ككل – بعد الاحتكاك المباشر ببعض المؤسسات الإعلامية الجزائرية – سواء كان ذلك في الإعلام السمعي أو السمعي البصري أو المكتوب وهو ما يفرض الكثير من التساؤلات إزاء هذه الظاهرة المستجدة وكيفية الاندماج فيها وكذا كافة النتائج المترتبة عليها وخاصة مسألة استخدام هذه الوسائل.

- إضافة إلى استخدام اختبار كا² وذلك لتأكيد أو نفي وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الصحفيين عند استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية.
- استمارة الاستبيان: لقد تم الاعتماد بشكل أساسي في هذه الدراسة على الاستمارة والتي تعرف غالبا على أنها تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وهذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. كما أنها وسيلة للدخول في اتصال مع المبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة. وبالتالي فهذه التقنية تسهل على الباحث استخلاص النتائج مع اختصار الوقت والجهد. وقد خضع استخدام استمارة الاستبيان في هذه الدراسة للخطوات الآتية:

- 1 – صياغة الاستمارة المتكونة من 20 سؤالا مع المزج بين الأسئلة المعرفية والتقييمية وأسئلة الرأي.
- 2 – بعد تصحيحها وفقا لتوجيهات الأستاذ المؤطر، تمّ عرضها على الأساتذيين المحكّمين الذين اقترحوا التعديلات الآتية:
- الأستاذ الأول¹⁹: إضافة بعض الأسئلة الجزئية في المحور الثاني، التغيير في ترتيب بعض الأسئلة، إضافة كلمة " أحيانا" و" أخرى تذكر" في بعض الأسئلة.
- الأستاذ الثاني²: إلغاء السؤال عن نوع الجنس في محور البيانات الشخصية لعدم تطابقه مع الفرضيات، تعويض " نعم، لا، أحيانا " بـ " دائما، أبدا، أحيانا " في أغلب الأسئلة، ضرورة إضافة فرضية حول الإشباعات نظرا لوجود محور كامل عن الإشباعات في الاستمارة.
- 3 – أخذ كل الاقتراحات والتعديلات بعين الاعتبار نظرا لأنها بيّنت بوضوح مواطن النقص في صياغة الاستمارة.

¹⁹ (الأستاذ الدكتور حسين خريف أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال بقسنطينة)
² (الأستاذ الدكتور فضيل دليو أستاذ بقسم علوم الإعلام والاتصال بقسنطينة)

- 4 – تجريب الاستمارة بتوزيعها على عدد محدود من الصحفيين (04 صحفيين: 02 من المحطة الجهوية للتلفزيون و02 من إذاعة قسنطينة الجهوية) ومن خلال عملية التجريب تم إضافة بغض الأسئلة الفرعية خاصة في المحور الثاني.
- 5 – توزيع 45 استمارة على أفراد مجتمع البحث.
- 6 – استرجاع 39 استمارة فقط نظرا لامتناع بعض الصحفيين عن الخضوع للبحث.
- 7 – تفرغ وتحليل البيانات وصولا إلى استخلاص النتائج.

3 – العينة:

إن هذه الدراسة ارتكزت على **المسح الشامل** الذي لديه ميزة أساسية هي يتجنب أخطاء التعميم التي تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع معين من المجتمع «عينة» في الحكم على المجتمع ككل. وللمسح الشامل ضرورة قصوى إذا كان المجتمع المبحوث محدودا أو قليل العدد (محمد ماهر الصواف وآخرون، 1988، 93). كما هو الحال بالنسبة لهذه الدراسة التي أجريت في ثلاث مؤسسات إعلامية يصل مجموع صحفييها إلى 45 صحفي، وهذا المجتمع البحثي المحدود يسمح لي بإجراء مسح شامل لكل مفرداته. كما تجدر بنا الإشارة إلى أنه لمفردات مجتمع البحث محل الدراسة سمات تميزها عن غيرها من المفردات وتوضح هذه السمات جليا من خلال الجداول الآتية:

الجدول رقم: 01 يوضح توزيع الفئات العمرية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة

المؤسسة الإعلامية		محطة التلفزيون الجهوية		إذاعة قسنطينة		يومية النصر		المجموع
الفئات العمرية		%	ت	%	ت	%	ت	%
من 22 – 29 سنة		23.50	04	50	06	10	01	28.2
من 30 – 37 سنة		05.90	01	25	03	10	01	12.8
من 38 – 45 سنة		41.20	07	08.30	01	40	04	30.8
من 46 سنة فما فوق		29.40	05	16.70	02	40	04	28.2
المجموع		100%	17	100%	12	100%	10	100%

يبين الجدول أعلاه أنه في محطة قسنطينة للتلفزيون تعدّ الفئة العمرية من 38 – 45 سنة هي الفئة الغالبة على هذه المؤسسة، تليها فئة الصحفيين الذين يزيد سنهم عن 46 سنة ثم فئة الشباب من 22 – 29 سنة وأخيرا فئة الصحفيين البالغ سنهم من 30 – 37 سنة.

أما إذاعة قسنطينة فأعلى نسبة بها هي نسبة الشباب أي من 22 — 29 سنة تليها فئة الذين يتجاوز سنهم من 30 — 37 ثم فئة 46 سنة فما فوق وأخيراً فئة البالغ سنهم من 38 — 45 سنة. أما يومية النصر فتتساوى فيها كل من فئتي الذين يبلغ سنهم من 38 — 45 سنة والذين يتجاوز سنهم 46 سنة كما تتساوى نسبة الفئتين العمريتين من 22 — 29 سنة وفئة 30 — 37 سنة.

الجدول رقم: 02 يوضح المستوى العلمي للصحفيين

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة الجهوية		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	المستوى العلمي
02.6	01	10	01	00	00	00	00	ثانوي
61.5	24	50	05	75	09	58.80	10	جامعي
35.9	14	40	04	25	03	41.20	7	عالي
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن محطة التلفزيون الجهوية تحوي 10 جامعيين و07 صحفيين ذوي مستوى علمي عالي، أما إذاعة قسنطينة فتحوي 09 جامعيين و03 مستواهم العلمي عال، أما يومية النصر فتحوي صحفيي ذا مستوى ثانوي و05 صحفيين ذوي مستوى جامعي و04 صحفيين ذوي مستوى عال.

الجدول رقم: 03 يوضح أقدمية الصحفيين في المؤسسات الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		المحطة الجهوية للتلفزيون		المؤسسة الإعلامية الأقدمية
		%	ت	%	ت	%	ت	
17.9	07	20	02	25	03	11.76	02	أقل من سنة
23.1	09	00	00	41.66	05	23.53	04	من سنة - 5 سنوات
10.3	04	20	02	8.33	01	5.88	01	من 6 - 11 سنة
48.7	19	60	06	25	03	58.82	10	أكثر من 11 سنة
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع

يبين الجدول أعلاه أنه في محطة التلفزيون الجهوية يوجد صحفيين اثنين لديهم أقل من سنة أقدمية بالمؤسسة و 04 لديهم من سنة إلى 5 سنوات أقدمية وصحفي واحد لديه من 6 إلى 11 سنة أقدمية و 10 صحفيين يملكون أثر من 11 سنة أقدمية بالمؤسسة. أما إذاعة قسنطينة فيوجد بها 03 صحفيين لديهم أقل من سنة أقدمية بالمؤسسة و 05 لديهم من سنة إلى خمس سنوات أقدمية وصحفي لديه من 6 - 11 سنة أقدمية و 03 صحفيين لديهم أكثر من 11 سنة أقدمية بالمؤسسة. أما يومية النصر فيوجد بها صحفيين اثنين لديهم أقل من سنة أقدمية و صحفيين اثنين لديهم من 6 - 11 سنة أقدمية بالمؤسسة و 06 صحفيين لديهم أكثر من 11 سنة أقدمية بالمؤسسة.

4 - مجالات الدراسة:

1.4 - المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بثلاث مؤسسات إعلامية بولاية قسنطينة وهي كالاتي:

• محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون:

دشنت في أبريل 1968 على يد الرئيس الراحل هواري بومدين، وكان اسمها قديما محطة الإذاعة والتلفزيون لولاية قسنطينة RTA، لكن بعد الفصل بين الإذاعة والتلفزيون صار اسمها محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون.

تتكون المحطة من 04 أقسام رئيسية هي:

- قسم الأخبار .
- قسم الإنتاج .
- القسم التقني .
- القسم الإداري والمالي .

يعمل في المحطة 17 صحفيا و240 عاملا، كما يمتد عمل المحطة ليشمل كل ولايات الشرق الجزائري .

• **إذاعة قسنطينة الجهوية:**

دشنت بتاريخ 2 فيفري 1995 من طرف وزير الاتصال تحت اسم " إذاعة سيرتنا FM " وهي منبثقة من الإذاعة الجهوية القديمة .

تتكون هذه المحطة الإذاعية من 04 أقسام رئيسية هي:

- القسم الإداري
- قسم الأخبار
- قسم الإنتاج
- القسم التقني

يعمل في المحطة 12 صحفيا و65 عاملا في المؤسسة ككل. أما عن العمل الذي يقوم به الصحفيون خلال اليوم، الأسبوع، الشهر فهو كالآتي:

- معرض الصحافة
- مواجيز الأنباء
- النشرة المحلية
- الروبورتاج

– الحصص الخاصة (13 حصة: حصص تفاعلية، موضوعاتية منها الأسبوعية ومنها النصف الشهرية ومنها المناسبة).

• **جريدة النصر:**

أممت يومية النصر في 17 سبتمبر 1963، وقبل التأميم كانت تسمى La dépêche de Constantine التي تأسست في 14 نوفمبر 1908 من طرف Louis Morel .

تأسست جريدة النصر في 28 سبتمبر 1963، وفي البداية كانت تحت إشراف جبهة التحرير الوطني ثم أصبحت تحت وصاية وزارة الإعلام بمقتضى مرسوم 16 نوفمبر 1967، وعربت الجريدة كليا يوم 1 جانفي 1972.

وتتكون الجريدة من الأقسام الآتية:

– رئاسة التحرير: فيها رئيسي التحرير ومدير التحرير

– القسم الجهوي: فيه 5 صحفيين

– قسم المجتمع: فيه 4 صحفيين

– القسم السياسي والدولي: فيه 4 صحفيين

– القسم الرياضي: فيه 3 صحفيين

تحتل جريدة النصر منذ 25 ماي 2003 الرتبة الأولى وطنيا من حيث رأس المال بـ 46 مليون دينار جزائري، وتتوفر الجريدة على مراسلين ومتعاونين في كل ولايات الوطن وفي معظم دوائر وبلديات الشرق الجزائري، كما أصبحت منذ جوان 2002 الجريدة الأولى أيضا في الإشهار.

4.2 – المجال البشري:

يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في كل الصحفيين الدائمين الذين يزاولون مهنة الصحافة (باختلاف أقسام العمل) في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة: محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون، إذاعة قسنطينة الجهوية، جريدة النصر (بغض النظر عن المراسلين الصحفيين الذين تم استبعادهم من المجتمع الأصلي لصعوبة الوصول اليهم من ناحية واخلوّ محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون من المراسلين، فضلا عن استبعاد الصحفيين المتربصين الذين لم يدخلوا بعد العمل الصحفي الميداني الذي يتطلب البحث عن المعلومات). وقد بلغ عدد الصحفيين في هذه المؤسسات الإعلامية خلال الموسم 2009 / 2010، 45 صحفيا موزعين كالتالي:

– 17 صحفيا في محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون.

– 12 صحفيا في إذاعة قسنطينة الجهوية.

– 16 صحفيا في جريدة النصر: لكن بعد امتناع بعض صحفيي جريدة النصر (06 صحفيين) عن الإجابة عن استمارة الاستبيان ورفضهم التعاون معنا لإجراء هذه الدراسة – دون تبيان الأسباب – فقد تقلص مجتمع البحث ليصبح 39 صحفيا مبحوثا. وهو ما يبينه الجدول الآتي:

الجدول رقم: 04 يوضح توزيع الصحفيين في المؤسسات الإعلامية

النسبة	التكرار	مؤسسة العمل
43.6 %	17	محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون
30.8 %	12	إذاعة قسنطينة الجهوية
25.6 %	10	جريدة النصر
100%	39	المجموع

4.3 – المجال الزمني:

أنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2009 / 2010، وقد شرعت الطالبة في العمل الميداني منها نهاية شهر ديسمبر 2009 وذلك من خلال تصميم استمارة الاستبيان، ثم عرضها على الأساتذيين المحكمين، تصحيحها، تجريبها ثم إعادة تصحيحها وتوزيعها في الفترة الممتدة ما بين نهاية شهر جانفي إلى غاية بداية شهر فيفري. ثم تفرغ البيانات في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية وما يترتب عن ذلك من تحليل وتفسير، وصولاً إلى استخلاص نتائج الدراسة نهاية شهر مارس 2010 .

II – عرض وتحليل البيانات:

1.2 – حصر النتائج داخل جداول والتعليق عليها:

الجدول رقم: 05 يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي

النسبة	التكرار	
35.9	14	دائماً
51.3	20	أحياناً
12.8	05	أبداً
100%	39	المجموع

لقد جعلت الانترنت الصحافة تلعب دوراً متميزاً في المجتمع، بعد أن أتاحت لكل وسائل الإعلام فرصة للنهوض وللانفتاح على الموجة الرقمية. لذا صارت الانترنت ضرورة لا بد منها في الكثير من المؤسسات الإعلامية، خاصة وأن السنوات الماضية شهدت تفجراً هائلاً في حجم المعلومات

المتدفقة من مصادر عديدة، وصاحب ذلك حاجة متزايدة إلى تنظيم هذه المعلومات وتخزينها بأساليب تتيح استرجاعها بأقصى سرعة وفي أي مكان. وهو ما جعل الصحفيين الجزائريين يقبلون على هذه التقنية للاستفادة منها قدر المستطاع، إلا أن هذا الإقبال بقي رهين العديد من الظروف الخاصة والعامة (الخاصة المتعلقة بالصحفي في حد ذاته، والعامة متعلقة بالمؤسسة الإعلامية وظروف العمل) التي تتحكم بدرجة استخدام أو عدم استخدام الصحفي الجزائري لهذه الأداة التكنولوجية.

ويتضح ذلك جلياً من خلال الجدول أعلاه الذي يبين أن نسبة 51.3% من الصحفيين المبحوثين يستخدمون أحيانا الانترنت كوسيلة للحصول على المعلومات وهي نسبة تعبر عن الاندماج الجزئي للصحفيين الجزائريين في عالم الانترنت. أي أن هذه الأداة لم ترتق بعد إلى مستوى الضروريات المهنية في عالم الصحافة الجزائرية، بل لا يزال الإعلامي الجزائري يتعامل مع الانترنت ككفالية أو كوسيلة يضطر لاستخدامها حين لا يجد البديل.

كما نجد نسبة 35.9% من المبحوثين يعتمدون دائما على الانترنت كوسيلة للحصول على المعلومات، وهي نسبة معتبرة تبرز محاولة بعض الصحفيين الجزائريين الإرتقاء بنوعية المواد الإعلامية التي يقدمونها يوميا. فشبكة الانترنت ثرية بكم لا يحصى ولا يعدّ من المعلومات، وهي غالبا ما تتفرد ببث الكثير من الأحداث التي تعجز المؤسسات الإعلامية العالمية الكبرى عن تغطيتها أو على الأقل عن الوصول إليها في الوقت المناسب. لذا يلجأ الكثير من الصحفيين الجزائريين كغيرهم من صحفيي العالم إلى استيقاء المعلومات من الانترنت ليتمكنوا من الإلمام بالأحداث العالمية والوطنية، وليحصلوا على التحاليل المتعلقة بنفس الأحداث لكن من زوايا مختلفة قد تصل إلى حد التضارب والتناقض في الكثير من الأحيان. وهي أمور تكسب الصحفي القدرة على التمييز بين ما هو صحيح ومنطقي وبين ما هو نسبي أو خاطئ.

فضلا عن أنه قد يعود سبب استخدام هؤلاء الصحفيين للانترنت باستمرار إلى استخدامه كهمزة وصل بينهم وبين مصادرهم من خلال الاتصال بهم وإجراء المقابلات الافتراضية معهم دون الحاجة إلى التنقل. فخدمات الانترنت المتعددة وسهولة استخدامها وسّعت شعبية الانترنت خاصة بعد تزايد ظاهرة " الكسل الإعلامي" الذي تحوّل على إثرها الصحفي إلى "مُطوّر محتوى" فحسب والمقصود بذلك أن المادة الإعلامية متواجدة على طبق من ذهب على شبكة الانترنت مزودة بالصور اللازمة وحتى المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو التي تغني الصحفي عن النزول إلى الميدان والاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الأحداث. فلا يبق للصحفي سوى تغيير وحذف أو إضافة بعض الجمل، بل إنه في الكثير من الأحيان يتجاهل مصدر المعلومة وينسب الخبر إلى نفسه.

بقى بعض الصحفيين الذين تقدر نسبتهم بـ 12.8% يشكلون الأقلية التي لا تستخدم الانترنت على الإطلاق للحصول على المعلومات وهم صحفيون محافظون أو مترددون، فهم محافظون لأنهم قد يفضلون المصادر التقليدية البسيطة كالعلاقات الشخصية والاتصال بالشخصيات الفاعلة في المجتمع المدني، ومترددون لأنهم يخشون الاقتراب من هذه الوسيلة التي تتطلب غالباً قدراً عالياً من التحكم في التقنيات التكنولوجية وفي اللغات الأجنبية وفي الإعلام الآلي على وجه الخصوص. فضلاً عن إشكالية المصادقية التي تمخضت عن تعدد مصادر المعلومات والسيل العارم من المعلومات الذي أفاضته علينا الانترنت دون التأكد من مصداقية مصدره أو من صدق الخبر في حد ذاته. وهو انشغال جعل الكثير من الصحفيين ينفرون من هذه التقنية رغم أهميتها ويتحاشون التعامل معها خوفاً من الوقوع في الخطأ المهني المتمثل أساساً في المساس بمصداقية المادة الإعلامية المقدمة. وفي كل الأحوال ومهما تعددت الأسباب فلا يحق لهذه الفئة أن تشطب الانترنت من قائمة مصادر معلوماتها، فعلى الرغم من كل ما سبق ذكره إلا أن "شبكة الشبكات" تحتل اليوم مراتب متقدمة بين مصادر المعلومات على اعتبار أنها تقدم العديد من الخدمات الإخبارية المجانية وتفتح المجال أمام أكبر المؤسسات الإعلامية العالمية لبيت أخبارها مباشرة على الشبكة، وكلها خدمات ابتعد عنها كلية المبحوثون الذين لا يستخدمون الانترنت كمصدر للحصول على المعلومات.

الجدول رقم: 06 يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير السن

المجموع	من 46 سنة فما فوق		من 38 - 45 سنة		من 30 - 37 سنة		من 22 - 29 سنة		السن	الاستخدام
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
35.9	14	36.4	04	50	06	40	02	18.2	02	دائماً
51.3	20	45.5	05	50	06	40	02	63.6	07	أحياناً
12.8	05	18.1	02	00	00	20	01	18.2	02	أبداً
% 100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

بما أن استخدام الانترنت يخضع للكثير من العوامل الذاتية والعامّة — كما سبق وأن ذكرنا في الجدول السابق — فإن السنّ من بين العوامل الأساسية المتحكّمة في استخدامه، فالجدول أعلاه يبيّن أن

الفئة العمرية المنحصرة ما بين 22 – 29 سنة هي فئة تستخدم الانترنت "أحيانا" بنسبة 63.6 % وهي نسبة معتبرة تجعلنا نجزم بأن فئة الشباب من الصحفيين هي فئة لا تعتبر الانترنت مصدرا رئيسيا لاستيقاء معلوماتها، على عكس ما يعتقد غالبا بأن الشباب هم الأكثر إقبالا على كل ما هو الكتروني وحديث. كما نجد نسبي من يستخدمون الانترنت "دائما" ومن "لا يستخدمونها" متساوية في نفس الفئة، وهي أقلية مقدرة في كلتا الحالتين بـ 18.2 % من الصحفيين، وفي هذه النسبة تعبير صريح عن وجود بعض الصحفيين الشبان الذين يستخدمون الانترنت بصفة مستمرة سعيا منهم لاكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام عن طريق جملة الفرص المتاحة عبر شبكة الانترنت ووجود امكانية التكوين عن بعد في مجال الصحافة. علاوة عن حاجة هذه الفئة العمرية بالذات إلى الانترنت كوسيلة لاصطياد أكبر قدر ممكن من الأخبار العالمية وحتى الوطنية، على اعتبار أنها فئة تمثل بعض المبتدئين في مجال الإعلام والذين لا يزالون في طور البحث عن مصادر معلومات يعتمدون عليها في عملهم اليومي.

أما الفئة العمرية المنحصرة ما بين 30 – 37 سنة فتتساوى فيها نسبة من يستخدمون الانترنت "دائما" ومن يستخدمونها "أحيانا" حيث تبلغ نسبة من يستخدمونها "دائما" 40 % ونفس النسبة تم تسجيلها لمن يستخدمونها "أحيانا"، وهذا دليل عن محاولة هذه الفئة الاندماج في العالم الرقمي واستعانتهم بالانترنت للحصول على المعلومات الضرورية لصياغة موادهم الإعلامية اليومية. بينما نجد نسبة 20% – من الفئة العمرية ذاتها – لا يستخدمون الانترنت على الإطلاق، وهي نسبة تعبر عن وجود أقلية من المبحوثين البعيدة عن تكنولوجيات الاتصال الحديثة. إن ابتعاد هذه الأقلية عن الانترنت بكامل خدماتها له تأثيره السلبي على العمل الإعلامي الجزائري، فهذا الأخير بحاجة ماسة إلى ترسيخ قواعد العمل الالكتروني السريع، خاصة بعد تفتح صحافة كامل دول العالم على الانترنت.

أما الفئة العمرية المنحصرة ما بين 38 – 45 سنة فتتساوى فيها أيضا نسبة من يستخدمون الانترنت "دائما" ومن يستخدمونها "أحيانا" وذلك بنسبة 50 % في كل منهما، مع عدم وجود صحفيين لا يستخدمون الانترنت كمصدر للمعلومات في ذات الفئة، وهذا يعبر عن استيعاب هؤلاء الصحفيين لأهمية الانترنت كوسيلة الكترونية هامة مدعمة للعمل الإعلامي من جهة ومكملة لعمل الصحفيين من جهة أخرى، فهي تزخر بمواد إعلامية متنوعة تزيد من إقبال الصحفيين عليها.

وفيما يخص الفئة العمرية للصحفيين الذين يبلغ سنهم من 46 سنة فما فوق فهم يستخدمون "أحيانا" الانترنت كمصدر للمعلومات بنسبة 45.5 % و"دائما" بنسبة 36.4 % وهذا أكبر دليل على الرغبة الجامحة لهذه الفئة في الالتحاق بالركب الحضاري التكنولوجي. فمن المتعارف عليه هو أنه كلما زاد الفرد في السن كلما قلَّ اهتمامه بكل ما هو الكتروني، نظرا أن الإلكترونيات تتميز بالتعقيد

وتتطلب مستوى عال من التكوين. إلا أنّ هذه الفئة العمرية التي تتميز غالباً بكثرة العلاقات الشخصية مع كبار المسؤولين والشخصيات الفاعلة في المجتمع المدني إلا أنها لم تُهمل أهمية الدور في مملكة الانترنت وإضافة الالكترونيات كمصدر لمعلوماتها. والعمل بهذا المبدأ من شأنه مضاعفة فرص هذه الفئة بالذات لتحقيق السبق والريادة في عالم الصحافة وذلك بالمزج بين المصادر التقليدية والالكترونية.

الجدول رقم: 07 يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير المستوى العلمي

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي الاستخدام
		%	ت	%	ت	%	ت	
35.9	14	40	06	30.4	07	100	01	دائماً
51.3	20	53.3	08	52.2	12	00	00	أحياناً
12.8	05	6.7	01	17.4	04	00	00	أبداً
100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

ليس من الغريب القول أن المستوى العلمي للصحفيين من العوامل المؤثرة على استخدامهم للانترنت، فاستخدام هذه الوسيلة يعتمد بشكل أساسي على الإعلام الآلي الذي أضحي لغة العصر، ولكن هذا العلم يعتبر حكرًا على المتمكنين منه والدارسين له، وهو ما يحتم علينا ربط المستوى العلمي باستخدام الصحفيين للانترنت. فالجدول أعلاه يبيّن أنّ المبحوث ذا المستوى الثانوي يعتمد بصفة دائمة على الانترنت وهذا يُفند الاعتقاد القائل بأنّ مستخدمي الانترنت هم ذوي المستوى العلمي العالي فحسب. فالصحفي الناجح هو الذي يتجاوز كل المعوقات التي تحول دون بلوغه أقصى درجات الاحترافية، فكلما زاد تحكّمه في ميكانيزمات النهوض بمستواه المهني وبنوعية المادة الصحفية التي يقدمها كلما زادت مطابقتها لمقاييس الصحفي الناجح في عصر تغزوه الالكترونيات. ففي المقام الأول يتحتم عليه تغطية نقائصه الذاتية معرفية كانت أو مهنية، ثم التفكير في المقام الثاني بالعمل جاهداً لفت انتباه المسؤولين بمؤسسته الإعلامية بضرورة تحسين الظروف العامة للعمل.

أما فئة الجامعيين فهي فئة تستخدم الانترنت "أحياناً" بنسبة 52.2% وهي نسبة معتبرة توضح أنه رغم المستوى الجامعي الذي تمتلكه هذه الفئة إلا أنها لا تستخدم الانترنت إلا قليلاً وهذا يؤكد ما سبق ذكره أي أنّ المبحوثين يعتبرون "شبكة الشبكات" كمالية يمكن الاستغناء عنها وتعويضها بمصادر

أخرى أكثر بساطة. وهو ما يجعلنا ننفي وجود علاقة قائمة بين المستوى العلمي للصحفي وبين استخدام الانترنت، فالجامعيون يمثلون النسبة الأكبر من المبحوثين وبالرغم من ذلك فهم لا يتعاملون مع الانترنت كمصدر دائم من مصادر المعلومات بل كمصدر مؤقت تفرضه عليهم الظروف المهنية في بعض الأحيان. فضلا عن أن أغلب الجامعيين وفي الكثير من التخصصات (نذكر منها على سبيل المثال: علوم الإعلام والاتصال، علم الاجتماع، الطب..) قد تلقوا في الجامعة دروسا في الإعلام الآلي تخولهم لاستعمال الانترنت والتحكم في أغلب خدماته ولكن النتائج الإحصائية الملاحظة في الجدول أعلاه توضح العكس.

وفي نفس الفئة نجد أن نسبة 30.4 % من المبحوثين يستخدمون الانترنت دائما وهي نسبة تعبر عن بعض الصحفيين الذين يستخدمون الانترنت دائما كمصدر لاستقاء المعلومات وهذا قد يعود إلى استفادتهم من مقياس الإعلام الآلي الذي تلقوا دروسه في الجامعة، أو قد يعود استخدامهم المتزايد للانترنت إلى إيمانهم بأن هذه الوسيلة قد تفتح أمامهم آفاقا واسعة للحصول على المستجدات الوطنية والدولية. فالتعليم الجامعي وحده لا يكفي لصناعة صحفي محترف وناجح، وهو ما أثبتته الكثير من الإحصائيات في الميدان الإعلامي الجزائري التي أفرت بأن اكتفاء الصحفيين الجزائريين بالتكوين الجامعي هو من الأسباب المباشرة التي زادت من تدني المستوى المهني لهم وتردي نوعية المواد الإعلامية التي يقدمونها.

كما أننا لو لاحظنا - في ذات الفئة - الصحفيين الذين لا يستخدمون الانترنت مطلقا لوجدنا نسبتهم تقدر بـ 17.4% ورغم أنها نسبة أقل من نسبة الذين يستخدمون الانترنت "أحيانا" والذين يستخدمونها "دائما"، إلا أنها نسبة تدق ناقوس الخطر في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة. فالمجتمع الذي نعيش فيه اليوم يكتسي حلة إلكترونية محضة والدور الأساسي الذي يلعبه الصحفيون في هذا المجتمع هو نقل المعلومات والمستجدات سواء كانت وطنية أو دولية إلى كافة شرائح المجتمع، وإذا كان الصحفي غير ملم بهذه الأحداث أو كان عاجزا عن الإندماج في المجتمع الذي هو جزء منه فكيف يستطيع القيام بواجبه كصحفي وإبقاء جمهوره على علم دائم بما يحدث في كل أمصار العالم؟. فهذه النسبة تعبير صارخ عن فئة صحفيين جامعيين لا يتعاملون مع الانترنت كمصدر للمعلومات وقد يكون السبب عدم تأكدهم من مصداقية ما تقدمه هذه الوسيلة من أخبار أو إحصائيات، ولكن في المقابل نجد مواقع رسمية لهيئات وإدارات عالمية قد تفيد الصحفي في صياغة العديد من أخباره وتدعيمها بالأرقام وأحدث الإحصائيات. واستبعاد الصحفي للانترنت من قائمة مصادر معلوماته يجعله حبيس الأرشيف التقليدي أو التصريحات الرسمية للمسؤولين وقد يضطر إلى الانتظار لساعات طويلة أو لأيام عديدة للحصول على ما يريد رغم أن ذلك لا يتطلب سوى بضع دقائق من الإبحار في الانترنت.

أما فئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي فهي فئة تستخدم الانترنت "أحيانا" كمصدر للمعلومات بنسبة 53.3% وهي نسبة تزيد من تأكيد ماسبق قوله أي أنه حتى الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي لا يعتبرون الانترنت من المصادر الأساسية لمعلوماتهم، وإنما استخدامهم لهذه الوسيلة هو "استخدام مناسبتي" يكون فقط في حالة ما إذا لم يجد الصحفي البديل في مصادره التقليدية البسيطة. كما نجد أن ذات الفئة تستخدم الانترنت "دائماً" بنسبة 40% وهي نسبة متقاربة مع النسبة الأولى، ويمكننا القول هنا أن هؤلاء لم يكتفوا بالمستوى العلمي العالي لمزاولة العمل الإعلامي بل أضافوا إليه التحكم في تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي تزيد من حظوظهم في الحصول على المراتب الريادية في عالم الصحافة. وهكذا يحدث التكامل في معادلة تركيب الصحفي الناجح، فالمستوى العلمي العالي يُمكن الصحفي من الاستعمال الأمثل للانترنت، فضلا عن أن هذه الأخيرة تحمل في طياتها خدمات تسمح بتغذية المستوى العلمي للصحفي عن طريق توسيع معارفه ومضاعفة خبراته المهنية. وهكذا نستنتج أن هناك علاقة تبادلية وتكاملية بين المستوى العلمي والانترنت فكلاهما يدفع بمستوى الصحفي إلى المضي قدما ويسمح له برفع مردوديته المهنية وتحسين نوعية المواد الإعلامية التي يقدمها. دون أن ننسى أنه في نفس الفئة توجد نسبة 6.7% من المبحوثين لا يستخدمون الانترنت مطلقا وهي نسبة صغيرة تعبر عن الأقلية المتعلمة تعليما عاليا ولكنها تستبعد الانترنت من عملها الإعلامي، وهذا قد يعود بالدرجة الأولى إلى غياب الإحساس بالثقة لديهم في المعلومات التي تتوفر عليها هذه الوسيلة رغم أن المستوى العلمي العالي يخول للفرد التفرقة بين المصادر الموثوق بها وبين المصادر غير الموثوق بها.

الجدول رقم: 08 يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية الاستخدام
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
35.9	14	80	08	25	03	17.6	03	دائما
51.3	20	20	02	58.3	07	64.7	11	أحيانا
12.8	05	00	00	16.7	02	17.6	03	أبدا
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع
		كا ² الجدولية = 0.71		درجة الحرية د = 4				كا ² المحسوبة = 11.8

يختلف استخدام تكنولوجيات الاتصال عموما والانترنت خصوصا باختلاف نوع المؤسسة الإعلامية التي ينتمي اليها الصحفي، فاحتياجات صحفي المؤسسة الإعلامية السمعية يختلف عن احتياجات صحفي الصحافة المكتوبة وعن صحفي التلفزيون، فكل مؤسسة إعلامية لها خصوصية تفرض طبيعة عمل معينة على صحفيها وقد توجههم حتى نحو التعامل مع مصادر معلومات معينة دون أخرى. فالجدول أعلاه يبين أنّ صحفي محطة قسنطينة للتلفزيون يستخدمون "أحيانا" الانترنت بنسبة 64.7 % وهي نسبة معتبرة توضح أنّ صحفي التلفزيون لا يعتمدون بصفة دائمة على الانترنت للحصول على المعلومات، وهذا قد يعود بالدرجة الأولى إلى لجوء هؤلاء الصحفيين إلى الاحتكاك المباشر بالميدان نظرا أنّ هذه المحطة هي محطة جهوية، صحيح أنها مسؤولة عن كل ولايات الشرق إلا أنّ مجال عملها يظل محدودا لأنها تكتفي بتغطية الأحداث المحلية التي تحدث داخل هذه الولايات. ولو قمنا بالبحث بين مواقع الويب وخدمات الانترنت لما وجدنا أثرا لمواقع محلية جزائرية - ما عدا بعض المنتديات - قد تفيد صحفيي المحطة في صياغة أخبارهم أو حتى تغنيهم عن النزول للميدان. وبالتالي فإن المصادر التقليدية ممثلة في تصريحات كبار المسؤولين والاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الأحداث لا يمكن استبداله بالانترنت في محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون. كما نجد نسبة 17.6% من صحفيي هذه المحطة يستخدمون الانترنت بصفة "دائمة" وهذا راجع لا محالة للحاجات المهنية الملحة التي تفرضها في كثير من الأحيان طبيعة عملهم، فالانترنت غنية بالمواد السمعية البصرية التي قد تفيدهم بقدر كبير في إثراء مواضيعهم الصحفية وتدعيمها. فضلا عن وجود نسبة

مماثلة (17.6%) من صحفيي هذه المحطة لا يستخدمون مطلقا الانترنت كمصدر لمعلوماتهم، ورغم صغر هذه النسبة إلا أنها تعبر عن صحفيين لا يتعاملون تماما مع الانترنت رغم القطاع الحيوي الذي يعملون به فالقطاع السمعي البصري من القطاعات الإعلامية التي تتطلب مواكبة فعلية ودؤوبة لكافة التقنيات التكنولوجية والالكترونية الحديثة .

أما في إذاعة قسنطينة فنلاحظ أن نسبة من يستخدمون الانترنت "أحيانا" تقل (58.3%) ونسبة من يستخدمونه "دائما" ترتفع (25%) مقارنة بالمؤسسة الإعلامية الأولى وهذا دليل على أن صحفيي الإذاعة هم أحوج للانترنت وأكثرهم اعتمادا عليها كمصدر للمعلومات. وتحيلنا البيانات الإحصائية الملاحظة إلى القول للمرة الثانية بأن طبيعة عمل الصحفيين تتحكم بدرجة استخدامهم للانترنت واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، فصحفيو الإذاعة لا يكتفون بتقديم وتغطية الأخبار المحلية بل يتجاوز مجال عملهم حدود الولاية وحدود الشرق الجزائري ليشمل كل ولايات الوطن وحتى دول العالم ككل وهو ما يحتم عليهم البقاء على اتصال بكل المستجدات الوطنية والدولية وهي خدمة لا يقدمها لهم أي مصدر غير الانترنت، أي أن هناك تناسب طردي بين مجال عمل الصحفي وبين اختيار الانترنت كمصدر رئيسي للمعلومات. ونرجع لنقول أنه حتى صحفيي إذاعة قسنطينة لا يعتبرون الانترنت المصدر الأول لمعلوماتهم رغم حاجتهم الماسة اليها ورغم الخدمات الإعلامية المتعددة التي تزخر بها.

أما نسبة الذين يستخدمون دائما "شبكة الشبكات" في ذات المؤسسة والتي تقدر بـ 25 % فهي نسبة قد توصف بـ "النسبة المنطقية" على اعتبار أن هؤلاء الصحفيين يستجيبون بصورة تلقائية لحاجة ملحة بداخلهم أضحت ضرورة في قاعات التحرير الصحفية عامة ألا وهي الانترنت. أما أولئك الذين لا يرجعون للانترنت لاستقاء معلوماتهم في نفس المؤسسة الإعلامية فهم يمثلون نسبة 16.7% أي الأقلية التي تعتمد على مصادر أخرى في الحصول على المعلومات ورغم صغر هذه النسبة إلا أن مؤسسة إعلامية كهذه تقدم أخبارا محلية، وطنية ودولية يتحتم على صحفييها التمسك قدر الإمكان بالانترنت للقيام بعملهم اليومي على أكمل وجه.

أما في يومية النصر فنقلب الموازين تماما لنجد أن صحفيي هذه المؤسسة الإعلامية يستخدمون الانترنت "دائما" بنسبة 80% وهي نسبة كبيرة تجعلنا نجزم بأن هذه الجريدة هي أكثر مؤسسة من بين المؤسسات الإعلامية محل الدراسة التي يعتمد صحفييها على الانترنت كمصدر لمعلوماتهم. فالصحافة المكتوبة تزايدت حاجتها للانترنت بعد ظهور الصحافة الالكترونية التي تنافسها بضرارة مما جعل العديد يتوقع الاختفاء القريب للصحافة التقليدية، وعلى هذا الأساس وجد الصحفيون في هذا النوع من المؤسسات الإعلامية أنفسهم أمام تحدٍ لا بد منه يفرض عليهم واقعا الكترونيا محضا ويضعهم أمام

خيارين اثنين لا غير إما التعامل معه بل والتحكم في تقنياته أو الخروج نهائيا من الميدان الإعلامي. وحاجة الصحافة المكتوبة إلى الانترنت لا تكمن في الحصول على المادة الصحفية من أخبار وتحليلات فحسب بل تتجاوز ذلك لتشمل الصور والإحصائيات التي تمثل المادة الدسمة لكل جريدة تريد تقديم الأفضل لقراءها. وحتى لو عدنا لنسبة الصحفيين الذين يستخدمون الانترنت "أحيانا" في هذه اليومية الوطنية لوجدناها 20% وهي نسبة قليلة قد تشمل الأشخاص الذين لا يتقنون استخدام هذه التقنية أو لا يتقنون في مصداقية ما تقدمه من معلومات، كما تجدر بنا الإشارة إلى أنه في هذه المؤسسة لا يوجد صحفي لا يعتمد على الانترنت للحصول على المعلومات وهو مؤشر يدل بوضوح عن درجة الوعي الالكتروني بهذه الصحيفة التي يُقدر صحفيوها المكانة الهامة التي تترتب عليها الالكترونييات عموما والانترنت بصفة خاصة في العمل الإعلامي.

وهذا يضع يومية النصر كأول مؤسسة إعلامية من بين المؤسسات الإعلامية محل الدراسة من حيث استخدام صحفييها للانترنت كمصدر للحصول على المعلومات، تليها إذاعة قسنطينة فمحطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون كما تبينه النتائج الإحصائية في الجدول أعلاه وهي بيانات ذات دلالة احصائية حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 11.8 تفوق قيمة χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 0.71 عند درجة الحرية $d=4$ ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 09 يوضح استخدام الانترنت في المجال الإعلامي وعلاقته بمتغير الأقدمية ****

المجموع	أكثر من 11 سنة		من 6 - 11 سنة		من سنة - 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية استخدام الانترنت	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
35.9	14	42.1	08	75	03	11.1	01	28.6	02	دائما
51.3	20	47.4	09	25	01	66.7	06	57.1	04	أحيانا
12.8	05	10.5	02	00	00	22.2	02	14.3	01	أبدا
%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	المجموع

إنّ عدد سنوات عمل الصحفي في مؤسسته الإعلامية يحدد نوعية مصادر المعلومات التي يتعامل معها، فغالبا كلما زادت أقدمية الصحفي كلما زاد استغناؤه عن مصادر المعلومات الالكترونية بما فيها الانترنت على اعتبار أنه اكتسب خلال سنوات عمله علاقات مهنية مع كبار المسؤولين

وتعرّف على الكثير من المنافذ التي تتيح له الحصول على المعلومات في وقتها دون اللجوء للانترنت. والجدول أعلاه يبين أنّ الصحفيين ذوي أقل من سنة خبرة في المجال الإعلامي يستخدمون الانترنت "أحياناً" بنسبة 57.1 % وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى كونهم يشكلون فئة المبتدئين أي أنهم صحفيين لا يزالون في طور البحث عن مصادر المعلومات التي تمدّهم بكافة المستجدات، لذا فالانترنت بالنسبة اليهم لا يمثل سوى مصدراً مؤقتاً تحيلهم إليه الحاجة الملحة للمعلومة بما أنهم لا يملكون البديل. وفي ذات الفئة نجد المبحوثين يستخدمون الانترنت "دائماً" بنسبة 28.6 % وهذا عائد إلى أن هذه الفئة تجد في الانترنت المصدر السريع والاستجابة الفورية لمتطلباتها المهنية فكل صحفي في بداية مشواره المهني يحتاج إلى تحقيق سبق صحفي واحد على الأقل لإبراز قدراته على استشعار الأحداث الهامة ولفت انتباه مسؤوليه من ناحية وكسب جمهور من ناحية أخرى ولو بقي الصحفي المبتدئ في انتظار تشكيل شبكة علاقات اجتماعية ومهنية لتحقيق طموحاته المهنية لاستغرق منه ذلك الشهور الطويلة وربما السنوات الطويلة. فلوعدنا لمصدر المعلومة من كبار المسؤولين والشخصيات الرسمية لوجدنا أنّ معظمهم لا يبوحون بالأسرار المهنية ولا بالمشاكل العالقة إلا لمن يثقون بهم من الصحفيين الأكفاء والمتمرسين، نظراً أن الصحفي المبتدئ قد يتناول المسائل من زاوية مخالفة لما يريدون إيصاله للجمهور، كما أنه – حسب اعتقادهم – لا يملك بالقدر الكافي القدرة على الربط بين الأحداث واستنباط الطرق المثلى للتأثير على الرأي العام. أما الانترنت فهي تتيح لكل الصحفيين دون استثناء الفرصة للحصول على الأحداث الحصرية وهو ما يجعلهم يتسابقون لاستخدامها. كما نجد نسبة 14.3% من الصحفيين المبتدئين لا يستخدمون كلية الانترنت للحصول على المعلومات وهي نسبة ترجع إلى احتيار الصحفي المستجد وتخوفه من نوعية المصادر الواجب استخدامها لاستيقاظ المعلومة، وهي حالة طبيعية تنتاب كل صحفي مبتدئ وتزول تدريجياً بمجرد تمرسه واعتياده على المهنة.

أما الصحفيون ذوو من سنة – 5 سنوات أقدمية فهم يستخدمون "أحياناً" الانترنت كمصدر لمعلوماتهم بنسبة 66.7 % وهي نسبة توضح أنّ هؤلاء الصحفيين يملكون مصادر معلومات بديلة تُغنيهم عن الانترنت نظراً أنهم يملكون بعض سنوات الأقدمية التي فتحت أمامهم الفرصة للتعامل مع "مصادر معلومات بشرية مباشرة" وهو ما يجعلهم يرون في الانترنت وسيلة كمالية يمكن تجاهلها مادامت الأخبار تصل إلى آذانهم مباشرة. كما نجد نسبة 11.1 % منهم يستخدمون الانترنت "دائماً" وهذه النسبة تعكس وجود فئة تحاول الجمع بين ميزتين أساسيتين هما الأقدمية والإلمام بالمستجدات وهي نسبة صغيرة مقارنة بنسبة الذين لا يستخدمون الانترنت مطلقاً كمصدر للمعلومات وهي نسبة تقدر بـ 22.2 % فهي نسبة أيضاً تعبر عن أنّ هذه الفئة من الصحفيين تكتفي بالمصادر التقليدية

التي تمتلكها، وهو ما يدفعنا للقول أنّ هناك مسألة هامة لا بد من التطرق إليها ألا وهي مسألة غياب الطموح المهني عند أغلب الصحفيين والمقصود بذلك أن الإعلاميين صاروا يكتفون بالنجاحات القليلة التي يحققونها ولا يطمحون إلى زيادة أو تحسين المعلومة المقدمة، وذلك قد يعود إلى أسباب ذاتية متعلقة بالصحفي في حد ذاته كعدم رغبته في تحقيق نجاحات كبيرة في المجال الإعلامي واهتمامه بالعائد المالي للعمل الصحفي بالدرجة الأولى، وهو أمر واقع فرضته الظروف الاقتصادية المتدنية للصحفي في المجتمع الجزائري إذ يصل أجره في الكثير من الأحيان إلى ما دون 10000 دج وهو أجر لا يكفي الشاب لتكوين مستقبله كما لا يكفي رب البيت ليعول أبناءه. وبالتالي فالصحفي الجزائري صار يفكر بتقديم أول خبر يصادفه باعتماده على طريقة الصحفي الذي ينتظر مجيء الخبر ولا يبحث عنه، وصحفي بهذه المواصفات من المؤكد أنه لن يفكر في الرجوع للانترنت للبحث عن المعلومات الطازجة.

أما الصحفيون ذوو من 6 – 11 سنة خبرة فهم يقبلون الموازين نظرا أنها فئة تستخدم الانترنت "دائما" بنسبة 75 % وهي فئة تشمل صحفيين متمرسين تعودوا على العمل الإعلامي، ورغم ذلك فهم لم يكتفوا بشبكة العلاقات الاجتماعية والمهنية التي أقاموها للحصول على المعلومات بل جعلوا من الانترنت موعينا لهم في عمليات البحث عن الأخبار الصحفية، سعيا منهم للمحافظة على مراكزهم الريادية في عالم الصحافة الذي يضمحل فيه ويتلاشى كل "صحفي عادي" تحت تأثير المنافسات الشديدة سواء بين الصحفيين فيما بينهم أو بين المؤسسات الإعلامية ككل. وفي نفس الفئة نجد الذين يعتمدون على الانترنت "أحيانا" كمصدر للمعلومات تبلغ نسبتهم 25 % أي أنه لا يوجد صحفيين في هذه الفئة لا يعتبرون الانترنت مصدرا من مصادر المعلومات الهامة، وهذا يعود أساسا إلى رغبتهم من جهة في تنويع المواد الصحفية التي يقدمونها يوميا إلى الجمهور وحرصهم على البقاء دوما على اتصال بكل ماهو حديث ومبتكر وهي ميزة لا يقدمها غير الانترنت.

أما الصحفيون ذوو أكثر من 11 سنة خبرة فهم يستخدمون الانترنت "أحيانا" بنسبة 47.4 % ويستخدمونها "دائما" بنسبة 42.1 % والتقارب بين هاتين النسبتين يجعلنا نقسم هذه الفئة إلى نصفين متقاربين تقريبا، أي هناك من يستخدم الانترنت أحيانا حين لا تفي المصادر المألوفة بالغرض المهني المطلوب كما توجد نسبة لا بأس بها تؤكد أنّ كبار الصحفيين لا يكتفون بعلاقتهم الشخصية ولا بالمصادر التقليدية للحصول على المعلومات بل يلجأون إلى الانترنت بصفة دائمة لاستقاء الأخبار. وهي حتمية فرضها عليهم العالم الرقمي الذي اكتسح عالم الصحافة إذ صاروا مجبرين على التعامل مع هذا النوع من المصادر لتحقيق سبق والريادة على اعتبار أن هناك معلومات تتجاوز حدود المعارف الشخصية (كالأخبار الدولية) وتتطلب إمام الصحفي بها لممارسة عمله اليومي على أكمل

وجه. أما الأقلية المقدرة بـ 10.5% من نفس الفئة فهي تشمل أولئك الذين لا يستخدمون الانترنت كمنبع إخباري وهم من الصحفيين المحافظين الذين يكتفون بما لديهم من معلومات تأتيهم من علاقاتهم الشخصية أو عبر برقيات وكالات الأنباء وغيرها من المصادر التقليدية البسيطة دون أن يكون لديهم طموح في تجديد المواد التي يقدمونها أو زيادة معارفهم وخبراتهم المهنية وهم غالبا صحفيون يمتلكون أقدمية كبيرة وحنكة إعلامية تجعلهم يستشعرون الأحداث الصحفية كما لديهم قدرة خارقة على الربط بين الأحداث وذاكرة فولاذية تؤهلهم للعودة لمتابعة مستجدات أحداث أو ظواهر مرت عليها السنين الطويلة. وهم بذلك يرون بأن الانترنت تخمة مهنية لا ضرورة لها، بل إن كثيرا منهم لا يتقن طريقة استخدام هذه التقنية أصلا لاعتبارهم إياها "وسيلة شبابية" عابرة لا يمكن أن تحل محل المصادر التقليدية.

الجدول رقم: 10 يوضح تلقي الصحفيين لتكوين للمتمكن من الاستعمال الأمثل للانترنت

النسبة	التكرار	
25.6	10	نعم
74.4	29	لا
%100	39	المجموع

إن التكوين في المجال الإعلامي يمثل شريان النجاح المهني وركيزة أساسية لاكتساب أقصى درجات الاحترافية مستقبلا، والتكوين المقصود في هذه الدراسة هو ذلك الذي يمكن الصحفي من التحكم في استخدام الانترنت وأجهزة الحاسوب باختلاف أنواعها، ولهذا التكوين شروط ليحقق الأهداف المرجوة منه كأن يكون ملماً بكافة استخدامات الحاسب الالكتروني وكذا خدمات الانترنت وكيفية الاستفادة منها في المجال الإعلامي. والتكوين مسؤوليته يتقاسمها كل من الصحفي والمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، فالصحفي يتوجب عليه أن يكون نفسه في هذا المجال ليكون من الملتحقين بالركب الحضاري الرقمي، كما يتحتم على المؤسسة الإعلامية أن ترفع راية التكوين للنهوض بمستوى صحفيها وتحسين نوعية المادة الإعلامية التي تقدمها. وتجدر الإشارة إلى قلة الدراسات والبحوث الأكاديمية التي تتناول وضعية وسائل الإعلام الجزائرية وتدرس حاجياتها في مجال التكوين باستثناء بعض الكتابات التاريخية حول الصحافة الوطنية لا غير. والجدول أعلاه يبين أن نسبة 74.4% من المبحوثين لم يتلقوا تكويناً يسمح لهم باستخدام الانترنت على أكمل وجه وهي نسبة تعبر عن نفسها وكل ما يمكن أن يقال عنها هي أنها تفتح الأبواب على مصراعها أمام الإنزلاقات المهنية في عصر

يستلزم الإلمام بالالكترونيات وبالانترنت على وجه الخصوص. وبما أن التكوين هو مسؤولية المؤسسة الإعلامية بالدرجة الأولى يمكننا القول بأن المسؤولين يتجاهلون أن الانترنت وكل الوسائط الالكترونية الدقيقة قد صارت القلب النابض في أغلب المؤسسات الإعلامية العالمية. وفي المقام الثاني تعود مسؤولية التكوين إلى الصحفي في حد ذاته وإلى رغبته في توسيع معارفه والنهوض بمستواه المهني وبما أن نسبة التكوين منخفضة لهذه الدرجة فيمكننا القول بأن الصحفي الجزائري لا يأبه بتحسين مستواه المعرفي والمهني، كما قد تكون الظروف الاقتصادية عائقا يحول دون قيام الصحفيين الجزائريين بالتكوينات اللازمة على اعتبار أن هذه الأخيرة تتطلب مبالغاً مالية معتبرة يعجز عن دفعها الكثير من الإعلاميين.

ونجد أن نسبة 25.6 % من المبحوثين قد تلقوا تكويناً يمكنهم من استخدام الانترنت على أكمل وجه ورغم أن هذه النسبة هي نسبة صغيرة مقارنة مع النسبة الأولى إلا أنها تعبر عن الأقلية المتحكمة في المجال التكنولوجي وفي الإعلام الآلي على وجه الخصوص وهي ميزة تزيد من قدرتهم على استقاء المعلومات من الانترنت بصورة مباشرة ودون الحاجة إلى مساعدة الآخرين لهم.

وقد كشف كل من السيد عبد الحميد بالصالح وزير البريد وتكنولوجيات الإتصال والإعلام، ونائب رئيس المجلس الشعبي الوطني محمد الصغير قارة خلال اجتماع نادي الصحافة البرلمانية الذي حضره إلى جانبها جملة من الصحفيين في مارس 2009، أنه سيستفيد مستقبلاً نحو 120 من الصحفيين الجزائريين العاملين في مختلف الوسائل الإعلامية المكتوبة منها والمرئية والمسموعة من دورة تكوينية في رخصة القيادة الدولية للكمبيوتر.

وفي هذا السياق أكد وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال عبد الحميد بالصالح "على وجود نقص في مجال التكوين والتأطير لكن في الآونة الأخيرة تم تدارك النقص المسجلة في هذا الشأن بالسعي إلى سد الفجوة التي تفصل الجزائر عن الدول المتقدمة من خلال تطوير الكفاءات البشرية".

وحسب نفس الوزير فإن وزارته ستشرف على تكوين أكثر من 1600 عامل في قطاع الإعلام والإتصال، و الهدف الرئيسي هو الوصول إلى تكوين أكثر من 300 ألف موظف لمسايرة التطور الكبير الحاصل في ميدان الإتصال والإعلام .

ومن جانبه جدد نائب رئيس المجلس الشعبي الوطني "التزام المجلس ومؤسسات الدولة بتقديم كل الدعم المالي اللازم من أجل ضمان تكوين جيد للصحفيين الجزائريين الذين يعرفون تأخراً كبيراً مقارنة بدول عربية أخرى كمصر ولبنان" وهو ما أكده موقع الإذاعة الجزائرية.

وهي وعود لم نتمكن من التحقق ما إذا كانت قد جسدت على أرض الواقع أم أنها بقيت مجرد حبر على ورق وآمال تنتظر التحقيق، وتجدر بنا الإشارة إلى أنه حسب استبيان أجري في 2009 بالجزائر العاصمة قامت به الفيدرالية الوطنية للصحفيين الجزائريين وشمل 122 صحفي أن 85.24 % من الصحفيين المبحوثين أكدوا أن التكوين بالجامعة غير كاف لصنع صحفي ناجح، ومن بين أفراد العينة التي شملها الاستبيان اقترح 79.5% منهم إقامة مدرسة متخصصة في تكوين الصحفيين، في حين أن نسبة 20.49% منهم اقترحوا مزاولة التكوين المتخصص بعد التدرج. وأما عن نوع التكوين الذي يرغب فيه الصحفيون فأكدت نسبة 90.16 % منهم فضلوا التكوين في اللغات الأجنبية و 77.86 % منهم فضلوا التكوين في فنيات التحرير والكتابة الصحفية. وهي نسب تعكس أن الصحفيين الجزائريين هم بحاجة إلى التكوين في اللغات الأجنبية بالدرجة الأولى فهذه الأخيرة هي ركيزة التمكن من الاندماج في العالم الرقمي فالصحفي الذي لا يتقن اللغات الأجنبية يصعب عليه التحكم في استخدام الانترنت.

كما أنني في الدراسة التي أنا بصدد إنجازها لم أربط بين السن وتلقي التكوين على اعتبار أن كل الصحفيين هم بحاجة للتكوين وأن يكونوا على اتصال دائم بكل ما هو الكتروني وجديد بغض النظر عن سن كل واحد. ونفس الشيء يقال عن المستوى العلمي فذا المستوى الثانوي أو ذوي المستوى الجامعي أو العالي كلهم بحاجة للتكوين لتوسيع معارفهم لأن الشهادات لوحدها لا تكفي لصناعة الصحفي المتمرس الناجح والملم بكافة تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

الجدول رقم: 11 يوضح تلقي الصحفيين للتكوين وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية تلقي تكوين	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
5.6	10	50	05	8.3	01	23.5	04	نعم	
74.4	29	50	05	91.7	11	76.5	13	لا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية=0.10				درجة الحرية = 2				كا ² المحسوبة= 5	

إن لكل مؤسسة إعلامية خصوصيتها على اعتبار أن المؤسسات الإعلامية محل الدراسة هي

مؤسسات مختلفة من حيث طبيعة عملها غمناها السمعية منها السمعية البصرية ومنها المكتوبة، وهو ما يحتم علينا أخذ كل مؤسسة على حدة وربطها بمدى تلقي صحفييها لتكوين. فالجدول أعلاه يبين أنه في محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون توجد نسبة 23.5% من الصحفيين الذين تلقوا تكويننا وهي نسبة صغيرة مقارنة مع نسبة 76.5% من الذين لم يتلقوا تكويننا، وهو أمر في غاية الأهمية على اعتبار أن القطاع السمعي البصري هو قطاع حساس يتطلب مواكبة وإطلاعا كبيرا على التقنيات الحديثة ورغم ذلك فالنسب تعبر عن العكس تماما. وهذا قد يعود لعدم اهتمام أغلب الصحفيين بتكوينهم الذاتي من جهة واكتفائهم بتقديم الأخبار البسيطة التي لا تتطلب جهدا معرفيا وإلكترونيا كبيرا وهي ظاهرة تحيلنا إلى ما سبق تسميته بموت الطموح المهني لدى صحفيينا. أو قد يعود إلى المؤسسة الإعلامية في حد ذاتها خاصة إذا كانت لا تسعى لتطوير القدرات الفردية لصحفييها من خلال تنظيم دوات تكوينية لهم.

ونفس الشيء يقال عن إذاعة قسنطينة التي تبلغ نسبة صحفييها الذين لم يتلقوا تكويننا 91.7% وهي نسبة تدق ناقوس الخطر في هذه المؤسسة، ففي عصر اكتسحت فيه الإذاعات الافتراضية العالم الإعلامي نجد صحفيين جزائريين محرومين من الاستفادة من تكوين يزيد من مقدرتهم على التعايش مع هذا العصر الإلكتروني المعقد. وهذا له لا محالة تأثيره السلبي على نوعية المواد الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسة، رغم أن محطة إذاعية كهذه يصل بثها إلى العديد من ولايات الوطن يحتم على مسؤوليها وصحفييها السعي ليل نهار لتحقيق الأفضل.

أما في يومية النصر فنجد اتزانا جليا يتضح من خلال وجود نسبة 50% ممن تلقوا تكويننا ونسبة 50% ممن لم يتلقوا تكويننا وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى سعي الصحفيين لتكوين أنفسهم وسعي المؤسسة الإعلامية في حد ذاتها إلى النهوض بنوعية المواد المقدمة للجمهور وذلك بعد النهوض بالمستوى الإلكتروني للصحفيين. وبالتالي تحل النصر المرتبة الأولى من حيث تلقي صحفييها للتكوين في مجال التكنولوجيات الحديثة تليها محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون ثم إذاعة قسنطينة، وهو ما يجعلنا نقول بأن صحفيي القطاع المكتوب هم أكثر تكويننا في مجال الإلكترونيات وهم الأقدر على التعامل مع الانترنت والاستفادة من خدماته المتعددة. وهي بيانات ذات دلالة احصائية بقيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ 5 تفوق قيمة كا² الجدولية والمقدرة بـ 0.10 عند درجة الحرية د= 2 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم:12 يوضح تلقي الصحفيين للتكوين وعلاقته بمتغير الأقدمية

المجموع	أقل من سنة		من سنة 5 – سنوات		من 6 – 11 سنة		أكثر من 11 سنة		الأقدمية تلقي التكوين	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
25.6	10	31.6	06	25	01	33.3	03	00	00	نعم
74.4	29	68.4	13	75	03	66.7	06	100	07	لا
%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 100 % من الصحفيين ذوي أقل من سنة خبرة في الميدان الإعلامي لم يتلقوا تكويناً مطلقاً، رغم أنهم يمثلون فئة مبتدئة تحتاج إلى الانترنت ولو مؤقتاً كمصدر للمعلومات فهي لا تملك مصادرًا تمنحها المعلومات الكافية لممارسة عملها اليومي. ولو رجعنا إلى الأسباب المؤدية إلى حرمان هذه الفئة من التكوين لوجدنا أنها قد يرتبط بعامل الظروف الاقتصادية للصحفي على اعتبار أن أغلب هؤلاء الصحفيين هم حديثو التخرج من الجامعات وغالباً مثل هذه التكوينات تحتاج إلى مبالغ مالية معتبرة. كما أنها قد ترتبط باستغناء هذه الفئة عن التكوين على اعتبار أنها تشمل فئة الشباب الذين يحتكون بكثرة بهذه الوسائل التكنولوجية الالكترونية حتى خارج إطار العمل وهو ما يمنحهم خبرة تغنيهم عن التكوين في كثير من الأحيان.

أما الصحفيين ذوي من سنة إلى خمس سنوات أقدمية فتبلغ نسبة الصحفيين الذين تلقوا تكويناً منهم 33.3% وهي نسبة صغيرة مقارنة بنسبة الذين لم يتلقوا تكويناً والمقدرة بـ 66.7 % وهذا يعود إلى عدم حاجة بعض الصحفيين للتكوين إما لأنهم متمكنين في مجال الإعلام الآلي أو لأنهم لا يعترفون بالانترنت كمصدر للمعلومات، فهذه الفئة تشمل صحفيين بدأوا يندمجون في عالم الإعلام وبدأوا يشكلون شبكة العلاقات المهنية والاجتماعية التي تمدهم بالمستجدات أو لا بأول.

أما الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة أقدمية فلم يتلقوا تكويناً بنسبة 75% وهذا يعود لأن أغلبهم صحفيين ذوو علاقات اجتماعية واسعة وهو ما يخول لهم الحصول على المعلومات بدون الاستعانة بالانترنت لذا فهم لا يشعرون بالحاجة إلى التكوين في هذا المجال، ولكن هذا يعد مجازفة في عالم الكتروني متغير يتطلب من ناقل المعلومة أن يكون متحكماً في تقنيات تبادل المعلومات، فليس كل

من يمتلك المعلومة بإمكانه أن يكون صحفياً ناجحاً ما لم يكن يمتلك الوسائل الفعالة لنقل معلومته وتدعيمها.

أما الصحفيين ذوي أكثر من 11 سنة أقدمية في المجال الإعلامي فـ 68.4 % منهم لم يستفيدوا من تكوين وهي نسبة معتبرة قد تفسرها سنوات الخبرة في المجال الصحفي فكلما زادت سنوات عمل الصحفي زادت علاقاته وصار استقاء المعلومات من الأمور البسيطة بالنسبة له، ورغم ذلك فالتجديد مطلوب ومواكبة التطور أمر لا بد منه إذا كان الصحفي يريد الحفاظ على مكانته في العالم الإلكتروني. فكل صحفي مهما زادت سنوات أقدميته احتاج لتحقيق التميز لأن مهمة الوصول إلى مكانة الصحفي الناجح أمر هين مقارنة بمهمة الصحفي الذي يريد المحافظة على هذه المكانة. وبالتالي نسجل أن فئة الصحفيين ذوي من سنة - 5 سنوات أقدمية هي أكثر فئة تلقى صحفيوها تكويناً للتمكن من استخدام الانترنت والاستفادة منها قدر الإمكان. وأكثر فئة حرمت من التكوين هي فئة الصحفيين المبتدئين الذين يملكون أقل من سنة أقدمية.

الجدول رقم:13 يوضح الاستفادة المهنية من هذا التكوين

النسبة	التكرار	
100	10	نعم
00	0	لا
%100	10	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن كل الصحفيين الذين تلقوا تكويناً استفادوا منه في ميدان العمل الصحفي بنسبة 100%، وهذا أمر منطقي نظراً لأن التكوين يكون عن طريق تقديم مقررات فيها جملة من المعارف والتطبيقات في مجال الإعلام الآلي وحتى تعريف بالانترنت و ببعض خدماته. وهو تكوين يكسر الحاجز بين الصحفي والعالم الرقمي على اعتبار أن الانترنت هو بوابة هذا العالم الجديد. فإذا تكون الصحفي جيداً صار بإمكانه البحث عن المعلومات في الانترنت والاتصال بالشخصيات الفاعلة في الأحداث العالمية وحتى الاستفادة من بعض المواد السمعية البصرية، السمعية والصور في تدعيم المواد الصحفية المقدمة للجمهور. ويعود التكوين على العمل الصحفي بالفائدة ويتضح ذلك جلياً من خلال قدرة الصحفي على التحكم في وسيلة أقل ما يقال عنها أنها تسير كافة مصادر المعلومات

فبفضلها يمكن الاتصال بالآخرين ويمكن الحصول على أحدث الإحصائيات وقراءة المجلات والبرائد العالمية بل وتلقي اقتراحات الجمهور والتعرف على انشغالاتهم عن قرب. لذا فالتكوين الإعلامي صار ضرورة أكثر من أي وقت فات خاصة وأن عدد الصحفيين الجزائريين في تزايد مستمر فحسب آخر احصائيات وزارة الاتصال فقد ارتفع عددهم ما بين 1990 – 2008 من 1500 إلى 4000 صحفي من بينهم 66 % يشتغلون في الصحافة المكتوبة. (موقع إذاعة الجزائر) وهو القطاع الذي تعد الانترنت المغذي الأساسي له إذ تزوده بالصور والأخبار وكذا التحليل اللازمة، وبالتالي فالصحافة المكتوبة هي أكثر القطاعات حاجة إلى تكوين صحفييها في مجال الالكترونيات وتكنولوجيات الاتصال الحديثة.

الجدول رقم:14 يوضح تنظيم التكوين

المجموع	التكرار	
40	04	منظم من قبل المؤسسة
60	06	منظم من قبل معاهد خارجية
%100	10	المجموع

من مظاهر اهتمام المؤسسة الإعلامية بتحسين مردودها الإعلامي، السعي لتنظيم دورات تكوينية لصحفييها وبما أننا في عصر رقمي تسيره الانترنت يتحتم على كل مؤسسة إعلامية تريد الاستمرارية وتخشى الاضمحلال وسط المنافسة الشرسة القائمة بين الإعلام التقليدي والالكتروني، أن تجعل صحفييها على دراية مستمرة بكل مستجدات العالم الافتراضي وخدماته الإعلامية المتزايدة يوما بعد يوم. إلا أن الجدول أعلاه يبين عكس ذلك فنسبة 60 % من الصحفيين الذين تلقوا تكويننا كان تكوينهم في معاهد خارجية وليس منظما من قبل مؤسساتهم الإعلامية، وهو أمر يفتح الأبواب على مصراعيها للتساؤل عن سبب عدم تنظيم المؤسسات الإعلامية لتربصات لصحفييها، فهل لأن المسؤولين راضين عن مستوى الصحفيين الجزائريين؟ أم أنهم حققوا ما يكفيهم من النجاحات الإعلامية التي تغنيهم عن الرغبة في تحقيق المزيد؟. لكن واقع الصحافة الجزائرية ينفي كلا الاحتمالين فالإعلام الجزائري يحتاج إلى تغييرات جذرية ويحتاج أكثر إلى يد فولاذية تقف من داخله جذور الكسل والرضا بالقليل في مجال يتجدد كل يوم. لعل غياب التكوينات المهنية وخاصة في مجال الالكترونيات

جعل من الصحفيين يفكرون ألف مرة قبل استخدام الانترنت، فكلما وجدوا تشجيعا من مؤسساتهم للإقبال على هذه التقنيات زادت رغبتهم في الإبداع وفي الاندماج في العالم الالكتروني، خاصة وأن التكوين في المعاهد الخارجية يجذب الصحفي أكثر من التكوين في المؤسسة الإعلامية نظرا أن المعاهد الخارجية تتميز بأنها تمنح الصحفي فرصة اختيار الوقت الذي يناسبه وكذا اختيار التخصص الذي يريد أن يتكوّن فيه، أما الدورات التكوينية المنظمة من قبل المؤسسة الإعلامية فهي تقيّد الصحفي بوقت معين ومقرر دراسي محدد.

أما فيما يتعلق بالتكوينات التي تم تنظيمها داخل المؤسسات الإعلامية محل الدراسة فهي تمثل نسبة 40 % من مجموع الدورات التكوينية التي خضع لها المبحوثون، وهي تعبر عن عدم انتظار الكثير من الصحفيين لمؤسساتهم الإعلامية حتى تنظم لهم دورات تكوينية في المجال الالكتروني بل اعتمدوا على إمكانياتهم الخاصة وهذا يؤكد أن هناك أقلية طموحة ترغب في تحسين مستواها المعرفي.

الجدول رقم: 15 يوضح علاقة تنظيم التكوين بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسطنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	تنظيم التكوين
04	40	04	80	00	00	00	00	منظم من قبل المؤسسة
06	60	01	20	100	01	100	04	منظم من قبل معاهد خارجية
10	100%	05	100%	01	100%	04	100%	المجموع
كا ² الجدولية = 0.10				درجة الحرية د = 2				كا ² = 6.8

يبين الجدول أعلاه أن كل صحفي محطة قسطنطينة الجهوية الذين تلقوا تكوينا كان منظما من قبل معاهد خارجية وليس من قبل المؤسسة التي يعملون بها وهذا يؤكد ماسبق قوله في الجدول الفارط، أي أن المحطة الجهوية للتلفزيون إما أن مسؤوليها راضين عن مستوى صحفيهم أو أنهم لا يطمحون إلى النهوض بالمواد المقدمة من قبلهم، فمستوى المحطة من مستوى صحفيها وإذا افتقد صحفيها لأدنى مستوى معرفي في المجال التكنولوجي افتقدت المحطة ككل إلى مواد إعلامية ترتقي إلى المستوى المطلوب في هذا العصر الرقمي، ورغم أنها محطة جهوية إلا أنه يقع على عاتقها مسؤولية نقل أحداث كل ولايات الشرق على أكمل وجه وإن ظل صحفيوها مستبعدين عن العالم الالكتروني لا بد من تسجيل تدني في نوعية المواد المقدمة للجمهور لأنّ فاقد الشيء لا يعطيه.

أما إذاعة قسنطينة فينطبق عليها ما قيل عن المؤسسة السالف ذكرها نظراً أنّ نسبة 100% من صحفييها الذين تلقوا تكويناً كان منظماً من قبل معاهد خارجية وبالتالي فهذه المؤسسة أيضاً تتجاهل ضرورة تنظيم دورات تكوينية لصحفييها لتدعيم المواد الإعلامية المقدمة على الأقل، أو تجديدها حتى لا يغلب على المحطة طابع الروتين وتكرار ما سبق به. فإذاعة قسنطينة من المحطات الإذاعية العريقة التي يصل إرسالها إلى العديد من ولايات الوطن وهذا يحتم على مسؤوليها وكذا صحفييها العمل الدؤوب والمتواصل لضمان البقاء والحفاظ على ما سبق تشييده خلال السنوات الماضية.

أما جريدة النصر فتقلب الموازين السابق ذكرها بتسجيل 80% من صحفييها الذين تلقوا تكويناً كان تكوينهم منظماً من قبل المؤسسة الإعلامية ذاتها وهذا يدل بوضوح على أنّ يومية النصر تسعى جاهدة للنهوض بنوعية المواد المقدمة للجمهور من ناحية، والإرتقاء بمستوى صحفييها والدخول بهم إلى العالم الرقمي بأقدام ثابتة من جهة أخرى، على اعتبار أن الخلفية المعرفية للصحفي من شأنها تنويع وتحسين مردوده الإعلامي، وكما سبق وأن أشرنا فالصحافة المكتوبة صارت تعتمد بشكل كبير على الالكترونيات وهو ما جعل استخدام الانترنت من أولويات هذا النوع من المؤسسات الإعلامية.

وهي بيانات ذات دلالة احصائية حيث أن χ^2 المحسوبة تساوي 6.8 وتفوق بذلك قيمة χ^2 الجدولية المقدره بـ 0.10 عند درجة الحرية $d = 2$ ومسنوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 16 يوضح مدّة التكوين

النسبة	التكرار	مدة التكوين
80	08	من شهر – 3 أشهر
00	00	من 4 أشهر – 7 أشهر
10	01	من 8 أشهر – 11 شهر
10	01	من سنة فما فوق
100%	10	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 80% من الصحفيين الذين تلقوا تكويناً تمّت مدّة تكوينهم من شهر إلى ثلاثة أشهر وهي مدّة لا بأس بها تكفي عادة لتلقين الصحفي المبادئ الأولية على الأقل للإعلام الآلي وللتعرف على بعض خدمات الانترنت والتي تمكّن الصحفي من الدخول إلى الانترنت والبحث

فيه، لكن نظرا لطبيعة هذه الوسيلة المتجددة وتشعباتها الكثيرة فهذه المدة تبقى عاجزة عن جعل الصحفي لا يواجه أي صعوبة تقنية أثناء استخدامه اليومي للانترنت. وباقي الصحفيين الذين تلقوا تكويننا كانت مدة هذا الأخير من 8 أشهر إلى أكثر من سنة وهي مدة تكفي لتجعل الصحفي على درجة كبيرة من التحكم في استخدام الانترنت والبحث فيه عن المعلومات مع تجنبه الكثير من الصعوبات التقنية التي يصادفها أغلب مستخدمي الانترنت. بل والأكثر من ذلك هو أن الصحفي الذي يخضع لتكوين أكثر من سنة هو صحفي لا يتوقف عند حدود الاستخدامات البسيطة للانترنت بل قد يتعدى ذلك، خاصة وأنا في عصر المدونات والشبكات الاجتماعية وهذا يعني أن هذا الإعلامي بإمكانه إنشاء مدونة خاصة به مثلا ووضع الكثير من المقالات فيها وجلب أكبر قدر من الجماهير التي تقاسمه الآراء وتطرح عليه انشغالاتها أو حتى تطلب منه مساعدتها في إيجاد الحلول للكثير من المشاكل التي تواجهها. وهو أمر ايجابي فصحفي كهذا قد يساعد أيضا في اقتراح طرق مبتكرة لإخراج الصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية أو في الحصول على الصور وأفضل المواد السمعية البصرية، فحسن التكوين يجعل رجل الإعلام يميز بين المادة الإعلامية الالكترونية الرديئة والجيدة.

وعموما ومهما صغرت مدة التكوين تبقى له أهمية قصوى فهو يعتبر خطوة أولى نحو القضاء على "الأمية التكنولوجية" لدى فئة دورها الأساسي تنوير العقول البشرية وحث الناس على القضاء على كل أشكال الأمية إذن فالأحرى أن تبدأ هذه الفئة بتطبيق ما تدعو اليه حتى تكون قدوة لجمهورها.

الجدول رقم: 17 يوضح مواجهة الصحفيين صعوبات أثناء استخدام الانترنت

النسبة	التكرار	
10.3	04	دائما
61.5	24	أحيانا
28.2	11	أبدا
%100	39	المجموع

إن استخدام أي وسيلة يترتب عليه إما مواجهة المستخدم لصعوبات تحول دون استفادته من هذه الوسيلة أو مقدرة المستخدم على تجاوز أي مشكل يواجهه وهذا يعود أساسا إلى مدى تحكم المستخدم في الوسيلة. والجدول أعلاه يبين مدى مواجهة الصحفيين الجزائريين لصعوبات أثناء

استخدامهم للانترنت، ويلاحظ أن نسبة 61.5 % من الصحفيين يواجهون أحيانا صعوبات أثناء استخدام الانترنت ونسبة 10.3 % منهم يواجهون دائما صعوبات أثناء استخدام الانترنت، وهي نسب متوقعة نظرا لنقص تكوين الصحفيين في المجال الالكتروني وفي مجال استخدام الانترنت على وجه الخصوص في كامل المؤسسات الإعلامية محل الدراسة. وهذا يجعل الإعلامي عرضة للكثير من الصعوبات التقنية خاصة لأن هذه الوسيلة تحتاج مستوى عال من التكوين وثقافة الكترونية واسعة، فالانترنت سلاح ذو حدين يفيد مستخدمه إذا كان متمكنا منه كما قد يتحول إلى مضيعة للوقت إذا كان المستخدم لا يتقن لغته.

فلو لاحظنا عدد الصحفيين الذين لا يواجهون صعوبات مطلقا أثناء استخدام الانترنت لوجدناه 11 صحفيا من أصل 39 أي أنه عدد قليل يدفعنا للقول بأن الصحفيين الجزائريين يعانون من نقص معرفي في المجال الالكتروني وهذا دليل على أنهم بعيدين عن الاستفادة المثلى من فوائد وخدمات هذه الوسيلة.

الجدول رقم: 18 يوضح مواجهة الصحفيين للصعوبات أثناء استخدام الانترنت وعلاقتها بمتغير السن

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن مواجهة الصعوبات	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
7.7	03	18.2	02	00	00	20	01	00	00	دائما
61.5	24	45.4	05	91.7	11	80	04	36.4	04	أحيانا
30.8	12	36.4	04	8.3	01	00	00	63.6	07	أبدا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أنه في الفئة العمرية ما بين 22 – 29 سنة لا يواجه صحفيوها صعوبات أبدا وذلك بنسبة 63.6 % وهي نسبة معتبرة تعبر عن فئة من الشباب المتحكمين في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وهذا ما يؤكد لنا الاعتقاد السائد بأن الشباب هم أقدر وأكثر تحكما في استخدام الانترنت بحكم كثرة احتكاك هذه الفئة بالانترنت فمن المتعارف عليه أن الشباب مرتبطين نفسيا بهذه الوسيلة أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى لأنها سريعة جدا ومليئة بالشفرة الشبابية التي صارت لغة يتبادلها الشباب حتى في الشوارع وفي المنازل. أما النسبة المتبقية من نفس الفئة فهي تواجه "أحيانا" صعوبات أثناء استخدام الانترنت وهذا قد يعود إلى عدم تلقينا تكويننا في هذا المجال

بالذات أو لنقص في اللغات الأجنبية التي يشكو الصحفيون الجزائريون من عدم إتقانهم لها حسب ما أوردته الدراسة السابق ذكرها (الدراسة المجراة من طرف الفيديرالية الوطنية للصحفيين الجزائريين في 2009).

أما الفئة العمرية ما بين 30 – 37 سنة فيواجهون صعوبات بنسبة 100% هذا ربما راجع لعدم استفادة هؤلاء من التكوينات اللازمة في هذا المجال فهي فئة حرمت من التكوين بنسبة 100%، وهذا يجعل الصحفي حتى لو أراد التغلب على ضعفه وفكر في الاعتماد على الانترنت يصدم بجملته من الصعوبات التقنية التي تخلق لديه شعورا بالإحباط والفشل وهو ما يدفعه إلى تفادي استخدام الانترنت والاكتفاء بكل ما هو بسيط وسهل الاستخدام.

أما الفئة العمرية ما بين 38 – 45 سنة فيواجه صحفيوها "أحيانا" صعوبات بنسبة 91.7% وهي نسبة كبيرة تعبر عن عجز هذه الفئة عن استيعاب تقنية الانترنت وعدم قدرتهم على التعامل معها كمصدر أساسي لمعلوماتهم، وهي مسألة تزيد الطين بلة فالصحفيون يعانون من مشكل الكسل الإعلامي أي أنهم صاروا ينتظرون مجيء المعلومة ولا يذهبون للبحث عنها، فضلا عن مواجهتهم لظروف عمل غير مشجعة لأن مسؤولي المؤسسات الإعلامية يتجاهلون أهمية تحسين المستوى المهني لصحفيهم، ثم يصدم الصحفي بمستواه المعرفي المتدني في المجال التكنولوجي ويجد نفسه عاجزا عن التحكم في وسيلة تتحكم في سير عمله بل وفي مردوده المهني. وتبقى الأقلية القادرة على استخدام الانترنت والاستفادة منها وهي تشكل الأقلية (8.3%) التي قد تكون تلقت تكوينا على اعتبار انه هذه الفئة هي أكثر فئة استفادت من الدورات التكوينية في هذا المجال.

أما الفئة العمرية للصحفيين الذين يزيد عمرهم عن 46 سنة فتبلغ نسبة الذين يواجهون صعوبات منهم 45.4% وهي نسبة تعبر عن أنّ هذه الفئة تواجه عراقيل عديدة أثناء استخدام الانترنت وهذا أمر طبيعي على اعتبار أن نسبة كبيرة منها لم تتلق تكوينا من ناحية ولم تلق الاهتمام الكافي من مؤسساتها من ناحية أخرى فهي فئة تحتاج إلى تكوين مستمر للتمكن من استيعاب هذه التكنولوجيات الحديثة. وما يمكن قوله هنا أيضا هو أن الانترنت وسيلة حديثة وبعد ظهور المدونات والمدونات المصغرة صارت ترتبط بصورة مباشرة بالشباب أما الفئات العمرية الأخرى فهي فئات تستخدم الانترنت بطريقة محدودة فإذا صادفت صعوبات زادت محدودية استخدامها للوسيلة إن لم نقل انعدمت في الكثير من الأحيان كما هو الحال بالنسبة للأقلية المقدرة بـ 18.2% من ذات الفئة. كما نجد نسبة 36.4% منها لا تواجه صعوبات مطلقا عند استخدام الانترنت وهم صحفيون استطاعوا التغلب على عامل السن إما بالتكوين أو بكثرة الاحتكاك بهذه الوسيلة مما أكسبهم خبرة جعلتهم لا

يواجهون صعوبات أثناء الاستخدام، وهم بالتالي أفضل من الكثير من الصحفيين الشباب الذين بمجرد مواجهة صعوبات يستسلمون ويبتعدون كلية عن استخدام الوسيلة.

الجدول رقم: 19 يوضح مواجهة الصحفيين للصعوبات أثناء استخدام الانترنت وعلاقتها بمتغير المستوى العلمي

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي
		%	ت	%	ت	%	ت	
7.7	03	13.3	02	4.3	01	00	00	دائما
61.5	24	60	09	60.9	14	100	01	أحيانا
30.8	12	26.7	04	34.8	08	00	00	أبدا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يصادف أحيانا صعوبات أثناء استخدام الانترنت وقد يعود السبب إلى حرمانه من التعليم الجامعي الذي يتلقى فيه غالبا الطالب دروسا في الإعلام الآلي وهو ما جعلها الصحفي يواجه صعوبات لغوية أو تقنية أثناء استخدامه للانترنت، نظرا أن هذه الوسيلة تحتاج إلى شخص متحكم في اللغات وعلى قدر عال من التحكم التقني في الوسيلة للتمكن من الاستفادة من المعلومات المتاحة والخدمات الإعلامية المتعددة.

أما فئة الجامعيين فنجد نسبة 60.9 % منهم يواجهون "أحيانا" صعوبات أثناء استخدام الانترنت ونسبة 4.3 % منهم يواجهون "دائما" صعوبات وهي نسب كبيرة راجعة إلى إمكانية عدم تلقينهم للتكوين من ناحية أو عدم استيعابهم للتقنية ككل من ناحية أخرى. وهو ليس بالأمر الغريب لأن كل الوسائل الالكترونية تتميز بالتجدد السريع لخدماتها ولطريقة استخدامها ومن الصعب على الفرد أن يلم بكل مستجداتها بل عليه ان يواجه الصعوبات لأن ما هو صعب اليوم غدا يصبح أمرا بديهيا يسهل تجاوزه. دون أن ننسى أن هناك نسبة 34.8 % منهم لا تواجه صعوبات مطلقا وهي نسبة تعبر عن استفادة بعضهم من الدراسة الجامعية ومن مقياس الإعلام الآلي الذي يكسر الحاجز بين الطالب وبين جهاز الحاسوب فحتى من لا يملك جهازا في بيته يستطيع العمل به في الجامعة وهو أمر ايجابي سعت كل الجامعات الجزائرية إلى تكريسه. دون أن ننسى أن هناك الكثير منهم خضعوا للتكوين واستفادوا منه

بعد تلقينهم دروسا في كيفية الاستفادة من خدمات الانترنت وتوعيتهم بأهمية الالكترونيات في المجال الإعلامي.

أما فئة الصحفيين ذوي المستوى العالي فيواجهون "أحيانا" صعوبات بنسبة 60 % و"دائما" بنسبة 13.3% وهي نسب كبيرة تشير إلى عدم وجود ترابط بين المستوى العلمي العالي ومواجهة الصعوبات أثناء استخدام الانترنت. فهؤلاء الصحفيين اكتفوا بالشهادات ونسوا أن عصرنا الرقمي لا يعترف بالشهادة لوحدها بل يستوجب متابعة مستمرة من الصحفي لكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيات الاتصال حتى يتسنى له نقل وتبادل الأخبار بالطريقة المثلى وإيصالها إلى كل أنواع الجمهور. فقد صار هناك جمهور للصحافة التقليدية وجمهور للصحافة الالكترونية وأرقام هذا الأخير في ازدياد مستمر وأقدر صحفي على كسب الجمهورين معا هو الصحفي ذا المستوى العلمي العالي والإمكانات المعرفية التكنولوجية الهائلة. كما نجد الأقلية التي لا تواجه صعوبات مطلقا وهي تشكل نسبة 26.7 % وهي فئة نموذجية تمتلك مقاييس الصحفي الناجح في العصر الرقمي (المستوى العلمي العالي والثقافة التكنولوجية العالية).

الجدول رقم:20 يوضح مواجهة الصحفيين للصعوبات أثناء استخدام الانترنت وعلاقتها بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية مواجهة الصعوبات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
7.7	03	00	00	00	00	17.6	03	دائما
61.5	24	50	05	66.7	08	64.7	11	أحيانا
30.8	12	50	05	33.3	04	17.6	03	أبدا
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع
كا ² الجدولية = 0.35		درجة الحرية = 4				كا ² المحسوبة = 6.3		

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة قسنطينة للتلفزيون يواجهون "أحيانا" صعوبات أثناء استخدام الانترنت وذلك بنسبة 64.7 % و"دائما" بنسبة 17,6 % وهي نسب كبيرة ترتبط مباشرة بعدم وجود دورات تدريبية بالمؤسسة من ناحية فهذه المحطة على الرغم أنها تحمل على عاتقها مسؤولية نقل أحداث كافة ولايات الشرق الجزائري إلا أن مسؤوليها يكتفون بما لديهم من إمكانات بسيطة ولا

يعتبرون بأن مؤسستهم في حاجة ماسة لتحسينات جذرية ككل المؤسسات الإعلامية الجزائرية. فالتجديد أمر لا بد منه في المجال الإعلامي وخاصة في القطاع السمعي البصري ورغم أن كبار المسؤولين في الجزائر أصروا مرارا على ضرورة النهوض بالقطاع السمعي البصري خصوصا والإعلام الجزائري عموما فإن الوضع الراهن يعكس صورة مشوهة لكل هذه الوعود. لكن الأمر المثير للجدل هو تجاهل المسؤولين لعدد الجماهير الجزائرية التي لازالت وفيّة للتلفزيون الجزائري في عصر القنوات الفضائية ذات المضمون الإعلامي الهادف وعالي الجودة. فحسب دراسة (سبر آراء)²⁰ أجريت بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر خلال السنوات القليلة الفارطة ونشرته "جريدة صوت الأحرار" تأكد أن 15% من الجمهور الجزائري فقط هي نسبة من يتابعون التلفزيون الجزائري، وهو رقم مفزع يزيد من غرابة ردة فعل المسؤولين. ورغم عدم دقة هذه الأرقام إلا أنها أرقام تقريبية وإن إتناوبا شك في مصداقيتها فلنعد إلى الواقع ولنبدأ ببيوتنا وبيوت جيراننا وحتما سنجد الحقيقة عارية دون أي تزييف، بعيدا عن التصريحات الرسمية وترسانة القوانين الجافة.

وأكبر دليل على ذلك البيانات الإحصائية الملاحظة في الجدول أعلاه، والتي تعد تعبيراً صارخاً عن عدم قدرة صحفيي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون على التأقلم مع تكنولوجيات الاتصال، وقد أدى هذا إلى اختفاء السعي الذاتي لكل صحفي لتحسين مستواه في هذا المجال، حيث انغلق كل صحفي داخل قوقعة زجاجية ضيقة تسمى "المؤسسة الإعلامية" فيرى كل ما حوله من الكترونيات ورقمنة كالمعدن البراق لكنه مهما بسط يديه لا يستطيع لمسها. ونجد نسبة 17.6 % من هؤلاء الصحفيين لا يواجهون مطلقاً صعوبات أثناء استخدام الانترنت وهي فئة قليلة كسرت قوقعتها لكنها إذا استمرت في العمل داخل مؤسسات غير مبالية لا بد وأن تتقل إليها عدوى الإحباط المهني.

أما صحفيي إذاعة قسنطينة فيواجهون صعوبات بنسبة 66.7 % وهي نسبة معتبرة أيضاً تشير إلى نتيجة حتمية لاختفاء الدورات التكوينية في هذه المؤسسة وإصرار صحفييها على الاحتفاظ بنفس المستوى وبتقديم نفس نوعية المواد الإعلامية. ورغم وجود نسبة 33.3 % ممن لا يواجهون صعوبات على الإطلاق إلا أنها نسبة غير كافية لمؤسسة أغلب صحفييها هم من فئة الشباب الذين يفترض أن يكونوا على مستوى عال من التحكم في هذه التقنيات، كما أنهم بصدد تكوين مستقبلهم الإعلامي ولكن المستوى الذي يملكونه لا يؤهلهم لمواصلة مسيرة الأولين ولا لاستلام مشعل النهوض بالقطاع السمعي في الجزائر. وهذا لا ينفى الجهود المبذولة من كبار المسؤولين في الجزائر للنهوض بالقطاع السمعي وهو أفضل بكثير من القطاع السمعي البصري فقد قفز عالم الأثير الجزائري قفزات سريعة خاصة بعد

: رابط المقال²⁰: <http://www.sawt-alahrar.net/online/modules.php?name=News&file=article&sid=11189>

إنشاء الإذاعات المحلية في الكثير من ولايات الوطن، إلا أن مسألة المستوى المهني ونوعية المواد الإعلامية تبقى مسؤولية الصحفي بالدرجة الأولى فدوره الأساسي هو تقديم الأفضل وليس الاكتفاء بالقليل. وهذا طبعاً لا ينفي مسؤولية مسيري المؤسسة الإعلامية الذين بإمكانهم اشتراط مستوى معين في الصحفيين قبل توظيفهم رسمياً أي خلال فترة التربص.

أما في يومية النصر فنجد توازناً بين نسبة الصحفيين الذين يواجهون "أحياناً" صعوبات وبين الذين لا يواجهون صعوبات على الإطلاق فرغم قيام المؤسسة بالدورات التكوينية اللازمة إلا أن صحفييها لا يزالوا يعانون من صعوبات، وهذا قد يعود للصفة المتجددة التي يتميز بها الانترنت على اعتبار أنه يجدد خدماته وتقنياته الاستفادة منها كل دقيقة إن لم نقل كل ثانية لذا يصعب على الفرد الإلمام بكل مستجدات هذه التكنولوجيا دفعة واحدة. وعلى العموم فإن أكثر مؤسسة إعلامية يواجهه صحفيوها "دائماً" صعوبات أثناء استخدام الانترنت هي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون تليها إذاعة قسنطينة فيومية النصر. وهذه الأخيرة هي أكثر مؤسسة إعلامية لا يواجهه صحفيوها مطلقاً صعوبات أثناء استخدام ذات الوسيلة. وهذا الاختلاف بين المؤسسات الإعلامية يؤكد اختبار كا2 الذي دلّ على وجود فروق ذات دلالة احصائية أو فروق جوهرية (معنوية) بين نوع المؤسسة الإعلامية ومواجهة الصعوبات أثناء استخدام الانترنت.

حيث أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 6.3 تفوق قيمة كا² الجدولية المقدره بـ 0.35 عند درجة الحرية د= 3 ومستوى الثقة 0.95 .

الجدول رقم: 21 يوضح نوعية الصعوبات التي يواجهها الصحفيون أثناء استخدام الانترنت

النسبة	التكرار	
89.7	26	تقنية
3.4	01	مالية
6.9	02	لغوية
%100	29	المجموع

إن هذا الجدول يترجم فعلياً وبالارقام ما سبق توقعه من قبل، فمن أكثر الصعوبات التي يواجهها الصحفيون هي الصعوبات التقنية وذلك بنسبة 89.7 % وهي نسبة كبيرة تشير إلى أن التحكم

التقني في الانترنت أمر عسير يتطلب احتكاكا يوميا بالوسيلة ودرجة عالية من التكوين في هذا المجال، وهو ما لا يتوفر عليه صحفيو هذه المؤسسات الإعلامية.

ثم تأتي في المرتبة الثانية الصعوبات اللغوية التي تبلغ نسبتها 6.9 % وهي تشير إلى أن بعض الصحفيين لا يتقنون اللغات الأجنبية التي تعد عماد البحث في الانترنت خاصة إذا تعلق الأمر بالدخول إلى المواقع الإخبارية العالمية أو حتى الإطلاع على الصحافة الالكترونية العالمية. وبالتالي فاللغة تشكل عائقا يحتاج بالدرجة الأولى إلى سعي الصحفيين إلى زيادة معارفهم في هذا الجانب وعدم إكتفائهم باللغة العربية فحسب، فوجود العديد من المعاهد التي تقدم دروسا تدعيمية في اللغات الأجنبية يجعل الصحفي مقصرا في حق نفسه وفي حق جمهوره الذي ينتظر منه الأفضل.

أما الصعوبات المالية فتحتل المرتبة الثالثة نظرا لأن الصحفيين تعوقهم ظروفهم الاقتصادية غالبا للتمكن من الاستفادة من الانترنت وذلك يعود بالدرجة الأولى إلى انخفاض الرواتب التي يتلقاها الصحفيون وهو ما يحول دون قدرتهم على الحصول على اشتراكات أو حتى الذهاب يوميا إلى مقاهي الانترنت.

جدول رقم:22 يوضح اللغات المستخدمة من قبل الصحفيين أثناء البحث عن المعلومات في الانترنت

النسبة	التكرار	
44.3	35	اللغة العربية
38	30	اللغة الفرنسية
17.7	14	اللغة الانجليزية
100%	79	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين يفضلون اللغة العربية أثناء بحثهم عن المعلومات في الانترنت، وذلك بنسبة 44.3 % وهذا يعود إلى عدة اعتبارات نذكر منها الاعتبارات الاجتماعية فاللغة العربية هي اللغة الأصلية للمجتمع الجزائري، واعتبارات دينية لأنها لغة القرآن الكريم، واعتبارات تعليمية نظرا لأنّ تعليم الصحافة في الجامعات الجزائرية يكون باللغة العربية لذا فقد اقتصر ثقافة الكثير من الإعلاميين الجزائريين على اللغة العربية بالدرجة الأولى إن لم نقل اللغة العربية لوحدها.

ثم تأتي اللغة الفرنسية في المركز الثاني بنسبة 38 % لاعتبارات تاريخية فالجزائر كانت مستعمرة فرنسية لمدة تزيد عن 132 سنة وهو ما جعل اللغة الفرنسية تزوج اللغة العربية في كثير من مجالات الحياة الجزائرية، ولحد اليوم تتناقل الأجيال نفس الثقافات ورغم محاولات الدولة لتعريب كل مجالات العمل إلا أنها عجزت عن تغيير جذور الجزائريين الذين عاشوا فترة طويلة مع المستعمر الفرنسي بمحاولاته لطمس مقومات شخصيتنا العربية من خلال محو اللغة العربية أولاً من قاموس حياة أجدادنا. وبقي لهذه المحاولات آثاراً ليومنا هذا لذا نجد نسبة لا بأس بها من الصحفيين الجزائريين مزدوجي الثقافة (عربية فرنسية) وهم يستخدمون اللغة الفرنسية بكثرة لاستيقاء المعلومات.

أما اللغة الانجليزية فهي تحتل المركز الثالث نظراً لعدم إتقان كل الصحفيين لهذه اللغة فهي غالباً ما تكون حكراً على ذوي المستوى العلمي العالي وذوي الثقافات المتعددة. والصحفي الناجح هو الذي يحاول قدر الإمكان أن يكون ملماً بهذه اللغات ككل حتى تسهل عليه مهمة البحث عن المعلومات أينما كانت في الانترنت. خاصة بعد ظهور الشبكات الاجتماعية والمدونات المصغرة التي تركز بشكل كبير على اللغات الأجنبية، فاللغة العربية مازالت لم تعمم بعد على كل هذه الشبكات التي تعد مصدراً لمعلوماتها لا يستهان به.

الجدول رقم:23 يوضح اللغات المستخدمة من قبل الصحفيين أثناء البحث عن المعلومات في الانترنت وعلاقتها بمتغير المستوى العلمي

المجموع	عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي اللغات
	ت	%	ت	%	ت	%	
44.3	37	40.6	13	50	23	100	اللغة العربية
38	28	37.5	12	34.8	16	00	اللغة الفرنسية
17.7	14	21.9	07	15.2	07	00	اللغة الانجليزية
%100	79	%100	32	%100	46	%100	المجموع

يشير الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يستخدم اللغة العربية بنسبة 100 % أثناء البحث عن المعلومات في شبكة الانترنت، وهذا قد يعود إلى حرمان هذا الصحفي من التعليم الجامعي بالدرجة الأولى ففي الجامعة يتم تقديم دروس في اللغات الأجنبية على حسب اختيار الطالب أي إما اللغة الفرنسية أو اللغة الانجليزية طبعاً بعد اللغة العربية.

أما فئة الجامعيين فهم يستخدمون اللغة العربية أيضا في المقام الأول وذلك بنسبة 50 % وهذا يعود إلى أن الصحفيين الجزائريين يملكون ثقافة عربية تجعلهم لا يستخدمون اللغات الأجنبية إلا عند الضرورة القصوى، كما أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تقدم موادا باللغة العربية وهو ما يجعل بحث الصحفيين عن المعلومات ينحصر في المعلومات باللغة العربية. لكن هذا لا ينفي وجود معلومات مهمة للغاية عن كامل دول العالم وعن العالم العربي بصفة خاصة، فضلا عن أن أكبر المؤسسات الإعلامية هي مؤسسات أجنبية تبت أخبارها عبر "شبكة الشبكات" باللغات الأجنبية فقط واكتفاء الصحفي باللغة العربية يعني حرمانه من خدمات هذه المؤسسات.

ونفس الشيء يقال عن فئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي الذين يستخدمون اللغة العربية أكثر من اللغات الأجنبية وهذا ما يجعلنا نؤكد أنه لا توجد علاقة بين المستوى العلمي للصحفي وبين اختياره للغة معينة أثناء بحثه على المعلومات في الانترنت.

الجدول رقم:24 يوضح استخدام البريد الالكتروني من قبل الصحفيين للحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	
10.3	04	دائما
61.5	24	أحيانا
28.2	11	أبدا
100%	39	المجموع

يعد البريد الالكتروني أبرز ما يميز الاتصال الشبكي كما يعد شريان الحياة بالنسبة للانترنت، فقد غيرت تكنولوجيا الاتصال الشبكي الطريقة التي يتواصل بها البشر والطريقة التي يتبادلون بها الأفكار. وقد صار البريد الالكتروني من أكثر خدمات الانترنت استخداما إذ أن هناك ملايين من الناس يستخدمونه بشكل يومي تقريبا لأغراض شخصية أو لأغراض تتصل بعملهم. كما أن النشر باستخدام البريد الالكتروني ربما يكون أسرع من النشر العادي على شبكة الويب. لذلك تقوم الكثير من المؤسسات الإعلامية بإيصال خدماتها بطريقة مباشرة على صناديق البريد الالكتروني للمستخدمين، الأمر الذي يجعله أسرع وأدق في الوصول إلى الجمهور المستهدف. وقد أظهرت البحوث التي

أجريت على مستخدمي الانترنت أن أول ما يريد المستخدم القيام به بمجرد أن يتم ربط جهازه بالشبكة هو فتح حساب بريده الالكتروني وإرسال رسائل إلى الآخرين. (حسني محمد نصر، 2003، 74).

ويستفيد الصحفيون من خدمة البريد الالكتروني في إرسال الموضوعات الصحفية إلى أماكن عملهم، كما يمكنهم إجراء المقابلات والتحقيقات الصحفية على المستوى العالمي. ووفقا لما أوردته شبكة الاتصالات المالية العالمية أن هناك أكثر من 80 % من الصحفيين ينشرون أعمالهم على الانترنت، وهذا الأمر أكثر شيوعا في ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وهذا يوضح أهمية الانترنت للصحفيين.

وعلى المستوى العالمي ذكر أن معظم الصحفيين 86 % منهم تتوفر لديهم إمكانية الوصول إلى البريد الالكتروني، كما أوضح البحث الذي أجرته "نات ميديا" عام 2000 إلى أن 72.6 % من الصحفيين لديهم إمكانية الاتصال بالانترنت على أجهزة الكمبيوتر الشخصية، والصحفيون الذين تتوفر لديهم إمكانية الاتصال بالانترنت في مكاتبهم يقومون بإدراج مواد البحث على الشبكة في كتاباتهم. كما وضح البحث أن البحث عن المواد الصحفية والحصول عليها من خدمات الأخبار عبر البريد الالكتروني والبيانات الصحفية التي يتم إرسالها عبر البريد الالكتروني تمثل ما يقارب 35 % من المادة التي يكتبها الصحفيون في مقالاتهم وكتاباتهم عموما، وهذه الوسائل هي الأكثر استخداما في الحصول على المواد الصحفية يليها استخدام آليات البحث ومواقع الأخبار على الويب. أي أن هذه الخدمة تحتل المراتب الأولى في الحصول وتبادل المعلومات الصحفية في أغلب دول العالم، إلا أن واقع الإعلام الجزائري يخالف تماما الأرقام السابق ذكرها ويتضح ذلك جليا من خلال الجدول أعلاه الذي يبين أن الصحفيين الجزائريين يستخدمون البريد الالكتروني "أحيانا" كمصدر للمعلومات بنسبة 61.5 % وهذا يعني أن البريد الالكتروني ليس من مصادر المعلومات التي يستخدمها الصحفيون الجزائريون بصفة دائمة، أي أن الإعلاميين يلجأ إليها في حالات قليلة عندما يتعذر عليه استخدام المصادر المعلوماتية الأخرى. ورغم صفتي التفاعلية والآنية التي يتميز بهما البريد الالكتروني إلا أن الصحفي الجزائري ينصرف إلى استخدام مصادر أخرى قد تكون تقليدية وأقل تعقيدا من هذه الخدمة الالكترونية.

وتأتي نسبة 28.2 % من المبحوثين وتمثل الذين لا يستخدمون مطلقا البريد الالكتروني في الحصول على المعلومات لتزويد تأكيد ما سبق ذكره فيبدو أن رجل الإعلام الجزائري لا يجري المقابلات الافتراضية ولا يرى في البريد الالكتروني وسيلة فعالة لتبادل المعلومات الصحفية. أما الذين يستخدمون خدمة البريد الالكتروني "دائما" فنقدر نسبتهم بـ 10.3 % وهي نسبة صغيرة مقارنة بالنسب السابق ذكرها، ورغم ذلك فهي تعبر عن أقلية تمكنت من استيعاب هذه التقنية

كوسيلة للحصول على المعلومات سواء تعلق الأمر بالاتصال بالشخصيات الفاعلة في الأحداث أو الإتصال بالصحفيين فيما بينهم.

الجدول رقم: 25 يوضح استخدام البريد الإلكتروني من قبل الصحفيين وعلاقته بمتغير السن

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن استخدام البريد الإلكتروني	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
10.3	04	9.1	01	16.7	02	00	00	9.1	01	دائما
61.5	25	45.5	05	83.3	10	40	02	72.7	08	أحيانا
28.2	10	45.5	05	00	00	60	03	18.2	02	أبدا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الفئة العمرية ما بين 22 – 29 سنة يستخدمون البريد الإلكتروني "أحيانا" بنسبة 72.7% وهي نسبة كبيرة تعبر عن اعتماد فئة الشباب على مصادر معلوماتية أخرى غير البريد الإلكتروني، وأكبر دليل على ذلك نسبة المبحوثين الشباب الذين لا يستخدمونها مطلقا والذين تبلغ نسبتهم 18.2% فعلى الرغم من أن هذه التقنية قد لقيت رواجاً كبيراً لدى الشباب على وجه الخصوص في كامل دول العالم على اعتبار أنها لا تستخدم لأغراض شخصية فحسب بل تعدت وظائفها إلى المجالات المهنية المختلفة ومنها المجال الإعلامي، إلا أن المبحوثين لا يعيرونها الاهتمام اللازم.

أما الفئة العمرية من 30 – 37 سنة فهم لا يستخدمون البريد الإلكتروني ويتضح بنسبة 60% وهي نسبة معتبرة تؤكد أن هذه الفئة لا تعترف بالبريد الإلكتروني كوسيلة للحصول على المعلومات بل تعتمد على تقنيات أخرى. مع وجود نسبة 40% من ذات الفئة العمرية تستخدم "أحيانا" البريد الإلكتروني وهو ما يجعلنا نقول بأن هذه الخدمة الشبكية مصنفة ضمن قائمة الكماليات في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.

ونفس الشيء يقال عن الفئة العمرية المنحصرة ما بين 38 – 45 سنة فهي تستخدم "أحيانا" البريد الإلكتروني بنسبة 83.3% وهذا قد يعود إلى وجود مصادر أخرى تعتمد عليها، إلا أنه في هذه الفئة العمرية لا يوجد صحفي لا يستخدم مطلقاً البريد الإلكتروني كمصدر للمعلومات وبالتالي فهي فئة تسعى للاندماج في العصر الرقمي تدريجياً بدءاً بعدم الاستغناء عن خدمة البريد الإلكتروني.

أما الصحفيين الذين يزيد عمرهم عن 46 سنة فتنسأوى نسبة من يستخدمون البريد الإلكتروني "أحيانا" ومن لا يستخدمونه مطلقا (45.5 %) وهذا يشير إلى بقاء الكثيرين من ذات الفئة مترددين أمام هذه التقنية بل هناك من يتحاشى استخدامها إما لعجز عن استخدامها أو لتفضيل استخدام مصادر أخرى. وهي بالتالي ليست أكثر فئة لا تستخدم البريد الإلكتروني كمصدر للمعلومات وهو ما يجعلنا نقول بأنه لا توجد علاقة بين السن وبين استخدام البريد الإلكتروني كمصدر للمعلومات الصحفية.

الجدول رقم:26 يوضح استخدام البريد الإلكتروني من قبل الصحفيين وعلاقته بمتغير المستوى العلمي

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي استخدام البريد الإلكتروني
		%	ت	%	ت	%	ت	
10.3	04	20	03	4.3	01	00	00	دائما
61.5	25	53.3	08	69.6	16	100	01	أحيانا
28.2	10	26.7	04	26.1	06	00	00	أبدا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يستخدم البريد الإلكتروني "أحيانا" وليس بصفة دائمة وقد يعود ذلك لعدم تحكمه بالشكل الكافي في استخدام هذه التقنية التي تتطلب مستوى معيناً من المعرفة الإلكترونية وإتقان بعض اللغات الأجنبية.

أما فئة الجامعيين فهم يستخدمون البريد الإلكتروني "أحيانا" بنسبة 69.6 % وهي نسبة تعبر عن أن الجامعيين لا يميلون إلى استخدام هذه الخدمة الشبكية بصفة دائمة ربما لأنهم يفضلون استخدام تقنيات شبكية أخرى أو لأنهم لا يعترفون أصلاً بالبريد الإلكتروني كمصدر للمعلومات. وهو ما تؤكد نسبة الذين لا يستخدمونه مطلقاً والتي تقدر بـ 26.1 %.

أما فئة ذوي المستوى العلمي العالي فهم يستخدمون "أحيانا" البريد الإلكتروني بنسبة 53.3 % وهم أيضاً لا يعتبرونه من مصادرهم المعلوماتية الرئيسية، إلا أنهم يستخدمونه "دائماً" بنسبة 20 % وهي بالتالي أكثر فئة تستخدم الانترنت دائماً وهذا أمر طبيعي نظراً لأن ذوي المستوى العلمي هم أكثر الصحفيين وعياً بأهمية هذه التقنية وأكثرهم اهتماماً ومواكبة لكل ما هو جديد في العالم التقني.

الجدول رقم: 27 يوضح استخدام البريد الالكتروني من قبل الصحفيين وعلاقته
بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	استخدام البريد الالكتروني
10.3	04	10	01	8.3	01	11.8	02	دائما
61.5	24	80	08	50	06	58.8	10	أحيانا
28.2	11	10	01	41.7	05	29.4	05	أبدا
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع
كا ² الجدولية = 0.71		كا ² الجدولية = 0.71		درجة الحرية د=4		درجة الحرية د=4		كا ² المحسوبة = 2.9

يبين الجدول أعلاه انه في محطة قسنطينة للتلفزيون يستخدم الصحفيون "أحيانا" البريد الالكتروني بنسبة 58.8 %، فرغم أن البريد الالكتروني يقدم خدمات عديدة للقطاع السمعي البصري خاصة فيما يتعلق بتبادل المواد السمعية البصرية إلا أن صحفبيه لا يتعبرونه مصدرا لمعلوماتيا رئيسيا وقد يعود ذلك إما لعدم تحكمهم في التقنية أو لتفضيلهم المصادر التقليدية.

ونفس الشيء يقال عن صحفيي إذاعة قسنطينة الذين نسجل في مؤسستهم أكبر نسبة من لا يستخدمون مطلقا البريد الالكتروني كمصدر للمعلومات وهذا راجع عموما غلى تدني المستوى المعرفي للصحفيين في المجال الالكتروني.

وحتى في يومية النصر نسجل نفس الملاحظات لوجود نسبة 80 % من الصحفيين الذين يعتبرون البريد الالكتروني كمالية مهنية وليس ضرورة تلبى احتياجاتهم المهنية.

ونجد أن أكثر مؤسسة تستخدم هذه الخدمة الشبكية كمصدر أساسي لمعلوماتها هي محطة التلفزيون الجهوية وأكثر مؤسسة لا تستخدم البريد الالكتروني هي إذاعة قسنطينة الجهوية وهي فروق يؤكدها اختبار كا² إذ أن كا² المحسوبة المقدره بـ 2.9 أكبر من قيمة كا² الجدولية المقدره بـ 0.71 عند درجة الحرية د=4 ومستوى الثقة 0.95 وهذا يعني أن هذه الفروق هي فروق جوهرية وذات دلالة إحصائية.

الجدول رقم:28 يوضح سبب عدم استخدام البريد الالكتروني من قبل الصحفيين

النسبة	التكرار	
20	02	لا أجد استعمال هذه التقنية
20	02	لا تقيدني في مجال عملي
10	01	أفضل استعمال تقنيات أخرى
50	05	لا يوجد لدي بريد الكتروني أصلا
%100	10	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن السبب الرئيسي لعدم استخدام الصحفيين للبريد الالكتروني هو عدم امتلاكهم أصلا لبريد الكتروني وهو أمر في غاية الخطورة كيف أن الصحفي في عصر الصحافة الالكترونية لا يملك بريدا الكترونيا؟ فإذا كان الصحفي الذي يناقش في حصصه ومقالاته أحدث التكنولوجيات في عالم الاتصالات ويذكر فوائد وأهمية هذه التقنيات لا يملك حساب بريد الكتروني، فهو ليس كفؤا ليتناول مواضيع كهذه لأن الصحافة لم تكن يوما خداعا للجماهير أو ملاً فراغ زمني فحسب.

أما السبب الثاني فهو عدم اتقان الصحفيين لطريقة استخدام البريد الالكتروني من ناحية وعدم استفادتهم مهنيا من هذه التقنية من ناحية أخرى فعدم معرفتهم لطريقة عمل البريد الالكتروني أمر كارثي يعود بالدرجة الأولى إلى إهمالهم لتعلم كل ما هو تقني الكتروني جديد رغم الفائدة الكبرى التي قد تعود عليهم جراءه. أما عدم استفادتهم مهنيا من هذه التقنية فهو أمر وارد في بعض الأحيان حين يتطلب الحدث الوجود الفعلي وتنقل الصحفي إلى الميدان وسماع شهود العيان ورؤية الحدث بنفسه فلا شيء يعوض إحساس الصحفي بالحدث ولا رؤيته للتفاصيل الدقيقة التي لا ينتبه لها عامة الناس. كما نجد أقلية تفضل استخدام تقنيات أخرى قد تكون المصادر التقليدية كالعلاقات الشخصية التي تزودها بالخبر دون تحريك ساكن أو تفضيل خدمات أخرى في الانترنت قد تكون أكثر سرعة وأكثر فاعلية.

الجدول رقم: 29 استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الصحفيين للحصول على الأخبار

النسبة	التكرار	
5.1	02	دائماً
41	17	أحياناً
53.8	20	أبداً
%100	39	المجموع

لقد صار التدوين المصغر خدمة لا غنى عنها لعدد كبير من مستخدمي الانترنت حتى أنه صار من غير الممكن فصل هذه الخدمات عن الشبكة أو فصل مستخدميها عنها، فقد صارت لغة تتخاطب بها كل فئات المجتمع في كامل دول العالم. وقد فتحت الشبكات الاجتماعية مجالاً خصياً ورحباً للعديد من كبار الشخصيات ونجوم المجتمع لاستثمار هذا النوع من المدونات ببيت العديد من المعلومات الخطيرة والهامة سواء عن أنفسهم أو عن أناس آخرين. لذا اعتبرت المدونات المصغرة - رغم حداثةها - مصدراً معلوماتياً لا يستهان به يقتبس منه رجال الإعلام مواضيع صحفية على قدر كبير من الأهمية. إلا أن كل هذه الميزات حرم الصحفي الجزائري نفسه منها بعد اتخاذه قراراً قاسياً ضد نفسه وضد عمله بالابتعاد كلية عن هذه الشبكات؛ رغم دسامة المعلومة التي تقدمها. ويتضح ذلك جلياً من خلال الجدول أعلاه الذي يبين أن نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون مطلقاً الشبكات الاجتماعية تصل إلى 53.8% وهي نسبة تعكس بُعد الصحفيين الجزائريين عن خدمات الانترنت الحديثة، إذ نجد أن الشبكات الاجتماعية تتحدر إلى أسفل اهتمامات المبحوثين الذين لا زالوا لم يستوعبوا بعد أن الشبكات الاجتماعية صارت في الكثير من دول العالم مصدراً لا يستهان به للمعلومات.

كما نجد نسبة 41% من الصحفيين يستخدمون هذه التقنية "أحياناً" كوسيلة للحصول على المعلومات، وهي فئة بدأت تندمج ولو بصورة تدريجية في العالم الرقمي المفروض والذي يتطلب معرفة دنيا على الأقل لهذه الشبكات التي صارت حلقة وصل بين الأشخاص بل وأصبح يعتمد عليها في تجميع المعلومات عن كبار الشخصيات في العالم.

وتبقى الأقلية الممثلة في 5.1 % التي تستخدم هذه الشبكات بصفة دائمة كمصدر رئيسي لمعلوماتها وهم الصحفيون الذين لا يكتفون بالأخبار العادية بل يبحثون دوما عن كل ما هو جديد ومبتكر لتقديم الأفضل.

الجدول رقم:30 يوضح استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الصحفيين وعلاقته بمتغير السن

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن استخدام الشبكات الاجتماعية
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
5.1	02	9.1	01	00	00	00	9.1	01	دائما
41	17	27.3	03	58.3	07	00	63.6	07	أحيانا
53.8	20	63.6	07	41.7	05	100	27.3	03	أبدا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	%100	11	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن الفئة العمرية ما بين 22 – 29 سنة يستخدمون "أحيانا" الشبكات الاجتماعية بنسبة 63.6 % لا يستخدمونه كلية بنسبة 27.3 % وهذا يعني أنهم لا يعتمدون عليها بشكل رئيسي في استقاء المعلومات وذلك قد يعود إلى حداثة هذه الشبكات فهي لا تزال للكثيرين عالما حالكا مجهولون كنهه.

أما الفئة العمرية من 30 – 37 سنة فهي فئة لا تستخدم الشبكات الاجتماعية جملة وتفصيلا ، وهو أمر واقع ورغم أنه واقع مريب على اعتبار أن هذه الفئة هم ليسوا أشخاصا عاديين بل هم صحفيين يتحتم عليهم الإلمام بكل ما هو جديد وتسخيره لتلبية حاجاتهم المهنية إلا أنه يمكن القول بأن ذلك تحصيل حاصل لفئة لم تتلق تكويننا بنسبة 100 % . أي أنها فئة لا تتقن استخدام الانترنت ككل فكيف نريدها أن تستقي المعلومات من المدونات المصغرة ؟.

أما الفئة العمرية من 38 – 45 سنة يستخدمون "أحيانا" الشبكات الاجتماعية بنسبة 58.3% وهي نسبة معتبرة تؤكد ما سبق ذكره آنفا أي أن الشبكات الاجتماعية لم ترتق بعد إلى مستوى المصادر الالكترونية الرئيسية في العمل الإعلامي الجزائري، خاصة عندما نلاحظ نسبة الذين لا يستخدمون الانترنت إطلاقا والمقدرة بـ 41.7 %.

أما الفئة العمرية للصحفيين الذين يتجاوز سنهم 46 سنة فهم لا يستخدمون هذه الشبكات وذلك بنسبة 63.6 % وقد يكون للسنة دور فعال في هذا النفور من كل ما هو مستحدث ومحاولة الاكتفاء بكل ما هو تقليدي وفي المتناول.

وبالتالي يمكننا القول بأنه ليس لعامل السن علاقة باستخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي فأكثر فئة لا تستخدم هذه المدونات المصغرة هي فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 30 – 37 سنة وأكثر فئة تستخدم الانترنت "دائما" هي كل من فئتي الذين ينحصر سنهم ما بين 22 – 29 سنة والذين يفوق سنهم 46 سنة على حد سواء.

الجدول رقم: 31 يوضح استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الصحفيين وعلاقته بمتغير المستوى العلمي

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي استخدام الشبكات الاجتماعية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
5.1	02	6.7	01	4.3	01	00	00	دائما
41	17	53.3	08	39.1	09	00	00	أحيانا
53.8	20	40	06	56.5	13	100	01	أبدا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي لا يستخدم الشبكات الاجتماعية مطلقا وهذا قد يعود للمستوى العلمي للصحفي أو لعدم تحكم الصحفي في اللغات خاصة وأن هذه الشبكات تتطلب قدرا عاليا من التحكم في اللغات الأجنبية، كما أن حرمانه من التعليم الجامعي حال دون تحكمه في استخدام الانترنت ككل.

أما فئة الجامعيين فهم أيضا لا يستخدمون الشبكات الاجتماعية وذلك بنسبة 56.5 % وهذا يدل على اكتفائهم بالمصادر البسيطة وهذا يعكس أيضا مستوى الصحفيين الجزائريين في الجانب الإلكتروني الذي يشير إلى أن مستواهم لا يزال في البدايات ويحتاج إلى تحسينات كثيرة رغم مستواهم الجامعي الذي يخول لهم الاستخدام الأمثل لهذه الشبكات.

أما فئة ذوي المستوى العلمي العالي فهم يستخدمون "أحيانا" الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات وذلك بنسبة 53.3 % وهي نسبة تعبر عن لفت هذه المدونات المصغرة لانتباه النخبة

المتعلمة لكنها استقطاب لا يزال في بداياته نظرا أن هناك نسبة 40 % منهم لازالوا لا يستخدمونها مطلقا.

وهو ما يجعلنا نقول بأن للمستوى العلمي علاقة باستخدام الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات في الميدان الإعلامي إذ أن أكثر فئة تستخدم "دائما" هذه الشبكات هي فئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي وأكثر فئة لا تستخدم هذه المدونات هي فئة ذوي المستوى الثانوي.

الجدول رقم:32 يوضح استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الصحفيين وعلاقته بنوع المؤسسة الإعلامية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	استخدام الشبكات الاجتماعية	
5.1	02	00	00	8.3	01	5.9	01	دائما	
41	17	50	05	41.7	05	41.2	07	أحيانا	
53.8	20	50	05	50	06	52.9	09	أبدا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية = 0.71		درجة الحرية د = 4				كا ² المحسوبة = 1.1			

يبين الجدول أعلاه أنه في محطة التلفزيون الجهوية لا يستخدم الصحفيون الشبكات الاجتماعية وهذا بنسبة 52.9 % وذلك راجع من ناحية لنقص الدورات التكوينية في المؤسسة في مجال استخدام التكنولوجيات الحديثة، ومن ناحية أخرى إلى غياب الطموح الذاتي داخل الصحفيين للارتقاء بمستواهم المهني. مع العلم أن هناك نسبة 41.2 % منهم يستخدمون هذه الشبكات لكن ليس بصفة دائمة وهذا ربما لنقص تحكيمهم في هذه التقنية.

أما إذاعة قسنطينة فنجد نسبة 50 % أي نصف صحفيي المؤسسة لا يستخدمون هذا النوع من المدونات وهو أيضا أمر طبيعي لأن هذه المؤسسة يعاني صحفيوها بشكل كبير من مواجهة الصعوبات أثناء استخدامهم لشبكة الانترنت وبالتالي فهم لا يتحكمون في هذه التقنيات الحديثة. إلا أن هناك نسبة 41.7 % من صحفيي ذات المؤسسة يستخدمون الشبكات الاجتماعية بصفة غير دائمة.

أما يومية النصر فلمس فيها توازنا بين نسب المستخدمين ونسب غير المستخدمين للشبكات الاجتماعية وهو ما يعكس وجود فئتين مختلفتين فالأولى تحاول تجديد ما تقدمه من مواد إعلامية والثانية تكتفي بما اعتادت أن تقدمه من أخبار.

ويمكننا القول أن أكثر مؤسسة تستخدم "دائما" الشبكات الاجتماعية كمصدر لمعلوماتها هي إذاعة قسنطينة وأكثر مؤسسة لا تستخدم هذه الشبكات هي محطة التلفزيون الجهوية. وهي فروق يؤكدتها اختبار كا² إذ أن كا² المحسوبة التي تقدر قيمتها بـ 1.1 أكبر من قيمة كا² الجدولية التي قيمتها 0.71 عند درجة الحرية د=4 ومستوى الثقة 0.95 ، وبالتالي فهي فروق دالة احصائية وفروق جوهرية.

الجدول رقم:33 يوضح ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب استخدام الصحفيين لها

الرتبة	النسبة	المجموع	التكرار المعدل (المرجّح)	المعامل الترجيحي	التكرار	الرتبة	
2	26.95	31	00	3	00	1	التويتر Twitter
			24	2	12	2	
			07	1	07	3	
1	47.82	55	51	3	17	1	الفايسبوك Facebook
			04	2	02	2	
			00	1	00	3	
3	25.21	29	09	3	03	1	المايسبيس My space
			08	2	04	2	
			12	1	12	3	
—	%100	115	—	—	—	—	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من قبل الصحفيين محل الدراسة هي شبكة الفيسبوك وذلك بنسبة 47.82 % وهو أمر طبيعي نظرا أن هذه الشبكة قد سبق ظهورها زمنيا ظهور باقي الشبكات الاجتماعية (ظهرت في 2004)، وبالتالي فإن المبحوثين استخدموها وتجاوزوا معها مرحلة التعارف وهم على علم بخدماتها المتعددة وكيفية الاستفادة منها. وهذا لا يتوقف فقط عند حدود الصحفيين الجزائريين بل إن الفيسبوك قد قطع أشواط بعيدة في أغلب دول العالم ودليل ذلك أن هذا النوع من المدونات المصغرة قد سجل في عام 2010 ما يقارب 400 مليون عضوا نشيطا، 20

مليون عضوا "معجبا" بصفحة من صفحات الفيسبوك يوميا، 60 مليون عضوا يستخدمون شهريا وظيفة "فيسبوك كونكت" من مواقع أخرى خلال السنة الجارية وهو ما نشرته جريدة Le Figaro.fr .

والعجيب في هذه الشبكة أنها تستقطب المشتركين بطريقة تشبه إلى حد بعيد "سحر المشعوذين" ففي عام 2009 سجلت خلال شهرين فقط ما يزيد عن 50 مليون مشترك، وهي أرقام قياسية جعلت الخبراء يتوقعون لأن يصل رقم أعمالها إلى مليار دولار أي ما يعادل 730 مليون أورو في عام 2010: بعد أن كان في 2009 يتراوح ما بين 600 – 700 مليون دولار أي ما يعادل 439 – 512 مليون أورو وهو خلال السنة الجارية وهو ما نشرته جريدة Le Monde.fr .

كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن التويتر يحتل المرتبة الثانية بعد الفيسبوك بنسبة 26.95 % نظرا لأنه يحمل في طياته العديد من التطبيقات والخدمات الإعلامية فهو أتى بعد هذا الفيسبوك بسنوات قليلة، ورغم أنه لم يلق الشعبية والرواج اللذين لقيهما الفيسبوك إلا أنه استطاع أن يحقق خلال فترة قصيرة الكثير من النجاحات في كامل دول العالم، فقد أسفرت دراسة أجريت بفرنسا أن 60 % من مستخدمي الانترنت بفرنسا يعرفون شبكة تويتر ولكن 09 % منهم فقط هي نسبة من يستخدمونه. وقد يعود ذلك إلى كون الفيسبوك يظل دوما الرائد بفضل سهولة استخدامه وقدرة المستخدم الاستفادة منه دون عناء.

أما الماسبييس الذي احتل المرتبة الثالثة ضمن قائمة استخدامات الصحفيين للشبكات الاجتماعية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة، فوفقا لتقرير واشنطن الذي نشرته جريدة "الوقت" البحرينية في 2007 تتحدث فيه عن موقع ماسبييس²¹؛ أكدت خلاله أنه يتمتع بشعبية حقيقة لم يسبق لها نظير، إذ يرتاده 130 مليون مستخدم من جميع أنحاء العالم، وينضم إليه نحو 300 ألف عضو يوميا. وفي شهر نوفمبر 2007، تفوق ماسبييس ولأول مرة على موقع البحث العملاق "ياهو" في أكثر الصفحات التي يتم تصفحها شهريا. وتظهر إحصائيات شركة بحث الإنترنت "كومسكور ميديا ماتريكس" أن لدى ماسبييس حاليا 7.38 مليار صفحة أمريكية حيث كانت 5.12 مليار صفحة في نوفمبر 2005 ، ويُقدّر كثير من العملاء الموقع للحقيقة البسيطة التي تقول أن إعلاناته خفيفة وغير متطفلة. وليس مطلوبا HTML. مطلوب من مستخدمي ماسبييس أكثر من خبرة محدودة في استخدام لغة

إذ لا يتمتع معظم المستخدمين بمهارات عالية في إنشاء وتطوير الصفحات، فيتجاوز ملايين الشباب في أمريكا مع رجال الإعلام ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماسبييس الاجتماعية، غير مبالين بالحقيقة التي تقول بأن الشركة التي تتحكم في الموقع تراقبهم عن قرب. وقد ابتكرت

²¹ رابط المقال: <http://www.alwaqt.com/art.php?aid=37863>

الشركة أدوات تسمح للمعلنين باستهداف مستخدمي مايكسبيس، بينما تتردد بعض الشركات المعلنة السائدة في الاشتراك في الموقع.

إن خدمات كهذه تُعدّ كنزاً للصحفيين في كل أنحاء العالم، خاصة لأولئك الذين يريدون أن يظلوا متميزين في الميدان الإعلامي بتقديم الأخبار الحصرية عن أناس قد لا يعرفهم أصلاً.

الجدول رقم:34 يوضح سبب عدم استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي

النسبة	التكرار	
40	08	لا أجد استخدامها
30	06	لا تفيديني في مجال عملي
30	06	أفضل استخدام تقنيات أخرى
%100	20	المجموع

يبين الجدول أعلاه أنّ السبب الرئيسي لعدم استخدام الصحفيين الجزائريين للشبكات الاجتماعية هو أنهم لا يجيدون استخدامها، وهي نتيجة حتمية لصحفيين غير مكونين في هذا المجال وغير متحكمين في استخدام الانترنت ككل، لذا نجدهم بعيدون كل البعد عن المجالات الالكترونية المستحدثة وعن التطبيقات الإعلامية لهذه الشبكات الاجتماعية.

أما السبب الثاني فهو أنّ هذه الشبكات قد لا تفيد بعض الصحفيين في بعض المواقف التي تتطلب منهم التنقل إلى موقع الحدث وهو أمر وارد للغاية في المجال الإعلامي فتتنقل الصحفي إلى الميدان أبداً لن تعوضه كل شبكات ومدونات الانترنت مهما قدمت من خدمات.

كما يُفضل البعض الآخر استخدام تقنيات أخرى قد تكون البريد الإلكتروني، أو قد تكون المصادر التقليدية البسيطة كالاتصال بشخصيات فاعلة في الحدث خاصة إذا كانت هذه الشخصية لا تستخدم الانترنت، فمن الجائر أن نحاسب صحفياً عن عدم استخدام الانترنت وهو يعيش في مجتمع لا يستخدم الانترنت ويتعامل مع مسؤولين لا يملكون حسابات في البريد الإلكتروني ولا على الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم: 35 نوع المواقع الالكترونية التي يزورها الصحفيون

أ - من حيث المضمون:

النسبة	التكرار	
31.7	26	سياسية
25.6	21	ثقافية
19.5	16	اجتماعية
13.4	11	اقتصادية
9.8	08	رياضية
%100	82	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفيين يزورون المواقع السياسية بكثرة نظرا لعمل معظمهم بأقسام الأخبار التي تتطلب الإلمام بمستجدات الساحة السياسية على أكمل وجه، فمن المتعارف عليه أن شعوب العالم وخاصة العربية منها تهتم كثيرا بالأخبار السياسية نظرا للإضطرابات التي تتميز بها الساحة السياسية في بلدان العالم الثالث.

كما نجد المواقع الثقافية التي تحتل المركز الثاني من حيث تصفح الصحفيين لها على اعتبار أنها مواقع غنية بالكثير من المواد السمعية والسمعية البصرية وحتى الصور التي قد تساعد على تدعيم المواد الصحفية المقدمة. كما أنها عادة ما تحيلنا إلى مواقع أخرى كمواقع المؤسسات الرسمية والوزارات العالمية التي تقدم للصحفي الوثائق الرسمية وملخصات المؤتمرات وغيرها.

تليها المواقع الاجتماعية التي غالبا ما تُطرح فيها مواضيع قد تصلح أن تكون قضايا صحفية هامة في كبريات الجرائد مثلا أو أن تلفت انتباه الصحفي إلى أماكن أحداث كان يجهلها من قبل، فقد تضعه على اتصال مع جمعيات عالمية أو وطنية أو مع مؤسسات فاعلة في المجتمعات الدولية.

ثم تليها المواقع الرياضية التي يلقي فيها صحفيو القسم الرياضي ضالتهم من تحديد تواريخ المباريات وآخر اخبار كبار اللاعبين وغيرها، فالصحفي لا يستطيع أن يكون في كل ملاعب العالم في آن واحد كما أن الصحيفة لا تستطيع أن تضع صحفيا وراء كل لاعب لكنهم يستطيعون تصفح موقع أو موقعين رياضيين كل يوم.

ب - من حيث المجال الجغرافي

النسبة	التكرار	
2.6	02	محلية
46.1	35	وطنية
17.1	13	عربية
34.2	26	دولية
%100	76	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن المواقع الوطنية هي أكثر المواقع زيارة من قبل الصحفيين وهذا لاعتبارات عدة أهمها أن الشخص بحكم عيشه في منطقة معينة يُفترض أن يلم بكل ما يحدث فيها من صغيرة وكبيرة. كما أن المواقع الوطنية بما فيها من منتديات وصحافة الكترونية تعد مصادرا لا يستهان بها ففيها يتم معالجة كل المواضيع على اختلاف أنواعها (سياسية، اجتماعية، دينية..). فتلبي احتياجات كل الصحفيين على اختلاف الأقسام التي يعملون بها.

تلبيها المواقع الدولية في المرتبة الثانية لأن معظم الصحفيين يشتغلون بقسم الأخبار الذي يتطلب الإلمام بالأحداث العالمية لكل دولة على حدة، خاصة منها الأخبار الاقتصادية والرياضية التي تعد قاسما مشتركا بين كل دول العالم بما أننا لا نعيش لوحدنا في هذا العالم يستوجب علينا الإطلاع على أخبار الجميع والبقاء على اتصال بالعالم الخارجي.

ثم تأتي المواقع العربية التي تتطرق هي الأخرى لمواضيع ربما تكون ذات صلة بالجزائر ونظرا لأن الجزائر بلد عربي فالصحفيون مضطرون لتصفح هذه المواقع باسم العروبة التي تجمعنا خاصة إذا تعلق الأمر بقضايا إنسانية عالقة أو حروب أو مآسي وأفضل مثال على ذلك هي القضية الفلسطينية فعلى الرغم من مرور السنين عليها إلا أن كل وسائل الإعلام الجزائرية لا تفوت فرصة للحديث عن هذه القضية العادلة سواء للإحاطة بمستجداتها أو للتديد بالمظالم الموجهة للشعب الفلسطيني. وأفضل وسيلة لتغطية هذه القضية هي مواقع الويب العربية الذي تتمكن من خلالها الشعوب الفلسطينية من التعبير عن ما تعانیه بنقل المواد السمعية البصرية والصور عن المجازر المرتكبة في حقها للرأي العام العالمي.

وأخيرا تأتي المواقع المحلية التي تكاد تتعدم لقلتها ما عدا ما يمكن تسجيله في بعض المنتديات المحلية التي تقدم موادا محلية تختلف باختلاف ولاية مؤسسي الموقع أو المنتدى، كما أن هذه المواقع تقدم بعض المواضيع الوطنية لكنها في أغلب الأحيان تكون قديمة أي أنها لا تقدم أخبارا وطنية طازجة إلا نادرا، وهو ما يحول دون اعتبار الصحفيين للمواقع المحلية مصادرا معلوماتية مهمة وهو ما يجعلهم لا يتصفحونها إلا قليلا.

الجدول رقم:36 امتلاك الصحفيين اشتراكا في إحدى المواقع الإخبارية

النسبة	التكرار	
10.3	04	نعم
89.7	35	لا
%100	39	المجموع

لقد نجحت المواقع الإخبارية في تقديم خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية وإن اقتصر استخدامها على المواقع الإخبارية التي ليس لها نظير ورقي، كما نجحت في توفير خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني وإن كانت مواقع النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية فقيرة في استخدام هذه الخاصية، كما أن هناك مزايا رئيسة تزيد من استخدام المواقع الإخبارية وهي إتاحة مصادر معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار، يليها تقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو ونص)، فتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وكذا إعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، تقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي.

إضافة إلى مواقع وكالات الأنباء التي يقدم بعضها كما هائلا من المعلومات مجانا كالنصوص والصور خاصة مع وجود عشرات من وكالات الأنباء الإقليمية والقومية والخدمات الإخبارية التي تخدم مصالح واهتمامات خاصة تقوم بتنفيذها مؤسسات أو أفراد أو حتى فرد واحد. (عباس مصطفى الصادق، 2008، 180)

وسعى منها لزيادة عدد المستفيدين منها عملت الكثير من المواقع الإخبارية على تحسين نوعية خدماتها، فوفقا لما أسفرت عنه نتائج دراسة مصرية عنوانها " الشباب المصري والإشباع المتحقق من

خلال استخدام المواقع الإخبارية" أجريت في 2009²² تبين أن المواقع الإخبارية حاولت تعويض نقائصها وتقديم مادة سهلة التصفح حيث استخدمت كل المواقع الإخبارية محل الدراسة الموضوعات القصيرة التي يتراوح عدد فقرات الموضوع في الصفحة 15 فقرة، كما اعتمدت معظم المواقع الإخبارية محل الدراسة على الفقرات القصيرة، حيث استخدمت معظمها فقرات قصيرة الطول عدد أسطرها أقل من 10 أسطر، يليها الاعتماد على الفقرات متوسطة الطول- عدد أسطرها 10 إلى 15 سطرًا.

ويتضح أن الاعتماد على سطور قصيرة الطول (أقل من 10 كلمات في السطر) هو الاتجاه الأكثر شيوعاً في إجمالي المواقع الإخبارية محل الدراسة، يليه استخدام سطور متوسطة الطول. وكلها مساعي من المفروض تزيد من إقبال الصحفيين على المواقع الإخبارية ولكن حدث العكس تماماً إذ يبين الجدول أعلاه أن نسبة 89.7 % من الصحفيين لا يمتلكون اشتراكاً في إحدى المواقع الإخبارية وهي نسبة كبيرة تبرز ابتعاد الإعلاميين الجزائريين عن مصدر معلوماتي هام وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى اكتفائهم في أغلب الأحيان بزيارة هذه المواقع فحسب، ومن ناحية أخرى قد يعود السبب إلى عدم معرفتهم لطريقة الحصول على الاشتراك وهو أمر وارد لـ صحفيين غير مكونين تماماً في مجال تكنولوجيات الاتصال.

جدول رقم: 37 يوضح امتلاك الصحفيين اشتراكاً في المواقع الإخبارية وعلاقته بمتغير السن

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن امتلاك الاشتراك	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
10.3	04	9.1	01	16.7	02	00	00	9.1	01	نعم
89.7	35	90.9	10	83.3	10	100	05	90.9	10	لا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أنّ الصحفيين المنتمين إلى الفئة العمرية المنحصرة ما بين 22 – 29 سنة لا يملكون اشتراكاً ولو في موقع إخباري واحد وذلك بنسبة 90.9 % وهي نسبة كبيرة تنفي الاعتقاد السائد بأن "الشباب قد تربّوا مع الانترنت وبالتالي فهم الأكثر استفادة من خدماته"، فهؤلاء الصحفيين لم يفكروا في البقاء على اتصال مع هذه المواقع التي تقوم بتحديث أخبارها كل يوم إن لم نقل كل 6 ساعات أو أقل من ذلك، أي أنها تقدم أخباراً طازجة من المؤسف تضييعها.

رابط الدراسة²²:

<http://www.aljazeera.net/Portal/Templates/Postings/PocketPcDetailedPage.aspx?PrintPage=True&GUID={58531DF2-CF65-4FC7-830C-495B95753186}>

:

أما الفئة العمرية المنحصرة ما بين 30 – 37 سنة فصحفيها لا يملكون اشتراكات في هذا النوع من المواقع وذلك بنسبة 100 % ونذكر أنها الفئة التي حرمت كلية من التكوين وبالتالي فهذه الأرقام غير مبالغ فيها بل هي أرقام تعكس واقع هذه الفئة من الصحفيين البعيدين كل البعد عن الالكترونيات في عصر تسير فيه الماديات (من أقلام وأوراق وغيرها) إلى الإنقراض ليغطي علينا العالم الافتراضي بإذاعاته الافتراضية وتلفزيونه الافتراضي وصحافته الالكترونية فأين سيكون موقع هؤلاء أُنذاك؟.

وفيما يخص الفئة العمرية المنحصرة ما بين 48 – 45 سنة لا يملكون اشتراكات في المواقع الإخبارية وذلك بنسبة قدرها 83.3 % وهي نسبة معتبرة تجعلنا نقول أن هذه الفئة قد تكتفي بزيارة المواقع أو قد لا تزور هذه المواقع مطلقا لاعتمادها على مصادر معلوماتية أخرى. ونفس الشيء يقال عن فئة الصحفيين ذوي أكثر من 46 سنة الذين لا يملكون اشتراكات في هذا النوع من المواقع، وتجدر الإشارة إلى أن أكثر فئة لا تملك اشتراكات في المواقع الإخبارية هي فئة الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة وأكثر فئة تملك اشتراكات هي فئة الصحفيين ذوي من 38 – 45 سنة وبالتالي فلا توجد علاقة بين امتلاك اشتراك في هذه المواقع وبين متغير السن.

الجدول رقم: 38 يوضح علاقة المستوى العلمي بامتلاك اشتراك في المواقع الإخبارية

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي امتلاك الاشتراك
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.3	04	6.7	01	13	03	00	00	نعم
89.7	35	93.3	14	87	20	100	01	لا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي لا يملك اشتراكا في المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 100 % فكما سبق وأن ذكرنا فهذا الصحفي قد حرم من التعليم الجامعي وبالتالي فهو يحتاج لوقت طويل حتى يستطيع التأقلم مع خدمات الانترنت المستحدثة والإلمام بكيفية استخدامها. أما فئة الجامعيين فلا يملك صحفيوها اشتراكا في المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 87 % وهي نسبة معتبرة تجعلنا نقول أن هذه الفئة لا تعي أهمية الاشتراكات بهذه المواقع التي تعمل على توفير أحدث الأخبار للصحفيين.

وفيما يتعلق بفئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي فهم لا يملكون اشتراكات في هذا

النوع من المواقع وذلك بنسبة 93.3 % وهي نسبة كبيرة تجعلنا نجزم بأنه لا توجد علاقة بين المستوى العلمي للصحفي وبين امتلاكه اشتراكا في المواقع الإخبارية صحيح أن أكثر فئة لا تملك اشتراكا هي فئة ذوي المستوى الثانوي إلا أن أكثر فئة تملك اشتراكا هي فئة الجامعيين.

الجدول رقم:39 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بامتلاك اشتراك في المواقع الإخبارية

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية امتلاك الاشتراك	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
10.3	04	10	01	00	00	17.6	03	نعم	
89.7	35	90	09	100	12	82.4	14	لا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية = 0.10		درجة الحرية د = 2				كا ² المحسوبة = 2.4			

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون لا يملكون اشتراكات في المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 82.4 % وهي نسبة معتبرة توضح أن صحفيي التلفزيون لا يعتمدون على هذا النوع من المواقع في الحصول على الأخبار وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة العمل بالمحطة التي تعتبر محطة جهوية تعنى بأخبار ولايات الشرق الجزائري فقط، وبالتالي فالصحفيين يرون أن اشتراكهم بإحدى المواقع الإخبارية يُعدّ بذخا مهنيا، رغم أنه زيادة معرفية واكتساب لخبرات مهنية جديدة.

أما في إذاعة قسنطينة فالصحفيين لا يملكون اشتراكات وذلك بنسبة 100 % وكأن مسألة الاشتراكات لا تعني أي صحفي من هذه المؤسسة أو كأنهم غير مطالبين بتقديم الأفضل دوما، وقد يعود ذلك على اكتفائهم بالمصادر المعلوماتية التقليدية أو إلى نقص التكوين والتوعية بضرورة الاندماج في العصر الرقمي داخل مؤسستهم.

وفي يومية النصر لا يمتلك الصحفيون اشتراكات في هذا النوع من المواقع وذلك بنسبة 90 % رغم أن لديهم متسعا من الوقت لملأ أوراق عدد واحد من صحيفتهم فالمواقع الإخبارية تغنيهم عن عشرات المكالمات التلفونية للرجال الشرطة والمطافئ وغيرها وبتجاهلهم هذه الخدمة نتأكد من أن المنتج الإعلامي داخل المؤسسات الصحفية الجزائرية يبقى دوما حبيس أهواء الصحفيين ودرجة طموحهم. وتجدر الإشارة إلى أن أكثر مؤسسة إعلامية تملك اشتراكا في المواقع الإخبارية هي محطة التلفزيون الجهوية وأكثر مؤسسة لا تملك اشتراكات هي إذاعة قسنطينة وهي فروق ذات دلالة

احصائية وهو ما يؤكد اختبار كا² إذ أن كا² المحسوبة والتي قيمتها 2.4 أكبر من قيمة كا² الجدولية المقدره بـ 0.10 عند درجة الحرية د=2 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم:40 يوضح علاقة الأقدمية بامتلاك اشترك في المواقع الإخبارية

المجموع	أكثر من 11 سنة		من 6 – 11 سنة		من سنة – 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية امتلاك الاشترك		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
	10.3	04	15.8	03	00	00	00	00	14.3	01	نعم
	89.7	35	84.2	16	100	04	100	09	85.7	06	لا
المجموع	%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	

يبين الجدول اعلاه أن الصحفيين ذوي أقل من سنة أقدمية لا يملكون اشتراكات في المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 85.7 % فرغم أنهم في بداية مشوارهم المهني وهم بحاجة إلى كل مصادر المعلومات السريعة إلا أنهم تجاهلوا أهمية هذا المصدر الثري بكل أنواع المعلومات.

أما ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فهم لا يملكون اشتراكات في هذا النوع من المواقع وذلك بنسبة 100 % هذا يعود لكونها فئة بدأت تشكل علاقات اجتماعية مع كبار الشخصيات وهو ما يجعلها تظن بأن ذلك كافيا على الأقل إلى أن تكتسب خبرة تخول لها التفرقة بين المصادر ذات المصادقية وغيرها.

ونفس الشيء يقال عن ذوي من 6 – 11 سنة خبرة في المجال الإعلامي فهم أيضا لا يملكون اشتراكات بنسبة 100 % وهو تعبير صريح عن تمسك الصحفيين بالمصادر السهلة والبسيطة والتي لا تتطلب الكثير من الوقت أو الجهد الفكري.

أما الصحفيين ذوي أكثر من 11 سنة أقدمية فهم أيضا لا يملكون اشتراكات ولكن بنسبة 84.2% وهذا راجع لشبكة العلاقات التي شكلوها طيلة سنوات عملهم وهو ما يمنحهم الأولوية لتلقي أفضل الأخبار وفي وقت وقوعها دون الحاجة إلى اشتراكات في مواقع إخبارية أو غيرها.

وبما أن أكثر فئة لا تملك اشتراكات هما فئتي الصحفيين ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية ومن 6 – 11 سنة، أما أكثر فئة تملك اشتراكات فهي فئة ذوي أكثر من 11 سنة خبرة في المجال الصحفي، فإنه لا توجد علاقة بين امتلاك الصحفيين اشتراكات في المواقع الإخبارية وبين متغير الأقدمية.

الجدول رقم:41 سبب عدم امتلاك اشتراك في إحدى المواقع الإخبارية

النسبة	التكرار	
7.7	03	أفضل الصحف المطبوعة (الورقية)
15.4	06	لا تقيديني في مجال عملي
38.5	15	لا أعرف طريقة الحصول على اشتراك
28.2	11	أكتفي بزيارة مواقعها دون اشتراك
%100	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن السبب الرئيسي الذي جعل الصحفيين محل الدراسة لا يملكون اشتراكات في مواقع إخبارية أنهم لا يعرفون الطريقة التي يحصلون بها على اشتراكات في هذه المواقع رغم أنها بسيطة للغاية إذ يكفي إدخال اسمك وعنوان بريدك الإلكتروني ثم إعادة كتابته للتأكيد، وبمجرد ملأ استمارة التسجيل (تحوي سنك، بلدك، وظيفتك..) تصلك رسالة في حسابك على البريد الإلكتروني لتفعيل اشتراكك، وتختلف الطريقة من موقع إلى آخر فهناك من يمنحك حق الدخول إلى الموقع والإطلاع على كافة المواضيع وهناك من يحرمك من بعض المواضيع مادام اشتراكك هو اشتراك مجاني كما هو الحال بالنسبة لـ Le figaro connect.

أما السبب الثاني فهو أن المبحوثين يكتفون بالإطلاع على هذه المواقع أي الدخول كزوار فقط، وبالتالي فزيارتهم لهذه المواقع هو تصفح مناسبتي فقط أي كلما سمحت الظروف أو اضطررتهم الأعمال المهنية.

كما نجد من يرى بأن هذه المواقع لا تقيده في مجال عمله وهو أمر وارد ولكن ليس دوماً فصحيح أن العمل الصحفي ليس عملاً مكتبياً وما زالت الصحافة في الجزائر لم ترتق لتعتمد كلية على المصادر الإلكترونية للمعلومات ولكن لا ينزل الصحفي إلى الميدان كل يوم فإذا جلس في مكتبه احتاج لموقع سريع يعطيه ما يحتاجه دون عناء وهذا لا يحدث دون اشتراك.

والسبب الأخير هو أن هناك أقلية من المبحوثين تفضل الصحف المطبوعة على المواقع الإخبارية وهذا عندما نتحدث عن المواقع الإخبارية التي لديها نسخاً ورقية فهناك من يرى أن للنسخ المطبوعة تأثيراً أبلغ من الإلكترونية وهذا صحيح ولكن لا يكون الصحفي دوماً في المكان المناسب ولا في الوقت المناسب لتصفح 24 صفحة بحثاً عن موضوع معين.

الجدول رقم: 42 ترتيب خدمات الانترنت حسب استخدام الصحفيين لها

الرتبة	النسبة	المجموع	التكرار المعدل (المرجح)	المعامل الترجيحي	التكرار	الرتبة	
2	26.13	144	70	5	14	1	مواقع الويب
			48	4	12	2	
			15	3	05	3	
			10	2	05	4	
			01	1	01	5	
1	27.79	153	80	5	16	1	الصحافة الالكترونية
			52	4	13	2	
			18	3	06	3	
			02	2	01	4	
			01	1	01	5	
3	17.96	99	15	5	03	1	منتديات الحوار
			20	4	05	2	
			45	3	15	3	
			10	2	05	4	
			09	1	09	5	
5	13.24	73	00	5	00	1	الشبكات الاجتماعية
			08	4	02	2	
			12	3	04	3	
			44	2	22	4	
			09	1	09	5	
4	14.88	82	15	5	03	1	البريد الالكتروني
			20	4	05	2	
			18	3	06	3	
			12	2	06	4	
			17	1	17	5	
-	%100	551	-	-	-	-	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحافة الالكترونية تحتل المرتبة الأولى ضمن استخدامات الصحفيين

الجزائريين للانترنت وذلك بنسبة 27.79 %، والشيء الأساسي الذي جعل الصحافة الالكترونية تحتل هذا المركز المتقدم هو أن أغلب الصحف الورقية صارت لها نسخا الكترونية؛ سواء تعلق الأمر بالصحف الوطنية أو الصحف العربية والأجنبية، وهذا يؤكد أن للصحافة الالكترونية في الجزائر دورا فعالا في تغذية القطاع الإعلامي على اختلاف أشكاله (سمعي، سمعي بصري أو مكتوب) بالمادة الصحفية اللازمة. فقد استطاعت فئة الصحفيين استيعاب هذه الخدمة الشبكية التي تتيحها الانترنت واعتبارها مصدرا معلوماتيا لا يستهان به، وبالفعل فإن الصحافة الالكترونية اكتسحت المجتمع الجزائري ككل وليس فئة الصحفيين فحسب فقد صارت هناك نسبة لا بأس بها من المواطنين الذين يتصفحون يوميا الجرائد الوطنية عبر الشبكة ويستمتعون بذلك. وتعود المتعة في الإطلاع على الصحافة الالكترونية في أن هذه الأخيرة تمتاز بمرونة وأنية تزيد من نسبة الإقبال عليها، فهي تمنح الزائر امكانية التفاعل مع كاتب المقال او مع باقي القراء من خلال منحه فرصة الرد والتعليق على كل ما يقرؤه، كما تمنح الأفراد الذين يفضلون القراءة المتأنية فرصة تحميل الصحيفة وقراءتها في أي وقت ومكان يفضلونها.

ثم نجد في المرتبة الثانية مواقع الويب بنسبة 26.13 % فهي توفر للصحفي مجالاً رحباً للاختيار بين نوع المواقع حسب نوع المواضيع المبحوث عنها، ومواقع الويب مختلفة فهناك المتخصصة وهناك العامة وهي على درجة كبيرة من الأهمية. ويتجه الصحفيون إلى مواقع الويب نظراً أنها تتطوي على كم هائل من المعلومات وهي غالباً ما تحيلنا إلى مواقع أو روابط أخرى قد تكون لمؤسسات دولية أو وزارات أو مدونات لشخصيات فاعلة في المجتمع المدني، وكلها تزود الصحفي بالكثير من المعلومات بل إنه يكفي أن يكتب المستخدم كلمة أو جملة بسيطة لتتباطل عليه روابط المواقع التي يحتاجها، خاصة وأن هذه المواقع مزودة بمحركات بحث ضخمة لا تفلت معلومة من قبضتها.

ثم نجد منتديات الحوار في المرتبة الثالثة بنسبة 17.96 % التي تقدم خدمات تفاعلية جمة فبفضلها يتمكن الصحفي من الاتصال بكل شرائح المجتمع ومعرفة انشغالاتهم ووجهات نظرهم إزاء الكثير من القضايا، كما يستطيع الاتصال بغيره من الصحفيين داخل وخارج حدود الوطن لتبادل الأفكار وتبادل المعلومات وحتى المواد الإعلامية. فهذه المنتديات كثيراً ما يضع صاحبها موضوعات للنقاش ويترك المستخدمين يتبادلون الحوارات فيما بينهم وكل منهم يحاول إقناع الآخرين بصحة ما يقول بتقديم الإحصائيات والأرقام والتواريخ والتقارير وغيرها.

ثم نجد البريد الالكتروني في المرتبة الرابعة بنسبة 14.88 % ويستخدمه الصحفيون للتواصل فيما بينهم وللتواصل مع جمهورهم وتلقي ردودهم وآرائهم في نوعية المواد الإعلامية المقدمة اليهم،

وهذا ما يدفع الصحفي إلى بذل جهد سعيًا منه لتقديم الأفضل. كما يستخدم الصحفيون البريد الإلكتروني لتلقي وإرسال المعلومات خاصة وأن هذه التقنية تسمح بتبادل المواد السمعية والسمعية البصرية.

وفي الأخير نجد الشبكات الاجتماعية التي عجز الصحفيون المبحوثون عن استيعابها كمصدر للمعلومات رغم أهميتها، فهي لا تزال في بداياتها لذا فالصحفيين لازالوا متخوفين منها ومترددين خاصة بعد مسألة التشكيك في مصداقية ما تقدمه هذه الشبكات من معلومات، لكن مع مرور الوقت وبعد التعرف أكثر على خدماتها المتاحة والتحكم في استخدامها لا بد أنها سوف تحتل مراتب متقدمة ضمن قائمة استخدامات الصحفيين لخدمات الإنترنت.

الجدول رقم:43 استخدام الهاتف النقال في مجال العمل الصحفي

النسبة	التكرار	
64.1	25	دائماً
30.8	12	أحياناً
5.1	02	أبداً
100%	39	المجموع

إن الهاتف المحمول صار ضرورة تستدعيها الحياة اليومية للفرد، فهذه الأداة صغيرة الحجم قربت بين الشعوب في مختلف أمصار العالم، وجعلت عملية الاتصال أيسر رغم بعد المسافات. وإذا كان المواطن العادي لا يستطيع الاستغناء عن استخدام الهاتف المحمول لتقديم أو تلقي معلومة؛ فالصحفي أكثر حاجة إلى هذه الوسيلة على اعتبار أنه صانع المعلومة والمتعامل الأول معها. والجدول أعلاه يؤكد ما سبق ذكره إذ أن الصحفيين يستخدمون "دائماً" الهاتف النقال في مجال العمل الصحفي بنسبة 64.1 %، وهي نسبة تعبر عن توسع استخدام الهاتف المحمول في المجال الصحفي إذ أنه حل محل الكاميرات الرقمية ومحل آلات التصوير ومحل مسجلات الصوت لذا صار الصحفي يخرج في تغطياته الصحفية لا يحمل سوى هاتفه النقال في جيبه.

كما نجد نسبة 30.8 % منهم يستخدمونه "أحيانا" أي عندما لا يستطيعون التنقل إذا كانوا يريدون الاتصال بمسؤول مثلا ، أو إذا لم يسطحبوا كاميراتهم وآلات تصويرهم فيضطرون إلى تعويضهم بالهاتف النقال.

أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 5.1 % فهي أقلية لا تستخدم الهاتف النقال مطلقا وذلك يعود ذلك بالدرجة الأولى إلى اعتمادهم على مصادر معلومات أخرى قد تكون الاتصال المباشر (وجهها لوجه) مع المسؤولين مثلا.

الجدول رقم: 44 يوضح علاقة السن باستخدام الهاتف النقال

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن استخدام الهاتف النقال	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
64.1	25	63.6	07	83.3	10	40	02	54.5	06	دائما
30.8	11	27.3	03	16.7	02	60	03	27.3	03	أحيانا
5.1	03	9.1	01	00	00	00	00	18.2	02	أبدا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 22 – 29 سنة يستخدمون "دائما" الهاتف المحمول وذلك بنسبة 54.5 % وهي نسبة تعكس رغبة الصحفيين الشبان في الحصول على المعلومات بأسرع طريقة ممكنة ودون الانتقال إلى أماكن الأحداث. أما الذين لا يستخدمون مطلقا الهاتف المحمول والمقدرة نسبتهم بـ 18.2 % فمن المؤكد أنهم يفضلون وسائل أكثر حيوية من الهاتف المحمول كالانترنت مثلا.

أما فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 30 – 37 سنة فهم يستخدمون الهاتف النقال "أحيانا" في المجال المهني بنسبة 60 % وهو ما يجعلنا نقول أن هذه الفئة التي سبق وأن أشرنا أنها غير متحكمة تماما في استخدام الانترنت وخدماته هي أيضا غير مهتمة باستخدام الهاتف المحمول وهذا لاعتمادها على مصادر أكثر بساطة وأكثر تقليدية.

أما فئة الصحفيين الذي ينحصر سنهم ما بين 38 – 45 سنة فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائما" بنسبة 83.3 % وهي نسبة معتبرة توضح مدى التزام هذه الفئة باستخدام كل ما هو سريع

فالمهم بالنسبة لها هو الحصول على المعلومة في وقتها المناسب لأن تنقل الصحفي قد يضيع منه فرصة الحصول على السبق.

أما فئة الصحفيين الذين يزيد سنهم عن 46 سنة فهم يستخدمون الهاتف النقال "دائماً بنسبة 63.6 % وهي نسبة تعبر عن تغلب هذه الفئة على عامل السن وسعيهم لمواكبة التكنولوجيات الاتصالية الجديدة التي من شأنها ضمان مراكزهم الريادية في عالم الصحافة.

لكن تجدر الإشارة إلى أنه لا توجد علاقة بين السن وبين استخدام الهاتف المحمول في المجال الإعلامي على أساس أن أكثر فئة تستخدم هذه الوسيلة "دائماً" هي فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 38 – 45 سنة وأكثر فئة من الصحفيين الذين لا يستخدمون مطلقاً الهاتف المحمول هم فئة الشباب الذين ينحصر سنهم ما بين 22 – 29 سنة.

الجدول رقم: 45 يوضح علاقة المستوى العلمي باستخدام الهاتف المحمول

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي استخدام الهاتف النقال
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
64.1	25	73.3	11	60.9	14	00	00	دائماً
30.8	11	26.7	04	26.1	06	100	01	أحياناً
5.1	03	00	00	13	03	00	00	أبداً
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يستخدم الهاتف المحمول "أحياناً" وهذا قد يعود إلى أن هذا الصحفي لا يستخدم الهاتف المحمول إلا للاتصال بالأشخاص الفاعلة في الأحداث أو لتحديد مواعيد مع المسؤولين أي أنّ استخدامه لهذه الوسيلة هو استخدام محدود.

أما فئة الجامعيين فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائماً" بنسبة 60.9 % وذلك لقدرتهم على الاستفادة من كامل الخدمات المتوفرة على الهاتف النقال من إجراء مكالمات واستخدام كاميرته وآلة تصويره وغيرها.

أما فئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائماً" بنسبة 73.3 % وذلك لوعيهم الكبير بفائدة الهاتف المحمول في عصر الإلكترونيات وقدرتهم على الاستفادة من كامل تطبيقاته الإعلامية كالإبحار في الإنترنت.

وبالتالي يتضح أن هناك علاقة طردية بين المستوى العلمي للصحفي وبين استخدام الهاتف النقال أي أنه كلما زاد المستوى العلمي للصحفي زاد استخدامه لهذه الوسيلة.

الجدول رقم: 46 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية باستخدام الهاتف النقال

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية استخدام الهاتف النقال	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
64.1	25	70	07	66.7	08	58.8	10	دائما	
30.8	12	30	03	33.3	04	29.4	05	أحيانا	
5.1	02	00	00	00	00	11.8	02	أبدا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية=0.71		درجة الحرية = د 4				كا ² المحسوبة = 8			

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة التلفزيون الجهوية يستخدمون "دائما" الهاتف النقال في مجال عملهم وذلك بنسبة 58.8 % فكما سبق وأن أشرنا فإن الهاتف المحمول حل محل الكاميرات وآلات التصوير وبما أن صحفيي التلفزيون يقدمون موادا سمعية بصرية فالهاتف يسهل عليهم عملهم بل يمنحهم فرصة الاستغناء عن المصور نظرا أن التصوير بالهاتف لا يتطلب خبرة ولا معرفة كبيرة في مجال التصوير.

أما صحفيي إذاعة قسنطينة فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائما" بنسبة 66.7 % وهذا على اعتبار أنه حل محل آلات التسجيل التقليدية وبالتالي فصحفيي الإذاعة صاروا يكتفون باصطحاب هواتفهم النقالة دون أخذ آلات التسجيل معهم دون أن ننسى فائدة الهاتف الأساسية المتمثلة في تحديد المواعيد والاتصال بالشخصيات.

وفي يومية النصر يستخدم الصحفيون الهاتف النقال "دائما" في مجال عملهم وذلك بنسبة 70 % فالهاتف يعين هؤلاء الصحفيين على اخذ الصور فالخبر لا يكون متوقعا في أغلب الأحيان والصحفي لا يستطيع حمل آلة تصويبه أينما ذهب لكنه يحمل هاتفه دوما وهو ما يزيد من فاعلية هذه الوسيلة.

وتجدر الإشارة إلى أن أكثر مؤسسة إعلامية يستخدم صحفيوها الهاتف المحمول هي يومية النصر وأكثر مؤسسة لا يستخدم صحفيوها الهاتف في مجال عملهم هي محطة التلفزيون الجهوية. ويؤكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة احصائية بين هذه المؤسسات في استخدامها للهاتف المحمول حيث أن كا² المحسوبة والمقدرة بـ 8 تفوق قيمة كا² الجدولية التي تقدر بـ 0.71 عند درجة الحرية د=4 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 47 يوضح علاقة الأقدمية باستخدام الهاتف المحمول

المجموع	أكثر من 11 سنة		من 6 – 11 سنة		من سنة – 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
	64.1	25	68.4	13	100	04	55.6	05	42.9	03	دائماً
	30.8	12	31.6	06	00	00	22.2	02	57.1	04	أحياناً
	5.1	02	00	00	00	00	22.2	02	00	00	أبداً
المجموع	%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين ذوي أقل من سنة أقدمية بالمؤسسات الإعلامية محل الدراسة يستخدمون الهاتف المحمول "أحياناً" بنسبة 57.1 % وذلك قد يعود إلى أنهم مازالوا لا يملكون شبكة علاقات مهنية واسعة ليتصلوا بمصادرهم الذين يمدوهم بالمعلومات لذا يبقى استخدامهم للانترنت استخداماً محدوداً.

أما فئة الصحفيين ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائماً" بنسبة 55.6% وذلك لبداية اتساع شبكة علاقاتهم التي تتطلب منهم البقاء على اتصال دائم بهم.

أما فئة الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة خبرة بالمجال الإعلامي فهم يستخدمون الهاتف المحمول "دائماً" بنسبة 100 % وذلك أنهم يرون في هذه الوسيلة حلقة الوصل بينهم وبين المعلومة أينما كانت ونفس الشيء يقال عن فئة الذين يزيد سنهم عن 46 سنة الذين يستخدمون الهاتف النقال "دائماً" بنسبة 68.4 % وذلك لاكتساب هذه الفئة بالذات علاقات واسعة مع كل شرائح المجتمع وهو ما يتطلب توطيد علاقاتها بهم والبقاء على اتصال دائم بها للحصول دوماً على أحدث الأخبار.

وتجدر الإشارة إلى أن أكثر فئة تستخدم الهاتف النقال هي فئة الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة خبرة رغم أن أكثر فئة لا تستخدمه هي فئة ذوي أقل من سنة أقدمية في المجال الإعلامي، إلا أن هذا ينفي وجود علاقة بين سنوات الأقدمية وبين استخدام الهاتف المحمول في الصحافة.

الجدول رقم:48 يوضح مجالات استخدام الهاتف النقال في الصحافة

النسبة	التكرار	
5.3	02	الحصول على الصور
52.6	20	الحصول على التسجيلات الصوتية
2.6	01	الإبحار في الانترنت
39.5	15	الحصول على الأخبار
%100	83	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن أكثر مجال يستخدم فيه الصحفيون الهاتف النقال هو نقل التسجيلات الصوتية خاصة وأن الهاتف النقال حل محل مسجل الصوت ففي الخرجات الرسمية نرى الصحفي يضع هاتفه ويسجل تصريحات الوزراء والرؤساء ثم يعود لمكتبه فيبيت ما سجله – بعد بعض التعديلات – مباشرة إلى الجمهور، وهي خدمة سريعة للغاية وموفرة للجهد والوقت.

كما نجد أن العديد منهم يستخدم الهاتف النقال للحصول على الأخبار سواء تعلق الأمر بالاتصال بالشخصيات الرسمية أو الشخصيات الفاعلة في الأحداث لاستكمال خبر أو غيره، أو في استخدامهم لخدمة الرسائل القصيرة في ترتيب المواعيد أو إعلامه بخبر حصري.

دون أن ننسى استخدام الهاتف النقال كآلة تصوير لا تحتاج سوى نقل الصورة إلى الحاسوب لتخرج في أحدى حلة للجمهور، فضلا عن استخدام الهاتف للدخول منه إلى شبكة الانترنت وهي تقنية حديثة توفرها بعض شبكات الهاتف المحمول في الجزائر خاصة منها موبيليس ونجمة.

الجدول رقم: 49 استخدام تقنية البلوتوث للحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	
2.6	10	دائما
12.8	06	أحيانا
84.6	32	أبدا
%100	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفيين المبحوثين لا يستخدمون تقنية البلوتوث للحصول على المعلومات وذلك بنسبة 84.6 % نظرا أنها تقنية لا تزال في بداياتها وحتى تطبيقاتها الإعلامية لا تزال في مرحلة الطفولة خاصة في الجزائر.

كما نجد نسبة من يستخدمونه "دائما" مقدرة بـ 2.6 % ونسبة من يستخدمونه "أحيانا" مقدرة بـ 12.8 % فالأجيال الجديدة للهواتف النقالة جعلت منها أجهزة مرنة تحوي كما هائلا من المعلومات القابلة للانتقال بين جهازين أو أكثر أو بين الهاتف وجهاز الحاسوب بمجرد تشغيل خدمة البلوتوث، وهو أمر في غاية الأهمية خاصة في الآونة الأخيرة أين تضاعف استخدام الصور ومقاطع الفيديو المصورة بالهواتف النقالة عبر كامل دول عالم.

الجدول رقم: 50 يوضح علاقة السن باستخدام البلوتوث

المجموع		من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	استخدام البلوتوث
2.6	01	00	00	00	00	00	00	9.1	01	دائما
12.8	06	18.2	02	25	03	00	00	9.1	01	أحيانا
84.6	32	81.8	09	75	09	100	05	81.8	09	أبدا
100%	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين ذوي من 22 – 29 سنة لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 81.8 % وهي نسبة كبيرة رغم أنه يعتقد بأن الشباب هم أكثر استخداما لهذه التقنيات إلا أن الأرقام التي أمامنا تبرز عكس ذلك تماما.

أما الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 100 % وهو ما يجعلنا نؤكد ما سبق ذكره بأن هذه الفئة هي فئة لا تستوعب التقنيات الحديثة مطلقا. وفيما يخص ذوي من 38 – 45 سنة فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 75 % أي أنهم لا يرون في هذه التقنية وسيلة فعالة للحصول على كل المعلومات وهو أمر صحيح فالكثير من البيانات لا يمكن نقلها بالبلوتوث. أما فئة الصحفيين ذوي أكثر من 46 سنة فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 81.8 % وهو ما يجعلنا نتوقع أن هذه الفئة ترى في البلوتوث وسيلة شبابية لا تصلح في كل الأحوال ولا تناسب كل الصحفيين. وتجدر الإشارة إلى أنه رغم أن أكثر فئة تستخدم تقنية البلوتوث "دائما" هي فئة الصحفيين ذوي من 22 – 29 سنة إلا أن أكثر فئة لا تستخدم البلوتوث هي فئة الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة وهذا ما ينفي وجود علاقة طردية بين السن واستخدام تقنية البلوتوث في الحصول على المعلومات لدى الصحفيين.

الجدول رقم: 51 يوضح علاقة المستوى العلمي باستخدام البلوتوث

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	استخدام البلوتوث
2.6	01	00	00	4.3	01	00	00	دائما
12.8	06	20	03	13	03	00	00	أحيانا
84.6	32	80	12	82.6	19	100	01	أبدا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي لا يستخدم البلوتوث للحصول على المعلومات وذلك بنسبة 100 % وهذا راجع إلى أن هذا الصحفي يكتفي بالمصادر التقليدية أو ببعض الخدمات البسيطة التي يقدمها الانترنت.

أما فئة الجامعيين فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 82.6 % وهي نسبة معتبرة تشير إلى أن الجامعيين أيضا لا يجدون في تقنية البلوتوث ضالتهم في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها وهذا قد يعود إلى التزامهم باستخدام خدمات الانترنت التي تعد أكثر فاعلية وأسرع بكثير.

أما فئة ذوي المستوى العلمي العالي فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 80 % وهذا ما ينفي وجود علاقة طردية بين استخدام البلوتوث والمستوى العلمي للصحفي فأكثر فئة لا تستخدم البلوتوث هي فئة ذوي المستوى الثانوي ورغم ذلك فإن أكثر فئة تستخدم هذه التقنية هي فئة الجامعيين وليس ذوو المستوى العلمي العالي.

الجدول رقم: 52 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية باستخدام البلوتوث

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	استخدام البلوتوث	
2.6	01	00	00	8.3	01	00	00	دائما	
12.8	06	20	02	8.3	01	17.6	03	أحيانا	
84.6	32	80	08	83.3	10	82.4	14	أبدا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية = 0.71		درجة الحرية د=4				كا ² المحسوبة = 3.1			

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة التلفزيون الجهوية لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 82.4% وهي نسبة معتبرة توضح عدم رغبة صحفيي القطاع السمعي البصري في تعويض المصادر التي تعودوا على استخدامها بالبلوتوث أي أنه مازال لم يرتق إلى مستوى المصادر المعلوماتية الدائمة.

أما صحفيي إذاعة قسنطينة فهم لا يستخدمون البلوتوث "أبدا" وذلك بنسبة 83.3% وهي أيضا نسبة معتبرة تجعلنا نتأكد من عدم فاعلية تقنية البلوتوث مقارنة بمصادر معلوماتية أخرى خاصة الانترنت التي صارت تضم كل الخدمات اللازمة دون اللجوء إلى البلوتوث. وفي يومية النصر لا يستخدم الصحفيون البلوتوث وذلك بنسبة 80% قد تكون لاقتناع الصحفيين بضرورة عدم تضييع الوقت في تجريب تقنيات قد لا تعود بالفائدة على عملهم والاكتفاء بالتقنيات التي تم التأكد من فاعليتها.

ورغم أنها نسب متقاربة فإن لها دلالة احصائية وهذا ما يؤكد اختبار كا² إذ أن قيمة كا² المحسوبة المقدرة بـ 3.1 تفوق قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ 0.71 عند درجة الحرية د = 4 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 53 مجالات استخدام تقنية البلوتوث في الصحافة

النسبة	التكرار	
50	50	الحصول على الصور
50	05	الحصول على المقاطع الصوتية
00	00	وصلها بالحاسب الالكتروني
%100	10	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن البلوتوث يستخدم من قبل الصحفيين للحصول على الصور فيبعد التصوير بالهاتف النقال يجب نقلها إلى الحاسوب لإجراء التعديلات اللازمة عليها وذلك يكون غالبا عبر البلوتوث . فضلا عن أن المواطن صار اليوم مصدرا لمعلوماتيا لا يستهان به حتى أنه صار كلما استغرب ظاهرة أو مشهدا أسرع إلى هاتفه المحمول والتقط صورة له؛ ثم يتجه نحو أقرب صحيفة ليمنحها بتلك الصورة التي قد تخفي وراءها قضية صحفية هامة، وكل هذا لا يتم إلا عبر تقنية البلوتوث.

ونفس الشيء يقال عن المقاطع الصوتية التي تتضمن غالبا تصريحات رسمية لشخصيات بارزة وبما أن هذه المقاطع و التسجيلات مسجلة بالهاتف المحمول فهي تتطلب بعض التعديلات قبل تقديمها للجمهور إذ لا بد أن تدخل الحاسوب لإجراء هذه التعديلات وذلك لا يكون إلا عن طريق البلوتوث.

الجدول رقم: 54 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بمجالات استخدام البلوتوث

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية مجالات استخدام البلوتوث
		%	ت	%	ت	%	ت	
50	05	50	02	00	00	60	03	الحصول على الصور
50	05	50	02	100	01	40	02	الحصول على المقاطع الصوتية
%100	10	%100	04	%100	01	%100	05	المجموع
		كا ² الجدولية = 0.10		درجة الحرية د = 2		كا ² المحسوبة = 1.4		

يبين الجدول أعلاه أن كل مؤسسة إعلامية تستخدم البلوتوث حسب طبيعة عمل كل منها فصحفيي محطة قسنطينة يستخدمون البلوتوث في الحصول على الصور وذلك بنسبة 60 % ، وإذاعة قسنطينة تستخدمه للحصول على المقاطع الصوتية بنسبة 100 %، أما يومية النصر فتستخدمه للحصول على الصور والمقاطع الصوتية على حد سواء. وهي فروق ذات دلالة احصائية وجوهرية بدليل اختبار كا² الذي أكد معنوية هذه الفروق، فقيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ 1.4 تفوق قيمة كا² الجدولية والمقدرة بـ 0.10 عند درجة الحرية د = 2 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 55 امكانية الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة في استيقاء المعلومة الصحفية

النسبة	التكرار	
59	23	نعم
41	16	لا
%100	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه تأكيد الصحفيين على أنه يمكن الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة في استيقاء المعلومات، وذلك سواء تعلق الأمر باستكمال خبر معين أو تحديد موعد مهم أو تلقي خبر كما هو الحال بالنسبة لشبكات الهاتف المحمول التي ترسل إلى المشتركين نتائج المباريات مباشرة على

هاتفهم المحمول، وهي خدمة تقدمها شركة "تجمة" إلى كل المشتركين على شكل رسائل قصيرة تصل إلى المشترك بين الحين والآخر.

الجدول رقم: 56 نوع المعلومات الصحفية التي يمكن استيقاؤها من خلال خدمة الرسائل القصيرة

النسبة	التكرار	
23.3	14	سياسية
21.7	13	ثقافية
18.3	11	اجتماعية
11.7	07	اقتصادية
23.3	14	رياضية
1.7	01	أخرى
%100	60	المجموع

يبين الجدول أعلاه أنه يمكن استخدام خدمة الرسائل القصيرة في استقاء الأخبار السياسية والرياضية بالدرجة الأولى، ففيما يخص الأخبار السياسية فخدمة الرسائل القصيرة كفيلة بنقل الكثير من الأخبار الهامة مثل الصحفي الذي يجد نفسه مضطرا لتقديم آخر نتائج الانتخابات الرئاسية كل نصف ساعة لرئاسة التحرير فبفضل خدمة الرسائل القصيرة يمكنه إرسال رمز الحزب والرقم الذي وصل اليه دون الاتصال. أما الأخبار الرياضية فكما سبق وأن أشرنا فقد صارت تُستقى بمجرد تلقي رسالة قصيرة على الهاتف فيها أسماء الفريقين وعدد الأهداف؛ وهذه الجملة القصيرة كفيلة بصنع مقال صحفي رياضي مطول.

كما تسمح خدمة الرسائل القصيرة باستقاء المعلومات الثقافية وهذا يتضح جليا من خلال إمكانية إبلاغ الصحفيين بموعد مهرجان مهم أو ملتقى فكري هام.

أما المعلومات الاجتماعية فهي أيضا واردة ضمن قائمة خدمات الرسائل الهاتفية القصيرة وذلك من خلال اعتبارها وسيلة اتصالية بين الصحفي وجمهوره أو بين الصحفي والأشخاص الفاعلين في الأحداث الذين قد يكتفون بإرسال رسالة قصيرة إلى الصحفي لاستكمال الخبر كذكر اسم منطقة أو اسم شخص معين.

وفيما يتعلق بالمعلومات الاقتصادية فقد صارت الكثير من أخبار البورصة وأسعار النفط وغيرها تصل إلى الهواتف المحمولة للأفراد في كثير من دول العالم بعد الاشتراك طبعا.

الجدول رقم:57 دوافع استخدام مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
38.3	31	دوافع مهنية
16	13	دوافع نفعية
29.6	24	دوافع معرفية
7.4	06	التسلية والترفيه
8.6	07	الهروب من الروتين
%100	81	المجموع

تأتي الدوافع المهنية في مقدمة دوافع استخدام الصحفيين لمصادر المعلومات الالكترونية على اعتبار أن الصحفي يهدف من خلال استخدامه لمصادر المعلومات الالكترونية بالدرجة الأولى إلى تحسين أدائه المهني والنهوض بمردوده الإعلامي.

ثم تأتي الدوافع المعرفية فالصحفي يهدف من خلال استخدامه لهذا النوع من المصادر إلى توسيع معارفه واكتساب خبرات جديدة في شتى المجالات وأولها في الإعلام.

ثم نجد الدوافع النفعية فالصحفي لا يستخدم المصادر الالكترونية إلا عند حاجته إليها وهذا أمر طبيعي، أي أنه لن يجد الخبر أمامه بكامل تفاصيله ويذهب للبحث عنه في الانترنت.

ثم نجد دافع الهروب من الروتين خاصة بالنسبة لذوي سنوات الأقدمية الطويلة فالروتين المهني اليومي يفرض عليهم تغيير مصادرهم واللجوء لكل ما هو جديد، فللعامل النفسي الدور الفعال في دفع روح العمل الدؤوب في نفوس الصحفيين.

أما التسلية والترفيه فهي دوافع ترفيهية تنتج عن الضغط في العمل الذي يدفع صاحبه إلى البحث عن أي وسيلة تُرفّه عنه وتقدم له المعلومة بطريقة خفيفة.

الجدول رقم: 58 الحاجات المحققة من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
29.3	24	الحصول على الأخبار الفورية
20.7	71	الإلمام بالأحداث العالمية
29.3	24	اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام
20.7	17	تدعيم وتنويع المواد الصحفية
%100	82	المجموع

إن استخدام مصادر المعلومات الالكترونية يلبي للصحفيين جملة من الحاجات الملحة، فالجدول أعلاه يبين أن حاجة الحصول على الأخبار تأتي أولاً لأنها أساس العمل الصحفي وهدف كل صحفي، فالمعلومة هي عصب العمل الإعلامي على اختلاف أنواعه سواء كان مكتوباً أو مقروءاً أو مسموعاً والوصول إليها مهمة شاقة وممتعة، وعلى قدر ما تتوفر مصادر المعلومات على قدر ماتزيد متعة الصحفي في استقاء المعلومة وإيداعه في انتقاء الأفضل منها وتقديمه للجمهور في أحلى حلة. كما نجد أيضاً في المركز الأول حاجة اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام؛ وهذه الخبرات هي ليست حكراً على المبتدئين فقط بل حتى كبار الصحفيين هم بحاجة إلى تجديد خبراتهم وتطويرها مع العصر الجديد.

ثم نجد حاجة تدعيم وتنويع المواد الصحفية وذلك حتى لا يشعر المتلقي بالملل ولا يكون هناك تكرار للمحتوى المقدم، فمصادر المعلومات الالكترونية توفر كما هائلاً من الصور والمواد السمعية البصرية التي تزيد من قوة الخبر وتشعر الجمهور كأنه يعيش الحدث. فضلاً عن الإلمام بالأحداث العالمية التي تشكل جزءاً هاماً من ثقافة الصحفي، فالأحداث العالمية الكثيرة تجبر الصحفي على أن يكون على علم بكل صغيرة وكبيرة تحدث في كامل دول العالم حتى البعيدة جداً، فلعل هذا الصحفي يحتاج هذه المعلومات في يوم من الأيام.

الجدول رقم: 59 نوع الرضا المحقق من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
10.1	09	تلبية جميع احتياجاتي المهنية
33.7	03	تزويدي بالأخبار
12.4	11	تزويدي بالتحليل الإخبارية
16.9	51	إكسابي مهارات جديدة
3.4	03	منحي وسائل الترفيه والتسلية
19.1	17	مساعدتي على العمل دون التنقل (كسر الروتين)
4.5	04	الاتصال بصحفيين آخرين من داخل أو خارج الوطن
%100	89	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الرضا الرئيسي الذي تحققه مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين هو تزويدهم بالأخبار التي يحتاجونها وهو الأهم في العمل الصحفي. يليه مساعدتهم على العمل دون التنقل فقد أغنتهم هذه المصادر عن الخروج من المكتب بل عن الخروج من المنزل غالباً، ففي كثير من الأحيان يصل الصحفي أخبار عديدة في آن واحد وكلها مهمة ويكون بعيداً عن مقر عمله، فلولا مصادر المعلومات الالكترونية كالانترنت لا يستطيع الصحفي نقل كل الأخبار إلى مؤسسته.

ثم نجد إكساب الصحفيين مهارات جديدة وهو أمر طبيعي لأن هذه المصادر تجدد خبرات الصحفيين وتجعلها متماشية مع العصر الذي نحن فيه.

ثم نجد تزويد الصحفي بالتحليل الإخبارية التي تزيد من قدرة الصحفي على التحليل والربط بين الأمور والأحداث لاستخلاص التحاليل اللازمة، فهناك أخبار تستدعي التمعّن والتركيز والتحليل لأن لها خلفيات متعددة وأبعاد قد لا يراها المواطن العادي.

وتليها تلبية جميع الاحتياجات المهنية من نقل للصور وللمواد السمعية البصرية وغيرها. دون أن ننسى ربط الصحفيين ببعضهم البعض حتى لو كانوا من أقطار متباعدة في العالم، وكذا منحهم وسائل التسلية للخروج من الروتين المهني والحفاظ على الروح العملية العالية.

الجدول رقم:60 نوع المعلومات المتحصل عليها من خلال مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
20.7	16	محلية
41.5	32	وطنية
37.7	29	دولية
%100	77	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نوع المعلومات المتحصل عليها من مصادر المعلومات الالكترونية هي بالدرجة الأولى معلومات وطنية وهذا يحدده نوع المواقع التي يزورها الصحفي فكما سبق وأن ذكرنا في جدول سابق أن الصحفي الجزائري يزور بالدرجة الأولى المواقع الوطنية وهو ما يجعل أكثر المعلومات التي يقنيها معلومات وطنية.

ثم تليها المعلومات الدولية فالأخبار الوطنية لوحدها غير كافية لتقديم نشرة إخبارية متكاملة أو عدد من جريدة معينة، فالمواطن الجزائري لا يهتم بالأخبار الوطنية فحسب بل يرغب في الإطلاع على الأخبار الدولية التي تشكل جزءا هاما من اهتمامات المتلقي.

ثم نجد المعلومات المحلية التي تستقى غالبا عبر الهاتف أو عن طريق المقابلات الشخصية المباشرة مع كبار المسؤولين كالوالي أو رئيس البلدية وذلك لنقص المواقع المحلية عموما.

الجدول رقم: 61 تحقق الإشباع من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
56.4	22	نعم
43.6	17	لا
%100	39	المجموع

يبين الجدول أن المصادر الالكترونية للمعلومات تحقق للصحفيين إشباعا بنسبة 56.4 % وهي نسبة تدل على أهمية هذا النوع من المصادر في العمل الصحفي، فقد ساهمت بشكل كبير في إثراء المواد الإعلامية وجعلها أكثر تأثيرا وأكثر فاعلية.

وحاجة أي صحفي ناجح لهذه المصادر هي حاجة ملحة ، فهذا النوع من المصادر يحمل العديد من الميزات والخدمات التي تسهل العمل الصحفي وتجعله أكثر حيوية، سواء تحدثنا عن الانترنت أو الهاتف المحمول فكلاهما ركيزة من ركائز العصر الرقمي.

وبما أن هذه المصادر هي مُعين للصحفي فهي تحقق له إشباعات جمة في المجال المهني، ولو تحدثنا عن استخدامها كمصدر معرفي للصحفي يوسع من خلاله معارفه ويكتسب بفضل خبرات في المجال الإعلامي المتجدد لقلنا أنها تحقق إشباعات معرفية لا تعوض، فالانترنت لوحدها استطاعت أن تستوعب كل وسائل الإعلام التي سبقتها وكل الخدمات والتطبيقات التي جاءت بعد ظهورها وهو ما يجعلها وسيلة لا منافس لها ولا بديل لها.

ونفس الشيء يقال عن الهاتف المحمول الذي استطاع في فترة وجيزة أن يصل إلى أدق زوايا حياتنا وأن يجعل من نفسه أول شيء نتفقده قبل الخروج من المنزل، وقد زادت امكانية تزويده بالانترنت من فعاليته؛ كما أنه دخل وبقوة المجال الإعلامي وعوّض الكثير من الأدوات التي ألف الصحفي استخدامها كالكاميرات وآلات التصوير وحتى مسجلات الصوت. كما فتح الهاتف المحمول المجال أمام إبداعات الإعلاميين ليجعل من الصحفي صحفيا ومصورا في آن واحد، فصار الصحفي يخرج في تغطياته وحيدا دون الحاجة إلى مصور ما مدام يحمل في جيبه هاتفه النقال.

وبالتالي فهذان المصدران قد حققا للصحفي جملة من الإشباعات التي تقرّ الأرقام في الجدول أعلاه على صحتها، رغم وجود نسبة 43.6 % من الصحفيين الذين لا تحقق لهم هذه المصادر إشباعا وهذا راجع إما لتفضيلهم المصادر التقليدية البسيطة التي تعودوا على استخدامها، أو لأنهم لا يحملون

في نفوسهم ريبا حول مصداقية هذه المصادر. وفي كل الأحوال هي فئة غير قادرة على استخدام هذا النوع من المصادر لسبب أساسي هو أنها ترفض المجازفة المهنية.

الجدول رقم: 62 يوضح علاقة السن بتحقق الإشباع

المجموع	من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن	تحقق الإشباع
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
56.4	22	54.5	06	50	06	80	04	54.5	06	نعم
43.6	17	45.5	05	50	06	20	01	45.5	05	لا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 22 – 29 سنة هي فئة تحقق لها مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بنسبة 54.5 % ورغم أنها ليست نسبة كبيرة فهي تعكس استيعاب هذه الفئة ولو جزئيا لتكنولوجيات الاتصال الحديثة. ووجود نسبة 45,5 % من ذات الفئة لا تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا ينفي بلا شك الاعتقاد السائد بأن فئة الشباب هم الأكثر اندماجا مع الالكترونييات وأنهم أكثر فئة يحقق لها هذا النوع من المصادر إشباعا عديدة.

أما فئة الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة فهم الذين تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بسبة 80 % وهي نسبة معتبرة تؤكد الخدمات التي تقدمها الالكترونييات لهذه الفئة رغم أنها فئة لا تتحكم في هذه التقنيات إلا أنها قد تستعين بأناس أكفاء للاستفادة منها.

وفئة الصحفيين الذين يتراوح سنهم ما بين 38 – 45 سنة فهي فئة تنقسم إلى نصفين متساويين الأول تحقق له الالكترونييات إشباعا والثاني لا تحقق له وهذا يمكن تفسيره بأن هذه الفئة هي فئة مترددة وحذرة تفكر ألف مرة قبل استخدام هذه المصادر؛ كما أن الذين يستخدمون الالكترونييات في ذات الفئة هم أناس يستوعبون تدريجيا هذه التقنيات ولا يتهافثون عليها حتى يتمكنوا من انتقاء ما يناسبهم فيها.

أما فئة الصحفيين ذوي أكثر من 46 سنة فتحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بنسبة 54.5% وذلك ربما يعود إلى رغبة هذه الفئة بالمحافظة على استخدام مصادرها التقليدية المعتادة والتي هي واثقة من مصداقية أخبارها.

وبالتالي فإن أكثر فئة تحقق لها مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا هي فئة الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة وأكثر فئة لا تحقق لها مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا هي فئة الصحفيين ذوي من 38 – 45 سنة.

الجدول رقم: 63 يوضح علاقة المستوى العلمي بتحقيق الإشباع

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		تحقق الإشباع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
56.4	22	66.7	10	47.8	11	100	01	نعم
43.6	17	33.3	05	52.2	12	00	00	لا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي تحقق له مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بنسبة 100 % وهذا دليل على أن هذا الصحفي الذي ليس على درجة عالية من التحكم في استخدام الالكترونيات قد يستعين بأناس أكثر كفاءة منه للاستفادة من خدمات هذه المصادر أي أنه يسعى للاستفادة منها لأنها تحقق له إشباعا كثيرة.

أما فئة الجامعيين من الصحفيين فلا تحقق لهم مصادر المعلومات إشباعا وذلك بنسبة 52.2 % وهي نسبة تعبر عن الريب الكبير الذي ينتاب هذه الفئة فيما يخص مصداقية الأخبار المستقاة من هذا النوع من المصادر وهو ما يجعلها تتجنب استخدامها قدر المستطاع أي أنها لا تستخدمها إلا عند الضرورة القصوى.

وفيما يتعلق بفئة ذوي المستوى العلمي العالي فتحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بنسبة 66.7 % وهي نسبة تعبر عن وعي هذه الفئة بأهمية الالكترونيات في العمل الإعلامي، كما أن مستواها العلمي العالي يخول لها التمييز بين الأخبار الموثوق بها وغير الموثوق بها.

إن أكثر فئة تحقق لها مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا هي فئة ذوي المستوى الثانوي وأكثر فئة لا تحقق لها هذه المصادر إشباعا هي فئة الجامعيين وهو ما يفند الاعتقاد السائد بأن الالكترونيات لا تحقق إشباعا إلا لذوي المستوى العلمي العالي.

الجدول رقم: 64 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بتحقيق الإشباع

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تحقق الإشباع	
56.4	22	50	05	50	06	64.7	11	نعم	
43.6	17	50	05	50	06	35.3	06	لا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية = 0.10		درجة الحرية د = 2				كا ² المحسوبة = 0.9			

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا بنسبة 64.7 % وهي نسبة تعبر عن الخدمات الجمة التي تقدمها هذه المصادر إلى القطاع السمعي البصري واستفادة صحفيي هذه المحطة من هذه الخدمات.

أما صحفيي إذاعة قسنطينة فينقسمون إلى نصفين اثنين أولهما تحقق له مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا على اعتبار أن القطاع السمعي يجد كل ما يحتاج إليه أثناء استخدام الالكترونيات. والنصف الآخر لا تحقق له هذه المصادر إشباعا إما لأن الصحفيين يفضلون المصادر البسيطة كالنزول إلى الميدان والاحتكاك بالمسؤولين أو لأنهم لا يتقنون بمصداقية المضامين المقدمة من خلال هذا النوع من المصادر.

ونفس الشيء يقال عن صحفيي يومية النصر الذين ينقسمون بدورهم إلى نصفين اثنين نصف لا تحقق له الالكترونيات إشباعا ونصف تحقق له إشباعا عديدة.

وتجدر الإشارة أن أكثر مؤسسة تحقق لها مصادر المعلومات الالكترونية إشباعا هي محطة التلفزيون الجهوية و كل من يومية النصر وإذاعة قسنطينة هما أكثر مؤسستين لا تحقق الالكترونيات لصحفييها إشباعا، وهي ليست فروقا جوهرية وليس لها دلالة احصائية على اعتبار أن قيمة كا² المحسوبة التي تساوي 0.9 تفوق قيمة كا² الجدولية التي تقدر بـ 0.10 عند درجة الحرية د = 2 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 65 يوضح علاقة الأقدمية بتحقيق الإشباع

المجموع		أكثر من 11 سنة		من 6 – 11 سنة		من سنة – 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية تحقق الإشباع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
56.4	22	73.7	14	00	00	44.4	04	57.1	04	نعم
43.6	17	26.9	05	100	04	55.6	05	42.9	03	لا
%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين ذوي أقل من سنة أقدمية تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعاً وذلك بنسبة 57.1 % فمن المفروض أن هذه الفئة هي أكثر فئة تحقق لها هذه المصادر إشباعاً لأنها في حاجة إلى استخدام هذا النوع من المصادر على اعتبار أنها في بداية مشوارها المهني.

أما الصحفيين ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فلا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً وذلك بنسبة 55.6% وهذا قد يعود إلى أن هذه الفئة قد بدأت تتشكل لديها شبكة علاقات اجتماعية ومهنية وبالتالي فهي ليست بحاجة إلى المصادر المعلوماتية الالكترونية.

وهو نفس السبب الذي جعل الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة خبرة في المجال الإعلامي يستغنون كلية عن الالكترونيات لأنها لا تلبي لهم حاجاتهم ولا تحقق لهم إشباعاً وذلك بنسبة 100 %.

أما الصحفيين ذوي أكثر من 11 سنة أقدمية فتحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعاً وذلك بنسبة 73.7 %، وتجدر الإشارة إلى أن أكثر فئة تحقق لها الالكترونيات إشباعاً هي فئة ذوي أكثر من 11 سنة خبرة في المجال الصحفي وأكثر فئة لا تحقق لها الالكترونيات إشباعاً هي فئة الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة أقدمية، وهذا ينفي وجود علاقة بين الأقدمية وتحقيق الإشباع من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

الجدول رقم: 66 نوع الإشباع المحقق من خلال استخدام مصادر المعلومات الالكترونية

النسبة	التكرار	
42.9	18	مهني
45.2	19	معرفي
2.4	10	اجتماعي
4.8	02	نفسي
4.8	02	اقتصادي
%100	42	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الإشباع المعرفي يأتي في المركز الأول ضمن قائمة الإشباع التي تحققها مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين وذلك بنسبة 45.2 %، نظرا لقدرة هذه المصادر على ربط رجل الإعلام بكافة المستجدات في كل التخصصات وبدون مقابل مادي يُذكر. فقد ساهمت الالكترونيات بشكل كبير في خلق جوّ تفاعلي بين كافة شرائح المجتمع وحتى بين مختلف الشعوب المتباعدة جغرافيا، عرقيا ودينيا؛ فمكنت بالتالي الصحفيين من الاقتراب أكثر من الجماهير العريضة والاختلاط بهم مما أكسبه قدرة على مناقشة قضايا مصيرية لشعوب تسكن مناطق قد لا يعرفها أصلا إلا عبر شاشة الحاسب الالكتروني.

ثم نجد الإشباع المهني التي تحتل المركز الثاني بنسبة 42.9 %، فهذا النوع من المصادر اقتحم عالم الصحافة وجعل الصحفي يتعامل معه بصفة تكاد تكون تلقائية نظرا أن الالكترونيات وسعت مجال تفكير الإعلاميين ومجال عملهم من خلال تحويل الصحفي من محرر بسيط إلى محرر ومصور ومخرج، وهو ما حرر الإبداعات الإعلامية التي كبتت لسنوات طويلة. فضلا عن أن المصادر الالكترونية تعدّ معينا للعمل الصحفي ورابطا بين الصحفي وجمهوره.

تليها الإشباع النفسية فالالكترونيات تعمل على القضاء على الوحدة التي يشعر بها الصحفي أو حتى الشعور بالملل المتولد عن كثرة الأعمال والضغط المهني فبوجود المصادر الالكترونية يحصل الصحفي على المعلومة بطريقة سلسلة تجعله مستمتعا.

أما الإشباعات الاقتصادية فهي تتركز أساسا في توفير المال؛ فالإلكترونيات تجنب الصحفي عناء التنقل وانتظار وسيلة نقل فإذا أراد تغطية حدث في مكان بعيد اكتفى بالدخول على الانترنت ليتصل بكبار الشخصيات الذين يمدونه بتفاصيل الأحداث وكامل مجرياتها.

الجدول رقم: 67 أسباب عدم تحقق الإشباع

النسبة	التكرار	
28.6	60	لا أثق في مضامين هذه المصادر
42.9	09	أفضل المصادر التقليدية البسيطة (الفاكس، الشخصيات الرسمية)
28.6	06	طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى
%100	21	المجموع

أما عن أسباب عدم تحقق الإشباع فيبين الجدول أعلاه أن المبحوثين يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة بنسبة 42.9 % وهذا يعكس رغبة الصحفيين الجزائريين في البقاء في مؤخرة الركب الحضاري، فالإعلاميين في كامل دول العالم تجاوزوا مرحلة انتظار وصول الفاكس من مختلف الإدارات والمؤسسات الرسمية ما دامت هناك الكثير من الطرق التي قد تجعلنا نحصل على الخبر بطريقة مباشرة ودون انتظار. كما تدل هذه النسبة على تدني المستوى المعرفي للصحفيين في مجال الإلكترونيات وهو ما يجعلهم يتحاشون استخدامها فكثرة مصادفة الصحفي للصعوبات أثناء استخدامها ينقص من رغبته في اللجوء إليها.

أما السبب الثاني فهو عدم ثقة الصحفيين في مثل هذا النوع من المصادر نظرا لعدم وضوح مصادر الخبر في أغلب الأحيان، ورغم أنه سبب مقنع إلا أنه بإمكان الصحفي تجنب التعامل مع كل معلومة غير موثوق بها والاكتماء بالمضامين واضحة المصدر، لأن الابتعاد نهائيا عن الإلكترونيات لا يزيد إلا من تردّي المنتج الإعلامي المقدم.

كما تحتم طبيعة العمل على بعض الصحفيين التعامل مع تقنيات أخرى كالنزول المباشر للميدان، فهناك أحداث لا تنفعنا فيها الإلكترونيات ولا نجد فيها البديل عن النزول للميدان.

الجدول رقم: 68 يوضح علاقة السن بسبب عدم تحقق الإشباع

المجموع		من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن نسب عدم تحقق الإشباع
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28.6	06	00	00	25	01	60	03	28.6	02	لا أثق في مضامين هذه المصادر
42.9	09	100	05	50	02	20	01	14.3	01	أفضل المصادر التقليدية البسيطة (الفاكس، الشخصيات الرسمية)
28.6	06	00	00	25	01	20	01	57.1	04	طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى
%100	21	%100	05	%100	04	%100	05	%100	07	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 22 – 29 سنة لا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم يرون بأن طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى قد تكون الاحتكاك المباشر بالشخصيات الفاعلة في الحدث أو إجراء مقابلات مع إحدى المسؤولين.

فئة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 – 37 سنة فلا تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعاً لأنهم لا يتقنون في المضامين التي تقدمها هذه المصادر.

وبالنسبة للصحفيين ذوي من 38 – 45 سن فلا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة وهم بالتالي من الفئة المحافظة التي ترفض كل تجديد من شأنه تهديد مصداقية العمل الإعلامي.

أما الذين يفوق سنهم 46 سنة فلا تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعاً لأنهم يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة وذلك بنسبة 100 %،

الجدول رقم: 69 يوضح علاقة المستوى العلمي بعدم تحقق الإشباع

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	سبب عدم تحقق الإشباع
28.6	06	50	04	15.3	02	00	00	لا أتق في مضامين هذه المصادر
42.9	09	37.5	03	46.2	06	00	00	أفضل المصادر التقليدية البسيطة (الفاكس، الشخصيات الرسمية)
28.6	06	12.5	01	38.5	05	00	00	طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى
%100	21	%100	08	%100	13	00	00	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الجامعيين لا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة بنسبة 46.2 % هذا يعكس المستوى المعرفي للجامعيين ويؤكد أن التكوين الجامعي لوحده غير كافي لصنع صحفي قادر على التأقلم مع مستجدات عالم التكنولوجيا.

أما فئة الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي فلا يتحقق لهم إشباع لأنهم لا يتقون في مضامين هذه المصادر رغم أن مسألة مصداقية المحتوى صارت مسألة لها بعض الحلول كالاعتماد كل ما هو الكتروني رسمي أي صادر من وزارات أو مؤسسات رسمية مثلاً.

الجدول رقم: 70 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بعدم تحقق الإشباع

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية سبب عدم تحقق الإشباع
		%	ت	%	ت	%	ت	
28.6	06	50	03	33.3	03	00	00	لا أتق في مضامين هذه المصادر
42.9	09	16.7	01	22.2	02	100	06	أفضل المصادر التقليدية البسيطة(الفاكس، الشخصيات الرسمية)
28.6	06	33.3	02	44.4	04	00	00	طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى
%100	21	%100	06	%100	09	%100	06	المجموع
		كا ² الجدولية = 0.71		درجة الحرية د= 4				كا ² المحسوبة = 11.8

يبين الجدول اعلاه أن صحفيي محطة التلفزيون الجهوية لا يتحقق لديهم إشباع عند استخدام الالكترونيات لأنهم يفضلون استخدام مصادر المعلومات التقليدية البسيطة وهو أمر يتنافى تماما مع طبيعة عملهم التي تستوجب الإلمام بمستجدات الالكترونيات والتعامل معها بشكل كبير.

أما صحفيي إذاعة قسنطينة فهم يرون بأن مصادر المعلومات الالكترونية لا تحقق لهم إشباعا لأن طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى وهو أمر وارد على اعتبار أنهم يحتاجون كثيرا للميدان.

أما صحفيي يومية النصر فلا تحقق لهم الالكترونيات إشباعا لأنهم لا يتقون في مضامينها. وهي فروق ذات دلالة احصائية لأن قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ 11.8 تفوق قيمة كا² الجدولية المقدرة بـ 0.71 عند درجة الحرية د=4 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 71 يوضح علاقة الأقدمية بعدم تحقق الإشباع

المجموع		أكثر من 11 سنة		من 6 – 11 سنة		من سنة – 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية أسباب عدم تحقق الإشباع
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
28.6	06	16.7	01	40	02	20	01	40	02	لا أتق في مضامين هذه المصادر
42.9	09	50	03	60	03	40	02	20	01	أفضل المصادر التقليدية البسيطة (الفاكس، الشخصيات الرسمية)
28.6	06	33.3	02	00	00	40	02	40	02	طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى
%100	21	%100	06	%100	05	%100	05	%100	05	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن صحفيين ذوي أقل من سنة أقدمية لا تحقق لهم مصادر المعلومات الالكترونية إشباعاً لأنهم من ناحية لا يتقون في مضامينها ومن ناحية أخرى طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع أنواع أخرى من المصادر.

أما الصحفيين ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فلا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم من ناحية يفضلون استخدام مصادر المعلومات التقليدية ومن ناحية أخرى طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر معلوماتية أخرى.

أما الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة أقدمية فلا يتحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم يفضلون استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

وبالنسبة لذوي الأكثر من 11 سنة خبرة في المجال الإعلامي فلا تحقق لهم الالكترونيات إشباعاً لأنهم أيضاً يفضلون استخدام المصادر التقليدية.

الجدول رقم: 72 أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات الصحفية

النسبة	التكرار	
33.3	13	استخدام مصادر المعلومات الالكترونية
38.5	15	استخدام المصادر التقليدية البسيطة
28.2	11	المزج بينهما
%100	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون أن أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات هي المصادر التقليدية البسيطة وهذا يعني أن الصحفيين الجزائريين هم صحفيين محافظين يرفضون كل تغيير في المجال المهني، ورغم أن الالكترونيات غزت عالم الصحافة في كامل دول العالم إلا أن هذا لم يحرك ساكناً للمبحوثين الذين يكتفون بما يصلهم من أخبار من مصادرهم التقليدية المعتادة وبما أنهم يحصلون على خبر في اليوم أو في اليومين فهذا كاف بالنسبة لهم.

إن إصرار المبحوثين على استخدام المصادر التقليدية رغم وجود البديل يعني أنهم إما متخوفون من هذه المصادر أو أنهم ليسوا بحاجة لتحسين أدائهم المهني.

كما نجد بعض المبحوثين الذين يفضلون استخدام مصادر المعلومات الالكترونية لأنها لغة العصر من جهة و أساس النهوض بالأداء الإعلامي الفردي والجماعي.

ثم نجد أن باقي الصحفيين يرون بأن أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات في عالم اليوم هو المزج بين المصادر التقليدية والمصادر البسيطة لتحقيق نوع إعلامي جديد ومتميز.

الجدول رقم: 73 يوضح علاقة السن باختيار طريقة الحصول على المعلومات

المجموع		من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		السن أفضل طريقة
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.3	13	45.5	05	16.7	02	00	00	54.5	06	استخدام مصادر المعلومات الالكترونية
38.5	15	36.3	04	66.6	08	60	03	00	00	استخدام المصادر التقليدية البسيطة
28.2	11	18.2	02	16.7	02	40	02	45.5	05	المزج بينهما
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 22 – 29 سنة يرون بأن أفضل طريقة للحصول على المعلومات هي استخدام مصادر المعلومات الالكترونية وهو ما يجعلنا نقول بأن فئة الشباب يفضلون الالكترونيات على اعتبار أنها أسهل وأسرع طريق للوصول إلى الأخبار. أما فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 30 – 37 سنة فهم يرون بأن أفضل طريقة للحصول على المعلومات هي استخدام مصادر المعلومات التقليدية البسيطة لأنها فئة لا تتحكم في الالكترونيات فمن الطبيعي أن ترى أن المصادر التقليدية هي الحل للوصول إلى المعلومات. أما فئة الصحفيين ذوي من 38 – 45 سنة فهم يؤكدون بأن أفضل طريقة للوصول إلى المعلومات هي المصادر التقليدية البسيطة. على عكس الصحفيين الذين يزيد سنهم عن 46 سنة الذي يشاطرون الشباب الرأي في ضرورة استخدام الالكترونيات للوصول بسهولة وبسرعة للمعلومات. ومنه فلا توجد علاقة طردية بين السن ونوعية مصادر المعلومات المستخدمة من قبل الصحفيين.

الجدول رقم: 74 يوضح علاقة المستوى العلمي باختيار طريقة الحصول على المعلومات

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي أفضل طريقة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.3	13	27.8	05	40	08	00	00	استخدام مصادر المعلومات الالكترونية
38.5	15	33.3	06	45	09	00	00	استخدام المصادر التقليدية البسيطة
28.2	11	38.9	07	15	03	100	01	المزج بينهما
%100	39	%100	18	%100	20	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يرى أن أفضل طريقة للحصول على المعلومات هي طريقة المزج بين المصادر التقليدية والبسيطة. أما الجامعيين فيرون أن أفضل طريقة هي استخدام المصادر التقليدية البسيطة على عكس الصحفيين ذوي المستوى العلمي العالي الذين يشاطرون الصحفيين ذوي المستوى الثانوي في ضرورة المزج بين التقليدي والالكتروني للحصول على أفضل معلومة. وبالتالي فلا توجد علاقة بين المستوى العلمي للصحفي وبين اختياره نوع مصادر المعلومات الواجب استخدامها.

الجدول رقم: 75 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية باختيار طريقة الحصول على المعلومات

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	أفضل طريقة
33.3	13	40	04	25	03	35.3	06	استخدام مصادر المعلومات الالكترونية
38.5	15	00	00	66.7	08	41.2	07	استخدام المصادر التقليدية البسيطة
28.2	11	60	06	8.3	01	23.5	04	المزج بينهما
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع
كا ² الجدولية = 0.71				درجة الحرية د = 4				كا ² المحسوبة = 12.3

يبين الجدول أعلاه أن صحفيي محطة التلفزيون الجهوية يعتبرون أن المصادر التقليدية البسيطة هي أفضل طريقة للحصول على المعلومات مع أن القطاع السمعي البصري يركز أساسا على الالكترونيات ولعل هذه الإجابة تعكس مستوى المعلومة المقدمة في هذه المحطة فمن المؤكد أنها مواد بعيدة كل البعد عن المستوى المطلوب في العصر الرقمي.

ونفس الملاحظة تسجل مع صحفيي الإذاعة الجهوية الذين يرون أيضا بأن المصادر التقليدية هي أحسن وسيلة تمكنهم من الحصول على كل أنواع المعلومات دون عناء.

أما صحفيي يومية النصر فهم يرون بأن المزج بين النوعين التقليدي والالكتروني من شأنه ضمان الوصول إلى أفضل المعلومات.

وهي فروق ذات دلالة احصائية إذ أن كا² المحسوبة المقدره بـ 12.3 تفوق قيمة كا² الجدولية والمقدرة بـ 0.71 عند درجة الحرية د = 4 ومستوى الثقة 0.95.

الجدول رقم: 76 يوضح علاقة الأقدمية باختيار طريقة الحصول على المعلومات

المجموع		أكثر من 11 سنة		من 6 – 11 سنة		من سنة – 5 سنوات		أقل من سنة		الأقدمية أفضل طريقة
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.3	13	15.8	03	25	01	55.6	05	57.1	04	استخدام مصادر المعلومات الالكترونية
38.5	15	47.4	09	75	03	33.3	03	00	00	استخدام المصادر التقليدية البيسطة
28.2	11	36.8	07	00	00	11.1	01	42.9	03	المزج بينهما
%100	39	%100	19	%100	04	%100	09	%100	07	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفيين ذوي أقل من سنة أقدمية يرون بأن أفضل وسيلة للحصول على المعلومات هي استخدام مصادر المعلومات الالكترونية فهم في بداية الموارد المهني وليس لديهم مصادر بشرية تمدهم بالأخبار.

أما الصحفيين ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فهم يرون نفس الشيء أي أن أفضل طريقة للحصول على المعلومات هي مصادر المعلومات الالكترونية.

أما كل من الصحفيين ذوي من 6 – 11 سنة أقدمية وأولئك الذين يملكون أكثر من 11 سنة أقدمية فهم يتفقون على أن أفضل طريقة للحصول على المعلومات هي مصادر المعلومات التقليدية، وهو أمر طبيعي لأن لديهم ما يكفيهم من العلاقات مع كبار المسؤولين مما يمنحهم الأولوية في الحصول على أحدث الأخبار.

الجدول رقم: 77 تقييم استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في المؤسسات الإعلامية محل الدراسة

النسبة	التكرار	
10.3	04	جيد، في المستوى المطلوب
51.3	20	متوسط، يحتاج إلى تحسين
28.2	10	ضعيف، لا يلبي احتياجاتنا المهنية
10.3	05	منعدم تماما في مؤسستنا
%100	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن أكثر من 89% من مجموع الصحفيين غير راضين عن استخدام مصادر المعلومات الالكترونية بمؤسساتهم الإعلامية، ويتضح ذلك من خلال نسبة 51.3% منهم الذين يعتبرون أن مستوى استخدام هذا النوع من المصادر داخل مؤسساتهم هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين، ونسبة 28.2% التي تعبر عن أن المستوى في المؤسسات ضعيف لا يلبي احتياجات الصحفيين، ونسبة 10.3% الذين يرون بأنه مستوى منعدم تماما.

إن حالة عدم الرضا التي تهيمن على المبحوثين هي ردة فعل متوقعة تؤكد أن المسؤولين في هذه المؤسسات الصحفية يتجاهلون ضرورة تفتح مؤسساتهم على العالم الرقمي ويكتفون بالمستوى المتواضع جدا الذي يقدمون به موادهم الإعلامية لجمهور يتجه نحو فضائيات وقنوات وجراند أخرى.

الجدول رقم: 78 يوضح العلاقة بين السن والتقييم

المجموع		من 46 فما فوق		من 38 – 45 سنة		من 30 – 37 سنة		من 22 – 29 سنة		التقييم
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.3	04	18.2	02	00	00	40	02	00	00	جيد، في المستوى المطلوب
51.3	20	27.2	03	83.3	10	20	01	54.5	06	متوسط، يحتاج إلى تحسين
28.2	10	36.4	04	8.3	01	20	01	36.4	04	ضعيف، لا يلبي احتياجاتنا المهنية
10.3	05	18.2	02	8.3	01	20	01	9.1	01	منعدم تماما في مؤسستا
%100	39	%100	11	%100	12	%100	05	%100	11	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن فئة الصحفيين الذين ينحصر سنهم ما بين 22 – 29 سنة يرون بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسساتهم الإعلامية هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين وذلك بنسبة 54.5% وذلك على اعتبار أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر تطلعا لكل ما هو جديد والكتروني؛ لذا فبمجرد مصادفتها لمؤسسات كالتى تشتغل بها فمن المؤكد أنها تصدم بعد أن كانت تحلم بمؤسسات على درجة عالية من التطور.

أما فئة الصحفيين ذوي من 30 – 37 سنة فهي فئة ترى بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسساتها هو مستوى جيد وفي المستوى المطلوب، وهو أمر غريب لأن هذه الفئة بالذات هي أكثر فئة لا تتحكم في استخدام الانترنت والهاتف المحمول ففيما يتجلى إذن المستوى الجيد لمؤسساتها؟، إضافة أنها أكثر فئة لم تستفد من التكوين. على العموم يمكن اعتبار هذه الفئة من فئة الذين يكتفون بالقليل في المجال الإعلامي لأن الصحفي الذي يحمل بداخله بذرة الإبداع الإعلامي لا يرضى أبدا بمستوى أقل من المطلوب.

وبالنسبة لفئة من لديهم من 38 – 45 سنة فهي ترى بأن مستوى استخدام الالكترونيات بمؤسساتها هو مستوى متوسط يحتاج إلى تعديل وذلك بنسبة 83.3% .

أما الذين يزيد سنهم عن 46 سنة فهم يرون بأن مستوى استخدام الالكترونيات بمؤسساتهم هو مستوى ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية وذلك بنسبة 36.4% وهذا يؤكد رغبة هذه الفئة في تجديد ما تقدمه وسعيها إلى احتكار المراتب الأولى في المجال الصحفي.

الجدول رقم: 79 يوضح علاقة المستوى العلمي بالتقييم

المجموع		عالي		جامعي		ثانوي		المستوى العلمي التقييم
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
10.3	04	20	03	4.3	01	00	00	جيد، في المستوى المطلوب
51.3	20	33.3	05	65.2	15	00	00	متوسط، يحتاج إلى تحسين
28.2	10	33.3	05	17.4	04	100	01	ضعيف، لا يلبي احتياجاتنا المهنية
10.3	05	13.3	02	13	03	00	00	منعدم تماماً في مؤسستا
%100	39	%100	15	%100	23	%100	01	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الصحفي ذا المستوى الثانوي يرى بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسسته ضعيف ولا يلبي احتياجاتهم المهنية، فيما أن هذا الصحفي مازال يلاقي صعوبات في استخدام الانترنت ولا يفكر في استخدام الشبكات الاجتماعية وغيرها فهو لا يملك قاعدة معرفية تسمح له بالقيام بهذه الأعمال، ورغم أن لديه جزءاً من المسؤولية إلا أن الجزء الأكبر من هذه المسؤولية ينصب على عاتق المؤسسة الإعلامية التي لا تهتم برفع مستوى صحفييها.

أما الصحفيين ذوي المستوى الجامعي فهم يرون بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسساتهم متوسط ويحتاج إلى تحسينات وذلك بنسبة 65.2 % وهذا يعود إلى رغبتهم في مضاعفة خبراتهم المهنية وتوسيع دائرة معارفهم.

أما ذوي المستوى العلمي العالي فهناك منهم من يرون بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسساتهم الإعلامية هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين وهناك من يرون بأنه ضعيف ولا يلبي احتياجاتهم المهنية وهذا أمر طبيعي فكلما زاد المستوى العلمي للفرد كلما زاد إدراكه لحقائق الأمور وزادت رغبته في المحافظة على مستواه الفكري العالي.

الجدول رقم: 80 يوضح علاقة نوع المؤسسة الإعلامية بالتقييم

المجموع		يومية النصر		إذاعة قسنطينة		محطة التلفزيون الجهوية		المؤسسة الإعلامية	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	التقييم	
10.3	04	10	01	8.3	01	11.8	02	جيد، في المستوى المطلوب	
51.3	20	70	07	41.7	05	47.1	08	متوسط، يحتاج إلى تحسين	
28.2	10	10	01	41.7	05	23.5	04	ضعيف، لا يلبي احتياجاتنا المهنية	
10.3	05	10	01	8.3	01	17.6	03	منعدم تماما في مؤسستنا	
%100	39	%100	10	%100	12	%100	17	المجموع	
كا ² الجدولية = 1.64		درجة الحرية د = 6				كا ² المحسوبة = 3.8			

يبين الجدول أعلاه أن مستوى استخدام الالكترونيات بمحطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين وذلك بنسبة 47.1 % وهذا يجعلنا نستنتج أن المواد المقدمة من طرف هذه المحطة هي مواد متوسطة الجودة وتحتاج إلى تحسينات للنهوض بمستوى المؤسسة ككل ومستوى الصحفيين بصفة خاصة، فالقطاع السمعي البصري هو قطاع حساس ويتطلب مواكبة فعلية لكل ما هو جديد.

أما فيما يتعلق بصحفيي إذاعة قسنطينة فجزء منهم يرى بأن مستوى استخدام الالكترونيات في مؤسستهم هو مستوى متوسط يحتاج إلى تحسين وجزء يرى بأنه مستوى ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية، وفي كلتا الحالتين فإن الصحفيين غير راضين عن المستوى ويطالبون بالتحسينات العاجلة. وهو ما أكده صحفيو جريدة النصر الذين أفروا بأن مستوى استخدام الالكترونيات بمؤسستهم هو مستوى متوسط ويحتاج إلى تحسين وذلك بنسبة 70 % .

وتوجد فروق دالة احصائيا بين هذه الأرقام حيث أن قيمة كا² المحسوبة والمقدرة بـ 3.8 تفوق قيمة كا² الجدولية المقدر بـ 1.64 عند درجة الحرية د = 6 ومستوى الثقة 0.95.

إن هذه المؤسسات الإعلامية الثلاث تمثل عينة من عشرات المؤسسات الإعلامية الجزائرية التي تقف مكتوفة الأيدي أمام تكنولوجيات الاتصال الحديثة المتجددة يوما بعد يوم، مؤدية بالصحافة الجزائرية ككل إلى الإضمحلال والتلاشي تدريجيا ما دام المسؤول متجاهلا والصحفي مُحبط ومن

المؤكد أن عجلة التطور الرقمي لن نتظرنا حتى نستفيق بل ستواصل سيرها دائرة على كل إعلامي أو مؤسسة إعلامية جالسة في مكانها وتنتظر حدوث المعجزة السماوية.

الجدول رقم: 81 الخطوات الواجب اتباعها لتمكين الصحفيين الجزائريين من استخدام مصادر المعلومات الالكترونية على أكمل وجه

النسبة	التكرار	
71.79 %	28	تكوين الصحفيين
28.20 %	11	توفير التجهيزات اللازمة
100 %	39	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن الخطوات الواجب اتباعها – حسب رأي المبحوثين – لتمكين الصحفيين الجزائريين من استخدام مصادر المعلومات الالكترونية الاستخدام الأمثل هي أن يقوم المسؤولون عن المؤسسات الإعلامية الجزائرية بتكوين دورات تكوينية للصحفيين في مجال الإعلام الآلي والانترنت تمكنهم من التحكم ولو جزئيا في تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي اكتسحت عالم الصحافة. وهذه الدورات التكوينية على اختلاف مدتها – فقد تكون قصيرة أو طويلة المدى – فهي ذات فاعلية كبيرة على الأقل من الناحية النفسية لأنها تزيح عن الصحفيين الإحساس بالفشل والإحباط.

كما ذكر الصحفيون بضرورة توفير المعدات والتجهيزات اللازمة والتي تسمح لهم باستخدام مصادر المعلومات الالكترونية وذلك بنسبة 28.20 %، فمن المخجل دخول مؤسسة إعلامية لا تحوي أجهزة كمبيوتر في عصر صار فيه الحاسوب لعبة يتسلى بها الصغار، وضرورة لا يستغني عنها طلبة المدارس. ورغم ذلك يُجبر الصحفي الجزائري على العمل في ظروف قاسية للغاية ويحاسب حسابا عسيرا على نوعية المادة الإعلامية التي يقدمها.

دون أن ننسى شبكة الانترنت التي تعتبر في المؤسسات الإعلامية الجزائرية حكرا على رئيس التحرير ومدير المؤسسة وكبار الموظفين فقط، وكأنه لا يحتاج لهذه الوسائل شخص سواهم على الرغم من أنهم لا يستخدمون هذه التقنيات إلا نادرا؛ فلماذا يحبسونها في مكاتبهم ويحرمون أكثر محتاج اليها من الاقتراب منها. مع العلم أنه إذا أحس الصحفي بالإغتراب داخل مؤسسته الإعلامية لن يبدع أبدا ومن المستحيل أن يسعى لوحده لتحسين مستوى مؤسسة بأكملها.

وعلى العموم فإن مؤسساتنا الإعلامية تحتاج إلى إجراءات رقابية صارمة تصحح الأوضاع المتدنية في أجهزة السلطة الرابعة للدولة.

2.2 – النتائج النهائية للدراسة:

لقد أسفرت هذه الدراسة عن جملة من النتائج ارتأينا تقسيمها إلى نتائج عامة وأخرى متعلقة بتأكيد أو نفي الفرضيات وأخرى متعلقة بالمقارنة بين المؤسسات الإعلامية محل الدراسة وأخرى متعلقة بالدراسات السابقة:

النتائج العامة للدراسة:

أ – الانترنت كمصدر للحصول على المعلومات:

1. يستخدم الصحفيون الجزائريون الانترنت كمصدر للمعلومات أحيانا بنسبة 51.3 %، دائما 35.9% وأبدا بنسبة 12.8 %.

1.1. لا توجد علاقة بين السن واستخدام الانترنت كمصدر للمعلومات.

2.1. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي واستخدام الانترنت كمصدر للمعلومات.

3.1. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في استخدامهم للانترنت كوسيلة للحصول على المعلومات.

4.1. لا توجد علاقة بين الأقدمية وبين استخدام الانترنت كمصدر للمعلومات.

2. لم يتلق الصحفيون محل الدراسة تكوينا وذلك بنسبة 74.4 % وتوجد أقلية مقدره بـ 25.6 % تلقت تكوينا.

1.2. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في تلقيهم للتكوين.

2.2. لا توجد علاقة بين الأقدمية وبين تلقي التكوين.

3.2. كل الصحفيين الذين تلقوا تكوينا استفادوا مهنيا منه.

4.2. إن تنظيم الدورات التكوينية للصحفيين كان من طرف معاهد ومدارس خارجية وذلك بنسبة 60% ومن طرف المؤسسات الإعلامية محل الدراسة بنسبة 40 %.

5.2. تتراوح مدة التكوينات المنظمة من شهر – 3 أشهر وذلك بنسبة 80 % ومن 8 – 11 شهر بنسبة 10 % ومن سنة فما فوق بنسبة 10 %.

3. يواجه الصحفيون الجزائريون صعوبات أثناء استخدام الانترنت أحيانا بنسبة 61.5 % ، أبدا بنسبة 28.2 % ودائما بنسبة 10.3 %.
- 1.3. لا توجد علاقة بين السن ومواجهة صعوبات أثناء البحث في الانترنت.
- 2.3. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي وبين مواجهة الصعوبات اثناء البحث عن المعلومات في الانترنت.
- 3.3. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في مواجهتهم لصعوبات أثناء البحث عن المعلومات في الانترنت.
- 4.3. يواجه الصحفيون صعوبات تقنية أثناء البحث في الانترنت وذلك بنسبة 89.7 %، لغوية بنسبة 6.9 % ومالية بنسبة 3.4 %.
4. يستخدم الصحفيون الجزائريون أثناء البحث عن المعلومات في الانترنت اللغة العربية بنسبة 44.3 %، اللغة الفرنسية بنسبة 38 % واللغة الانجليزية بنسبة 17.7 %.
- 1.4. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي للصحفي وبين اختاره للغة معينة أثناء البحث عن المعلومات في الانترنت.
5. يستخدم الصحفيون الجزائريون البريد الالكتروني أحيانا بنسبة 61.5 %، أبدا بنسبة 28.2 % ودائما بنسبة 10.3 %.
- 1.5. لا توجد علاقة بين السن وبين استخدام البريد الالكتروني للحصول على المعلومات.
- 2.5. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي وبين استخدام البريد الالكتروني للحصول على المعلومات.
- 3.5. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة عند استخدامهم للبريد الالكتروني للحصول على المعلومات.
- 4.5. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون البريد الالكتروني لأنهم لا يملكون بريدا الكترونيا أصلا بنسبة 50 %، لا يجيدون استخدام هذه التقنية بنسبة 20 %، لا تفيدهم في مجال عملهم بنسبة 20 % ولأنهم يفضلون استخدام تقنيات أخرى بنسبة 10 %.
5. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية أبدا بنسبة 53.8 %، أحيانا 41 % ودائما بنسبة 5.1 %.
- 1.5. لا توجد هناك علاقة بين السن وبين استخدام الشبكات الاجتماعية.
- 2.5. توجد هناك علاقة بين المستوى العلمي واستخدام الشبكات الاجتماعية.
- 3.5. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة عند استخدامهم للشبكات الاجتماعية.

6. يحتل الفيسبوك المرتبة الأولى في الشبكات الاجتماعية لدى الصحفيين الجزائريين عند بحثهم عن المعلومات وذلك بنسبة 47.82 %، ويحتل التويتر المرتبة الثانية بنسبة 26.95 % واخيرا ماي سبيس بنسبة 25.21 %.
- 1.6. يعتبر السبب الأول في عدم استخدام الصحفيين الجزائريين للشبكات الاجتماعية هو أنهم لا يجيدون استخدامها بنسبة 40 %، ولأنها لا تفيدهم في مجال عملهم بنسبة 30 %، ولأنهم يفضلون استخدام تقنيات أخرى بنسبة 30 %.
7. نوع المواقع التي يزورها الصحفيون الجزائريون:
- 1.7 من حيث المضمون: سياسية بنسبة 31.7 %، ثقافية بنسبة 25.6 %، اجتماعية بسبة 19.5 %، اقتصادية بنسبة 13.4 % والرياضية بنسبة 9.8 %.
- 2.7 من حيث المجال الجغرافي: وطنية بنسبة 46.1 %، دولية بنسبة 34.2 %، عربية بنسبة 17.1 % ومحلية بنسبة 2.6 %.
8. لا يملك الصحفيون الجزائريون اشتراكا في إحدى المواقع الإخبارية وذلك بنسبة 89.7 % وتوجد الأقلية المقدرة بـ 10.3 % التي تملك اشتراكا في هذا النوع من المواقع.
- 1.8. لا توجد علاقة بين السن وبين امتلاك اشتراك في المواقع الإخبارية.
- 2.8. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي وامتلاك اشتراك في المواقع الإخبارية.
- 3.8. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في مدى امتلاكهم لاشتراكات في المواقع الإخبارية.
- 4.8. لا توجد علاقة بين الأقدمية وبين امتلاك الصحفيين اشتراكات في المواقع الإخبارية.
- 5.8. السبب الرئيسي لعدم امتلاك الصحفيين الجزائريين لاشتراكات في المواقع الإخبارية هو أنهم لا يعرفون طريقة الحصول على اشتراك وذلك بنسبة 38.5 %، ولأنهم يكتفون بزيارة هذه المواقع دون اشتراك بنسبة 28.2 %، ولأنها لا تفيدهم في مجال عملهم بنسبة 15.4 % ولأنهم يفضلون الصحف المطبوعة الورقية بنسبة 7.7 %.
9. يرتب الصحفيون الجزائريون خدمات الانترنت حسب استخدامهم لها كالاتي: الصحافة الالكترونية بنسبة 27.79 %، مواقع الويب بنسبة 26.13 %، منتديات الحوار بنسبة 17.96، البريد الالكتروني بنسبة 14.88 % والشبكات الاجتماعية بنسبة 13.24 %.
- II – الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات:
10. يستخدم الصحفيون الجزائريون الهاتف المحمول دائما بنسبة 64.1 %، أحيانا بنسبة 30.8 % وأبدا بنسبة 5.1 %.

- 1.10. لا توجد علاقة بين السن وبين استخدام الصحفيين للهاتف المحمول.
- 2.10. توجد علاقة بين المستوى العلمي وبين استخدام الصحفيين للهاتف المحمول.
- 3.10. توجد هناك فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في استخدامهم للهاتف المحمول كمصدر لمعلوماتهم.
- 4.10. لا توجد علاقة بين الأقدمية وبين استخدام الصحفيين للهاتف المحمول.
11. يستخدم الصحفيون الجزائريون الهاتف المحمول للحصول على التسجيلات الصوتية بنسبة 52.6% ، وللحصول على الأخبار بنسبة 39.5% ، وللحصول على الصور بنسبة 5.3% ، للإبحار في الانترنت بنسبة 2.6% .
12. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون تقنية البلوتوث للحصول على المعلومات أبدا بنسبة 84.6% ، أحيانا بنسبة 12.8% ، ودائما بنسبة 2.6% .
- 1.12. لا توجد علاقة بين السن وبين استخدام الصحفيين للبلوتوث.
- 2.12. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي واستخدام الصحفيين للبلوتوث.
- 3.12. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة أثناء استخدامه للبلوتوث.
- 4.12 يستخدم الصحفيون الجزائريون تقنية البلوتوث للحصول على الصور وعلى التسجيلات الصوتية على حد سواء.
- 5.12. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في اختيارهم لمجال استخدام البلوتوث.
13. يشير الصحفيون الجزائريون أنه يمكن الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة وذلك بنسبة 59% ، ولا يمكن الاستفادة منها بنسبة 41% .
- 1.13. نوع المعلومات التي يمكن استقاؤها من خدمة الرسائل القصيرة هي كالاتي: سياسية بنسبة 23.3% ، رياضية بنسبة 23.3% ، ثقافية 21.7% ، اجتماعية 18.3% ، اقتصادية بنسبة 11.7% .
- III – الدوافع:
14. تتمثل دوافع الصحفيين لاستخدام مصادر المعلومات الالكترونية كالاتي: دوافع مهنية بنسبة 38.3% ، دوافع معرفية بنسبة 29.6% ، دوافع نفعية بنسبة 16% ، الهروب من الروتين بنسبة 12.6% ، التسلية والترفيه بنسبة 7.4% .

VI – الحاجات:

15. تكمن الحاجات التي تلبّيها مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين فيما يأتي: الحصول على الأخبار بنسبة 29.3 %، اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام بنسبة 29.3 %، الإلمام بالأحداث العلمية بنسبة 20.7 % وتدعيم وتنويع المواد الصحفية بنسبة 20.7 %.

V – الرضا:

16. تحقق مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين أنواع الرضا الآتية: تزويدهم بالأخبار بنسبة 33.7 %، مساعدتهم على العمل دون تنقل بنسبة 19.1 %، إكسابهم مهارات جديدة بنسبة 16.9 %، تزويدهم بالتحاليل الإخبارية بنسبة 12.4 %، تلبية جميع احتياجاتهم المهنية بنسبة 10.1 %، الاتصال بصحفيين آخرين داخل وخارج الوطن بنسبة 4.5 % ومنحهم وسائل الترفيه والتسلية بنسبة 3.4 %.

VI – أنواع المعلومات:

17. تتمثل أنواع المعلومات التي يتحصل عليها الصحفيون من مصادر المعلومات الالكترونية في: وطنية بنسبة 41.5 %، دولية بنسبة 37.7 %، محلية بنسبة 20.7 %.

VII – الإشباع:

18. تحقق مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين إشباعا بنسبة 56.4 %، ولا تحقق لهم إشباعا بنسبة 43.6 %.

1.18. لا توجد علاقة بين السن وبين تحقق الإشباع لدى الصحفيين الجزائريين بعد استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

2.18. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي وبين تحقق الإشباع بعد استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

3.18. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في تحقق الإشباع لديهم عند استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

4.18. لا توجد علاقة بين الأقدمية وبين تحقق الإشباع لدى الصحفيين عند استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية.

5.18. تتمثل أنواع الإشباع المحققة للصحفيين عند استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في: الإشباع المعرفية بنسبة 45.2 %، إشباع مهنية بنسبة 42.9 %، إشباع نفسية بنسبة 4.8 %، إشباع اقتصادية بنسبة 4.8 %، إشباع اجتماعية بنسبة 2.4 %.

6.18. تتمثل أسباب عدم تحقق الإشباع للصحفيين الجزائريين عند استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في: تفضيلهم استخدام مصادر المعلومات التقليدية البسيطة وذلك بنسبة 42.9 %، ولأنهم لا يتقنون في مضامين هذه المصادر بنسبة 28.6 % ولأن طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر معلوماتية أخرى بنسبة 28.6 %.

7.18. لا تحقق المصادر الالكترونية إشباعا للصحفيين لأن فئة الذين يزيد سنهم عن 46 سنة يفضلون المصادر التقليدية بنسبة 100 %، وفئة الصحفيين ذوي من 22 – 29 سنة طبيعوا عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى بنسبة 57.1 %، وفئة ذوي من 30 – 37 سنة لا يتقنون في مضامينها بنسبة 60 % أما فئة ذوي من 38 – 45 سنة فلا تحقق لهم إشباعا لأنهم يفضلون المصادر البسيطة.

8.18. فئة الصحفيين ذوي المستوى الجامعي لا تحقق لهم مصادر المعلومات إشباعا لأنهم يفضلون المصادر التقليدية البسيطة، أما فئة ذوي المستوى العلمي العالي فلا تحقق لهم إشباعا لأنهم لا يتقنون في مضامينها.

9.18. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة عند البحث عند سبب عدم تحقق الإشباع لديهم.

10.18. لا تحقق المصادر الالكترونية إشباعا لذوي أقل من سنة خبرة لأنهم لا يتقنون في مضامينها ولأن طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى. أما ذوي من سنة – 5 سنوات أقدمية فلا تحقق لهم إشباعا لأنهم يفضلون المصادر البسيطة ولأن طبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى، أما ذوي من 6 – 11 سنة أقدمية فلا تحقق لهم إشباعا لأنهم يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة ونفس الشيء يقال عن ذوي أكثر من 11 سنة أقدمية.

IIIIV – أفضل طريقة للحصول على المعلومات:

19. يرى الصحفيون الجزائريون أن مصادر المعلومات التقليدية والبسيطة هي أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات.

1.19. لا توجد علاقة بين السن وبين اختيار نوع مصادر المعلومات.

2.19. لا توجد علاقة بين المستوى العلمي وبين اختيار نوع مصادر المعلومات.

3.19. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة عند اختيارهم نوع مصادر المعلومات.

4.19. لا توجد علاقة بين الأقدمية واختيار نوع مصادر المعلومات.

XI – التقييم:

20. يرى الصحفيون الجزائريون أن مستوى استخدام مصادر المعلومات بمؤسستهم: متوسط يحتاج إلى تحسين بنسبة 51.3 %، ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية بنسبة 28.2 %، منعدم بنسبة 10.3 % وجيد في المستوى المطلوب بنسبة 10.3 %.

1.20. ترى فئة الصحفيين ذوي من 22 – 29 سنة أن مستوى استخدام المصادر الالكترونية متوسط يحتاج إلى تحسين، أما فئة من 30 – 37 فيرون أنه جيد في المستوى المطلوب، أما فئة من 38 – 45 سنة فهم يرون بأنه متوسط يحتاج إلى تحسين أما فئة الذين يزيد سنهم عن 46 سنة فهم يرون بأنه ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية.

2.20. يرى الصحفي ذو المستوى الثانوي أن مستوى استخدام هذه المصادر هو مستوى ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية، أما فئة الجامعيين فتري أنه متوسط يحتاج إلى تحسين ، أما فئة ذوي المستوى العالي أنهم من ناحية متوسط يحتاج إلى تحسين ومن ناحية أخرى ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية.

3.20. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في تقييمهم لمستوى استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في مؤسساتهم.

X - يرى الصحفيون الجزائريون أن أول خطوة يجب اتباعها لتمكين الصحفيين من الاستخدام الأمثل لمصادر المعلومات الالكترونية هي التكوين بنسبة 71.97 %، وتوفير المعدات اللازمة بنسبة 28.20 %.

النتائج على ضوء المقارنة بين المؤسسات الإعلامية محل الدراسة:

ما دام أهم أهداف هذا البحث هو المقارنة بين المؤسسات الإعلامية محل الدراسة فقد عمدنا إلى استخراج هذه المقارنات كالاتي:

1. يحتل صحفيي يومية النصر المرتبة الأولى فيما يتعلق باستخدام الانترنت للحصول على المعلومات.
2. يعد صحفيو يومية النصر أكثر صحفيين استفادوا من التكوين، و صحفيي إذاعة قسنطينة الجهوية هم أكثر صحفيين لم يتلقوا تكويناً.
3. تعد يومية النصر أكثر مؤسسة إعلامية أشرفت على تنظيم دورات تكوينية لصحفيها ليأتي بعدها كل من محطة التلفزيون الجهوية وإذاعة قسنطينة.
4. يعد صحفيو محطة التلفزيون الجهوية هم أكثر صحفيين يواجهون صعوبات أثناء استخدام الانترنت عكس صحفيي يومية النصر الطين يشكون أكثر فئة لا تواجه صعوبات.

5. يعد صحفيو محطة التلفزيون الجهوية هم أكثر من يستخدم البريد الإلكتروني للحصول على المعلومات عكس صحفيي إذاعة قسنطينة الذين يشكلون أكثر فئة لا تستخدم هذه الخدمة.
6. يمثل صحفيو إذاعة قسنطينة أكثر فئة تستخدم الشبكات الاجتماعية عكس صحفيي المحطة الجهوية للتلفزيون.
7. يعد صحفيو المحطة الجهوية للتلفزيون هم أكثر فئة تملك اشتراكات في المواقع الإخبارية عكس صحفيي إذاعة قسنطينة الذين يشكلون أكثر فئة لا تملك اشتراكات.
8. يعتبر صحفيو يومية النصر أكثر صحفيين يستخدمون الهاتف المحمول على عكس صحفيي محطة التلفزيون الجهوية الذين يشكلون أكثر فئة لا تستخدم الهاتف النقال.
9. يعتبر صحفيو المحطة الجهوية للتلفزيون هم أكثر فئة تستخدم البلوتوث للحصول على الصور وصحفيي إذاعة قسنطينة هم أكثر صحفيين يستخدمون البلوتوث للحصول على التسجيلات الصوتية.
10. يعد صحفيو المحطة الجهوية للتلفزيون هم أكثر صحفيين تحقق لهم مصادر المعلومات الإلكترونية إشباعاً.
11. يعتبر السبب الرئيسي لعد تحقق الإشباع لصحفيي المحطة الجهوية للتلفزيون أنهم يفضلون استخدام المصادر التقليدية البسيطة، أما صحفيي إذاعة قسنطينة فطبيعة عملهم تحتم عليهم التعامل مع مصادر أخرى، أما صحفيي يومية النصر فهم لا يتقنون بمضامين هذه المصادر.
12. يرى كل من صحفيي إذاعة قسنطينة والمحطة الجهوية للتلفزيون أن أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات هي المصادر التقليدية البسيطة على عكس صحفيي يومية النصر الذين يفضلون المزج بين المصادر الإلكترونية والتقليدية.
13. يرى صحفيو المحطة الجهوية للتلفزيون أن مستوى استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في مؤسستهم متوسط يحتاج إلى تحسين ونفس الشيء بالنسبة لصحفيي يومية النصر أما في إذاعة قسنطينة فقد انقسم الصحفيون إلى قسمين الأول يقول بأن المستوى متوسط يحتاج إلى تحسين وقسم يقول أنه مستوى ضعيف لا يلبي احتياجاتهم المهنية.

النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

إن الفائدة المرجوة من وراء استخدام الدراسات السابقة هو الاستفادة منها سواء في الفصول النظرية أو في الفصل الميداني وقد حاولت إجراء مقارنات بين النتائج التي توصلت إليها وبين النتائج التي توصل إليها الباحثون في دراساتهم ولو بصفة مختصرة كالاتي:

الدراسة الأولى:

" مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع - التجربة السعودية - " للمستشار الإعلامي محمد بن سعود بن خالد وهي دراسة قام بها في 2003 بجامعة الملك سعود بالرياض في إطار ندوة بعنوان "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل" وذلك في المنتدى الإعلامي الأول بالجامعة.

1. إن المبحوثين في الدراسة السابقة يعتمدون بشكل أساسي على المصادر التقليدية من وكالات أنباء وشخصيات رسمية، وهو شيء مشترك بين طريقة تفكير الصحفيين السعوديين والصحفيين الجزائريين فالمبحوثين في دراستي أيضا يفضلون استخدام المصادر التقليدية.
2. تملك المؤسسات الإعلامية في الدراسة السابقة اشتراكا في الشركات الإخبارية مع وجود مقابل مادي يدفعونه على عكس المبحوثين في دراستي الذين لا يملكون اشتراكا على الرغم من مجانيته في المواقع الإخبارية.

الدراسة الثانية:

- " استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الانترنت " ل: نعيم الفيصل المصري وقد أجراها في إطار إنجاز رسالة الماجستير بمعهد البحوث والدراسات العربية بفلسطين عام 2003
1. يستخدم الصحفيون الفلسطينيون الانترنت أكثر من الصحفيين الجزائريين فهم يستخدمونه دائما بنسبة 83.3% في حين يستخدمه الجزائريون دائما بنسبة 35.9%.
 2. يشترك كل من الصحفيون الجزائريون والصحفيون الفلسطينيون في دافع استخدامهم للانترنت (على اعتبار أنه من مصادر المعلومات الالكترونية) ويتمثل أساسا في الدافع المهني الذي هو الحصول على المعلومات.
 3. يشترك كل من الصحفيون الجزائريون والفلسطينيون في أكثر المعلومات التي يستقونها من الانترنت وهي المعلومات السياسية.

الدراسة الثالثة:

" إسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر دراسة وصفية استطلاعية على عينة من الصحفيين " ل: تيمزار فاطمة وقد أنجزتها خلال السنة الجامعية 2006 - 2007 بجامعة يوسف بن خدة بالجزائر العاصمة في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير.

1. يشترك صحفيو ولاية قسنطينة و صحفيو ولاية الجزائر العاصمة في أن كلاهما لم يتلق تكوينا يمكنه من استخدام الانترنت على أكمل وجه، وكلاهما يواجه صعوبات تقنية بالدرجة الأولى عند استخدام هذه الوسيلة.
2. يشك كل من صحفيي ولاية الجزائر العاصمة و صحفيي ولاية قسنطينة في مصداقية المعلومات المستقاة من الانترنت.
3. كل من صحفيي ولاية الجزائر وولاية قسنطينة يحركهم الدافع المهني لاستخدام الانترنت.

الدراسة الرابعة:

" مجتمع الإعلام والمعلومات دراسة استكشافية للإنترنتيين الجزائريين " لـ د. محمد لعقاب وهي أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر وذلك خلال السنة الجامعية 2000 – 2001
تم الاستفادة من هذه الدراسة في الشق النظري فقط.

الدراسة الخامسة:

« L'utilisation d'internet dans la presse écrite francophone africaine : le cas du Burkina Faso », réalisé par **Cyriaque Pare**, mémoire de diplôme universitaire de recherche DUR, présenté en 1999 à l'université Michel de Montaigne, Bordeaux³

1. وجد الباحث أن أول صعوبة تواجه الصحفيين في منطقة واقادوقو في تعاملهم مع الانترنت هي غلاء التجهيزات في حين أول صعوبة تواجه الصحفي الجزائري في تعامله مع الانترنت هي الصعوبات التقنية.
2. يستخدم الصحفيون الجزائريون الانترنت بنسبة أكبر من نسبة صحفيي بوركينا فاسو الذين يستخدمونه فالصحفيين الجزائريين لا يستخدمونه أبدا بنسبة 12.8 % أما صحفيي بوركينا فاسو فلا يستخدمونه أبدا بنسبة 47.7 %.
3. يشترك كل من الصحفيين الجزائريين و صحفيي واقادوقو في الدافع الذي يحركهم لاستخدام الانترنت ألا وهو الدافع المهني والبحث عن المعلومات.

الدراسة السادسة:

« Les journalistes et internet : usages et attitudes ; construction d'un questionnaire et entrevues qualitatives de validation » réalisé par : **Florence Le Cam**. Mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'université Laval Canada, pour l'obtention du grade de maître des Arts (MA) en novembre 2000

1. يستخدم الصحفيون الكيباكيون خدمة البريد الإلكتروني أكثر من الصحفيين الجزائريين إذ أن كل المبحوثين في الدراسة السابقة يستخدمونه.
2. تعد خدمة منتديات الحوار ليست أمراً مستحبا من قبل الصحفيين الكيباكيين في حين تحتل المرتبة الثالثة ضمن قائمة أكثر الخدمات استخداما من قبل الصحفيين الجزائريين.
3. يتصفح الصحفيون الكيباكيون الصحافة الإلكترونية باستمرار ونفس الشيء تم تسجيله لدى الصحفيين الجزائريين الذي تحتل عندهم خدمة الصحافة الإلكترونية المرتبة الأولى في قائمة خدمات الانترنت الأكثر استخداما من قبلهم.

النتائج على ضوء الفرضيات:

1. لا تأتي مصادر المعلومات الإلكترونية في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.
2. توجد فروق بين صحفيي المؤسسات الإعلامية محل الدراسة في استخدامهم لمصادر المعلومات الإلكترونية.
3. يحقق استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية إشباعا للصحفيين الجزائريين.

خاتمة

خاتمة:

إن هذه الدراسة على قدر كبير من الأهمية فهي وليدة الساعة ومواكبة لأحدث تطورات العمل الإعلامي على المستوى العالمي من جهة، ومُحلّلة لواقع استخدام الالكترونيات في الإعلام الجزائري من جهة أخرى. فعلى قدر ما تسارع دول العالم لاهثة خلف مستجدات هذه الالكترونيات لتحقيق الريادة المعلوماتية؛ يبقى الإعلام الجزائري رهين المراسيم المناسبة وضحية مسؤول لا مبال أو صحفي يخنقه الإحباط وظروف العمل القاسية.

كما أن هذه الدراسة هي مقارنة بين ثلاث مؤسسات إعلامية صحيح أنها من ولاية واحدة إلا أنها قد تنقل ولو ربع الحقيقة المرة المعاشة يوميا في كواليس العمل الإعلامي الجزائري خلف تلك الابتسامات العريضة التي نشاهدها في التلفزيون، وخلف الأصوات الشجية التي تتعشنا كل صباح على الأثير وخلف تلك المقالات التي تعبر غالبا عن خوالجنا.

ورغم أن مستوى استخدام الصحفيين الجزائريين للمصادر الالكترونية هو مستوى متدني إلا أنه لا يحق لنا إلغاء تلك الأقلية المهمة بالمستجدات التكنولوجية والتي تتخبط بين ما هو كائن وبين ما يجب أن يكون.

الملاحق

- الاستمارة

- الملخصات

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة منتوري قسنطينة
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة حول

الصحفيون الجزائريون

ومصادر المعلومات الالكترونية

مقارنة بين الإعلام المكتوب والسمعي والسمعي البصري
— دراسة نظرية ميدانية للحصول على شهادة الماجستير—

إشراف
د/ صالح بن نوار

إعداد الطالبة:
سميشي وداد

السنة الجامعية: 2009 - 2010

الاستمارة

هذه الاستمارة تعد أداة بحث مهمة في دراستي، التي تتدرج ضمن التحضير لنيل شهادة الماجستير. لذلك أرجو منكم إيلاءها الاهتمام اللازم، كما أحيطكم علماً بأن المعلومات التي تدلون بها لا تستعمل إلا لغرض علمي بحث.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1 - السن:

من 22 - 29 سنة

من 30 - 37 سنة

من 38 - 45 سنة

من 46 سنة فما فوق

2 - المستوى العلمي:

ثانوي

جامعي

عالي

3 - مؤسسة العمل:

محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون

إذاعة قسنطينة

الصحيفة المكتوبة (جريدة النصر)

4 - قسم العمل داخل المؤسسة:

القسم الوطني

القسم الدولي

القسم المحلي

القسم الاقتصادي

القسم الثقافي

القسم الرياضي

قسم آخر يذكر

5 - أقدميتك بهذه المؤسسة:

بالشهر

بالسنة

المحور الثاني: الانترنت كأداة للحصول على المعلومات الصحفية

1 - هل تستخدم الانترنت في مجال عملك ؟

دائما

أحيانا

أبدا

2 - هل سبق وأن تلقيت تكويناً قصد التمكن من الاستعمال الأمثل للانترنت ؟

نعم

لا

1.2 - إذا كانت الإجابة نعم، هل استفدت مهنيًا من هذا التكوين ؟

نعم

لا

2,2 – وهل هذا التكوين كان :

– منظما من قبل المؤسسة التي تعمل بها

– منظما من قبل هيئات ومعاهد خارجية

3,2 – وكم كانت مدة هذا التكوين؟

بالشهر

بالسنة

3 – هل تواجه صعوبات أثناء استخدامك للانترنت ؟

دائما

أحيانا

أبدا

1.3 – إذا كانت الإجابة بالإيجاب فما هي نوعية هذه الصعوبات ؟

تقنية

مالية

لغوية

صعوبات اخرى تذكر.....

4 – ما هي اللغات التي تستخدمها اثناء البحث عن المعلومات في الانترنت ؟

اللغة العربية

اللغة الفرنسية

اللغة الانجليزية

لغات أخرى تذكر.....

5 - هل تستعمل خدمة البريد الالكتروني للحصول على المعلومات ؟

دائما

أحيانا

أبدا

1.5 - إذا كانت الإجابة بالنفي. لماذا ؟

لا أجد استعمال هذه التقنية

لا تقيديني في مجال عملي

أفضل استعمال تقنيات أخرى

لا يوجد لدي بريد الكتروني أصلا

أسباب أخرى تذكر.....

6 - هل تستخدم الشبكات الاجتماعية الحديثة كالفيسبوك والتويتر والمائيسبيس للحصول على الأخبار ؟

دائما

أحيانا

أبدا

1.6 - إذا كانت الإجابة بالإيجاب، رتب هذه الشبكات حسب استخدامك لها من 1 إلى 3:

التويتر twitter

الفاييسبوك face book

المايسبيس my space

2.6 – وإذا كانت الإجابة بالنفي، حدد لماذا؟

لا أجد استخدامها

لا تفيدني في مجال عملي

أفضل استخدام تقنيات أخرى

..... أسباب أخرى تذكر

7 – مانوع المواقع الالكترونية التي تتصفحها عادة؟

1,7 – من حيث المضمون:

سياسية

ثقافية

اجتماعية

اقتصادية

رياضية

2,7 – من حيث الإنتماء الجغرافي:

محلية

وطنية

عربية

دولية

8 – هل تملك اشتراكا في إحدى المواقع الإخبارية للتمكن من الحصول على أحدث الأخبار؟

نعم

لا

1.8 – إذا كانت الإجابة نعم، أذكرها:

.....

2.8 – إذا كانت الإجابة لا، حدد لماذا؟

– أفضل الصحف المطبوعة (الورقية)

– لا تفيدني في مجال عملي

– لا أعرف طريقة الحصول على اشتراك

تذكر

أخرى

أسباب

.....

9 – رتب خدمات الإنترنت التالية من 1 إلى 5 حسب استخدامك لها :

مواقع الويب

الصحافة الإلكترونية

منتديات الحوار

الشبكات الاجتماعية

البريد الإلكتروني

المحور الثالث: الهاتف المحمول كأداة للحصول على المعلومات الصحفية

10 – هل تستخدم الهاتف النقال في مجال عملك ؟

دائماً

أحياناً

أبداً

1.10 – إذا كان الجواب بالإيجاب هل تستخدمه لـ :

– الحصول على الصور

– الحصول على التسجيلات الصوتية

– الإبحار في الإنترنت

أخرى تذكر

11 - هل تستخدم تقنية البلوتوث Bluetooth للحصول على المعلومات التي تحتاجها في عملك ؟

دائما

أحيانا

أبدا

1.11 - إذا كان الجواب بالإيجاب، هل تستخدمها لـ :

- الحصول على الصور

- الحصول على المقاطع الصوتية

- لوصلها بحاسبك الالكتروني

أخرى تذكر

12 - حسب رأيك هل يمكن الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة sms في استبقاء المعلومة الصحفية؟

نعم

لا

1.12 - إذا كانت الإجابة نعم ما نوع المعلومات الصحفية التي يمكن استيقاؤها من خلال هذه الخدمة؟

سياسية

اقتصادية

ثقافية

اجتماعية

رياضية

أخرى تذكر

المحور الرابع: الدوافع والحاجات

13 - ما هي دوافع استخدامك لمصادر المعلومات الالكترونية؟

دوافع مهنية

دوافع نفعية

دوافع معرفية

التسلية والترفيه

الهروب من الروتين

أخرى تذكر

14 - ما هي الحاجات التي تحققها من خلال استخدامك لمصادر المعلومات الالكترونية؟

- الحصول على الأخبار الفورية.

- الإلمام بالأحداث العالمية.

- اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام.

- تدعيم وتنويع المواد الصحفية.

أخرى تذكر

المحور الخامس: الرضا والإشباع

15 - ما نوع الرضا المحقق لديك من خلال استخدامك لمصادر المعلومات الالكترونية؟

- تلبية جميع احتياجاتي المهنية.

- تزويدي بالأخبار التي أريدها.

- تزويدي بالتحليل الإخبارية التي أريدها.

- إكسابي مهارات جديدة.

– منحي وسائل التسلية والترفيه.

– مساعدتي على العمل دون التقل (كسر الروتين).

– الاتصال بصحفيين اخرين من داخل أو خارج الوطن.

أخرى تذكر

16 – ما نوع المعلومات التي تتحصل عليها من خلال استخدامك لمصادر المعلومات الالكترونية؟

محلية

وطنية

دولية

أنواع أخرى تذكر

17 – هل يتحقق لديك الإشباع عند استخدامك لمصادر المعلومات الالكترونية؟

نعم

لا

1.17 – إذا كانت الإجابة بنعم، ما نوع هذا الإشباع؟

- مهني

- معرفي

- اجتماعي

- نفسي

- اقتصادي

أخرى تذكر

2.17 – إذا كانت الإجابة لا، ما هي أسباب عدم تحقق الإشباع السابق ذكرها؟

– لا أتق في مضامين هذه المصادر.

– أفضل المصادر التقليدية البسيطة (الفاكس، المعارف والشخصيات الرسمية).

– طبيعة عملي تحتم علي التعامل مع مصادر أخرى.

أسباب أخرى تذكر

18 – هل ترى أن أفضل وأسرع طريقة للحصول على المعلومات هي:

– استخدام مصادر المعلومات الالكترونية.

– استخدام المصادر التقليدية البسيطة.

– المزج بينهما.

19 – ما هو تقييمك لاستخدام مصادر المعلومات الالكترونية في مؤسستكم الإعلامية؟

– جيد، في المستوى المطلوب.

– متوسط يحتاج إلى تحسين.

– ضعيف لا يلبي احتياجاتنا المهنية.

– منعدم تماما في مؤسستنا

20 – حسب رأيك، ما هي الخطوات الواجب اتباعها لتمكين الصحفيين الجزائريين من استخدام

مصادر المعلومات الالكترونية على أكمل وجه؟

.....

.....

.....

الملخصات**الملخص باللغة العربية:**

تهدف هذه الدراسة – التي تبنت مقاربة الاستخدامات والإشباعات مدخلا لتطبيق فروضها – إلى التعرف على استخدامات الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الالكترونية من ناحية والتعرف على الإشباعات المحققة من خلال هذه الاستخدامات من ناحية أخرى. وتتمثل تساؤلات هذه الدراسة فيما يأتي:

1- هل تأتي الوسائل الالكترونية في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

2 – هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية المختلفة في استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

3 – ما هي الإشباعات المحققة للصحفيين الجزائريين من خلال استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية؟

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل مظاهر استخدام مصادر المعلومات الالكترونية مع إجراء مقارنة بين القطاع السمعي والسمعي البصري والمكتوب ، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة.

وقد استخدمنا أداة المسح الشامل على ثلاث مؤسسات إعلامية مختلفة وتم توزيع استمارة الاستبيان على كامل صحفييها المتمثل عددهم في 39 صحفيا (بعد امتناع 06 صحفيين عن التعاون معنا لإجراء الدراسة)، أي أن المجتمع الأصلي يحوي 45 صحفيا. موزعين حسب السن، المستوى العلمي، نوع المؤسسة الإعلامية وحسب الأقدمية. ذلك في كل من محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون، إذاعة قسنطينة الجهوية و يومية النصر وذلك خلال الموسم الجامعي: 2009 – 2010 وتتمثل أهم نتائج الدراسة فيما يأتي:

– لا تعتبر المصادر الالكترونية في مقدمة مصادر المعلومات المستخدمة من قبل الصحفيين:

1. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الانترنت كمصدر معلوماتي دائم.
2. لم تستفد نسبة كبيرة من الصحفيين الجزائريين من التكوين في مجال استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، مما جعل الصحفيين يواجهون في الكثير من الأحيان صعوبات تقنية أثناء استخدام الانترنت.
3. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون البريد الالكتروني للحصول على المعلومات وذلك لأن أغلبهم لا يملك حساب بريد الكتروني أصلا.

4. لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الشبكات الاجتماعية كمصدر للحصول على المعلومات وذلك لأنهم لا يجيدون استخدامها، أما الأقلية التي تستخدمها فهي تفضل الفيسبوك بالدرجة الأولى يليه التويتر فماي سبيس.

5. أكثر المواقع التي يتصفحها الإعلاميون الجزائريون هي المواقع الوطنية السياسية.

6. لا يملك الصحفيون الجزائريون اشتراكات في المواقع الإخبارية لأنهم لا يعرفون طريقة الحصول على اشتراك.

7. يستخدم الصحفيون الجزائريون خدمات الانترنت عند البحث عن المعلومات بالترتيب كآتي: الصحافة الالكترونية، مواقع الويب، منتديات الحوار، البريد الالكتروني فالشبكات الاجتماعية.

8. يستخدم الصحفيون الجزائريون الهاتف المحمول بصفة دائمة للحصول على المعلومات وخاصة منها المواد السمعية.

9. توجد نسبة كبيرة من الصحفيين الذين لا يستخدمون تقنية البلوتوث للحصول على المعلومات، أما الأقلية التي تستخدمه فهي تحصل من خلاله على الصور والمقاطع الصوتية.

10. يمكن الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة في الحصول على المعلومات خاصة منها السياسية والرياضية.

11. يدفع الصحفيون الجزائريون لاستخدام مصادر المعلومات الالكترونية دوافع مهنية بالدرجة الأولى.

12. إن الحاجات الأساسية التي تلبها مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين الجزائريين هي حاجة الحصول على الأخبار واكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام.

13. إن نوع الرضا الأساسي الذي يحققه استخدام مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين الجزائريين هو الحصول على الأخبار.

14. إن نوع المعلومات المستقاة بصفة أساسية من مصادر المعلومات الالكترونية هي معلومات وطنية.

— توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين صحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية المختلفة في استخدامهم لمصادر المعلومات الالكترونية.

— تحقق الإشباع:

1. تحقق مصادر المعلومات الالكترونية للصحفيين الجزائريين إشباعات كثيرة أولها الإشباع المعرفي.

2. السبب الرئيسي لعدم تحقق الإشباع لبعض الصحفيين هو تفضيلهم استخدام المصادر التقليدية البسيطة.

— يرى الصحفيون الجزائريون أن المصادر التقليدية البسيطة هي أفضل وأرس طريقة للحصول على المعلومات.

- يرى الصحفيون الجزائريون أن مستوى استخدام مصادر المعلومات الالكترونية بمؤسساتهم الإعلامية هو مستوى متوسط ويحتاج إلى تحسين.
- يقترح الصحفيون الجزائريون تنظيم دورات تكوينية ليتمكنوا من استخدام مصادر المعلومات الالكترونية على أكمل وجه.

Résumé en langue française :

L'objectif de la présente étude -laquelle adopte l'approche « **des usages et gratifications** » comme introduction à l'application de ses hypothèses- est de connaître d'une part l'usage des sources d'informations électroniques par les journalistes algériens, et d'autre part de connaître les gratifications réalisées à travers ces usages.

La problématique de la présente étude est la suivante :

- 1- Les moyens électroniques sont ils les premières sources d'informations chez les organes de presse algériens ?
- 2- Existe-t-il des différences statistiquement significatives entre les journalistes des différents organes de presse algériens à travers leur usage des sources d'informations électroniques ?
- 3- Quelles sont les gratifications réalisées par les journalistes algériens à travers l'utilisation des sources d'informations électroniques ?

Cette étude vise à décrire et à analyser les aspects de l'usage des sources d'informations électroniques, et à effectuer une comparaison entre le secteur audio, audio-visuel et la presse écrite. Elle fait partie des études descriptives, analytiques et comparatives.

Nous avons eu recours à la méthode de l'enquête générale sur trois différents organes d'information, et nous avons procédé à la distribution des fiches d'enquête sur l'ensemble de ses trente neuf (39) journalistes (après refus de six (06) journalistes de participer à la réalisation de l'étude), c'est-à-dire que le nombre initial était de 45 journalistes. Répartis selon l'âge, le niveau scientifique, la nature de l'organe de presse et selon l'ancienneté. Auprès de la station régionale de télévision de Constantine, la radio régionale de Constantine et le quotidien Ennasr, et ce durant l'année universitaire 2009-2010.

Les principaux résultats de l'étude sont les suivants

Les sources électroniques ne viennent pas en tête des sources d'informations employées par les journalistes.

1. Les journalistes algériens n'emploient pas l'Internet comme source permanente d'information.
2. Une grande majorité des journalistes algériens n'a pas reçu de formation pour l'usage des nouvelles technologies de l'information, leur causant ainsi, la plupart du temps, des difficultés techniques lors de l'usage de l'Internet.
3. Les journalistes algériens n'utilisent pas le courrier électronique (E-mail) pour accéder aux informations, car la majorité n'ont pas de boîte de courrier électronique.
4. Les journalistes algériens n'utilisent pas les réseaux sociaux comme source d'information, car ils n'en maîtrisent pas l'usage, et la minorité qui en fait l'usage préfère FACEBOOK en premier lieu, suivent TWITTER et MY SPACE.
5. Les sites les plus visités par les journalistes algériens sont les sites de politique nationaux.
6. Les journalistes algériens n'ont pas d'abonnements aux sites d'information car ils ignorent le moyen de le faire.
7. Les journalistes algériens utilisent les services d'Internet lors de la recherche d'informations selon le classement suivant : les journaux électroniques, les sites web, les forums de discussion, le courrier électronique, puis les réseaux sociaux.

8. Les journalistes algériens utilisent en permanence le téléphone portable pour obtenir des informations, particulièrement les produits audio.
9. Une grande partie des journalistes n'utilisent pas la technique du Bluetooth pour obtenir des informations, et le peu qui l'utilise en obtient des images et des séquences audio.
10. Possibilité de bénéficier du SMS pour obtenir des informations, en particulier politiques et sportives.
11. L'usage des sources d'informations électroniques par les journalistes algériens est motivé en premier lieu par des raisons professionnelles.
12. Les besoins essentiels satisfaits par les sources d'information électroniques pour les journalistes algériens sont : le besoin d'accéder aux informations et l'acquisition de nouvelles expériences dans le domaine de l'information.
13. La nature de la satisfaction essentielle qu'assure l'usage des sources d'informations électroniques aux journalistes algériens est l'obtention des informations.
14. Les informations recueillies d'une façon essentielle auprès des sources d'informations électroniques sont des informations nationales.

- Il existe des différences qui ont une signification statistique entre les journalistes des différents organes de presse algériens, dans l'usage des sources d'informations électroniques.

- Réalisation de la gratification :

1. Les sources d'informations électroniques assurent aux journalistes algériens de multiples gratifications, en premier lieu la gratification cognitif.
 2. La principale raison de la non réalisation de la gratification de certains journalistes algériens c'est leur préférence à utiliser les sources conventionnelle simples.
- Les journalistes algériens pensent que les sources conventionnelles et simples sont la meilleure façon et la plus rapide pour obtenir des informations.
 - Les journalistes algériens pensent que le niveau de l'utilisation des sources d'informations électroniques dans leurs organes de presse est un niveau moyen qui nécessite une amélioration.
 - Les journalistes algériens suggèrent l'organisation de cycles de formation pour leur permettre l'utilisation des sources d'informations électroniques d'une façon complète.

English Abstract:

This study, which adopts the **"Uses and gratifications approach"** as an introduction to the application of its assumptions, aims at identify the use of electronic information sources by Algerian journalists, as well as the gratifications achieved through these uses.

The main questions of this study are as follows:

- 1 – Are the electronic means the first sources of information for the Algerian media?
- 2 - Are there any statistically significant differences between journalists of different Algerian media through their use of electronic information sources?
- 3 - What are the gratifications achieved by Algerian journalists through the use of electronic information sources?

This study aims to describe and to analyze the aspects of the use of electronic information sources, and to make a comparison between the audio, audio-visual and print media. It is part of descriptive, analytical and comparative studies.

We have used the general survey method on three different media, and we have completed the distribution of survey forms on all of its thirty-nine (39) Journalists (six (06) journalists have refused to participate to the study). That is to say that the initial number was 45 journalists, divided by age, scientific level, nature of the media, and seniority, in the regional television station of Constantine, regional radio of Constantine and "Ennasr" the daily newspaper, during the academic year 2009-2010.

The main results of the study are:

Electronic sources are not considered as the first source of information used by journalists.

1. Algerian journalists do not use the Internet as a permanent source of information.
2. A great majority of Algerian journalists have not been trained to use modern information technologies, causing them, most of the time, technical difficulties when using the Internet.
3. Algerian journalists do not use electronic mail (e-mail) to access information, because the majority doesn't have an e-mail box.
4. Algerian journalists do not use social networks as a source of information because they can not control their use, and the minority who actually does, prefers the use of FACEBOOK first, and follow TWITTER, than MY SPACE.
5. The most visited sites by Algerian journalists are national policy sites.
6. Algerian journalists have subscriptions to news sites because they don't know the way to do it.
8. Algerian journalists use Internet services looking for information in the following classification: electronic newspapers, websites, discussion forums, email and social networks.
8. Algerian journalists constantly use mobile phones to obtain information, particularly audio products.
9. Much of the journalists do not use Bluetooth technology to obtain information, and the few who uses obtains images and audio sequences.
10. It is possible to take benefit from SMS to get information, particularly the political and sports information.
11. The use of electronic information sources by Algerian journalists are motivated primarily by professional reasons.
12. The basic needs satisfied by electronic information sources for Algerian journalists are: the need to access information and to acquire new experiences in the field of information.

13. The nature of the essential gratification achieved by the use of electronic information sources for Algerian journalists is to obtain information.

14. The information collected in an essential way from the electronic information sources are national news.

- There are some differences that are statistically significant between journalists of different Algerian newspapers, in their use of electronic information sources.

- Achievement of gratification:

1. The electronic information sources provide several gratifications to Algerian journalists; the first one is the cognitive gratification.

2. The main reason for the non-achievement of gratification of some Algerian journalists is their preference to use simple conventional sources.

- Algerian journalists believe that conventional sources are the single best and fastest way to get information.

- The Algerian journalists think that the level of electronic information sources use in their news agency is an average level that requires improvement.

- The Algerian journalists suggest the organization of training courses to enable the use of electronic information sources in the best way.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

1- الكتب العربية

- 1 - أشرف فهمي خوخة: الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، إسكندرية، 2007
- 2 - أحمد بدر وآخرون: السياسة المعلوماتية وإستراتيجية التنمية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001
- 3 - أحمد خليفة الملط: الجرائم المعلوماتية، ط2، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 4 - أبو بكر محمود الهوش: دراسة في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2001
- 5 - أنطوان ايريس: شبكات الإعلام، ط1، عويدات للنشر والطباعة، بيروت ، 2001
- 6 - أسامة الخولي وآخرون: العرب وثورة المعلومات ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005
- 7 - إبراهيم الأخرس: الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لثورة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، ط1، ايتراك للطباعة والنشر ن القاهرة، 2008
- 8 - إبراهيم عبد الله المسلمي: مصادر الأخبار العالمية في الصحافة، العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 1992.
- 9 - إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الفجر للنشر، مصر، 1998.
- 10 - أرمان وميشال ماتلار، ترجمة نصر الدين العياضي ، الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت، ط3، 2005
- 11 - بيل جيتس ترجمة عبد السلام رضوان: المعلوماتية بعد الانترنت طريق المستقبل، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الكويت ، 1998
- 12 - برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع الأردن، 2003
- 13 - تيسير أبو عرجة: دراسات في الصحافة والإعلام، ط1 ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2000
- 14 - حسني نصر ، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي للنشر، الإمارات العربية السعودية، 2003
- 15 - حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية في نظم الحاسبات والاتصالات، القاهرة، 2008.
- 16 - حسين عبد الجبار: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2009.
- 17 - حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2003
- 18 - حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003
- 19 - حاتم محمد جرجيس وبريع قاسم: مصادر المعلومات في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، مصر ، 1998
- 20 - حسن مظفر الرزوي: الفضاء المعلوماتي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، بيروت.
- 21 - جوزيف س. ناي وجون د. دونايد تعريب محمد شريف الطرح: الحكم في عالم يتجه للعولمة، ط1، مكتبة العبيكات، المملكة العربية السعودية، 2002.
- 22- جلال الدين الحمامصي: دراسات صحفية من الخبر الى الموضوع الصحفي، دار المعارف ، مصر، 1965.
- 23- جمال محمد أبو شنب: نظريات الاتصال والإعلام المفاهيم – المداخل النظرية- القضايا، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- 24- رشا عبد الله: الانترنت في مصر والعالم العربي، ط1، آفاق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 25- سعيد محمد السيد: إنتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون، ط1، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1988.

- 26- شوقي سالم: صناعة المعلومات دراسة مظاهر تكنولوجيا المعلومات المتطورة وأثارها على المنطقة العربية، دار الثقافة العلمية، مصر، 1998.
- 27- شريف كامل شاهين: مصادر المعلومات الإلكترونية، ط1، دار المصرية اللبنانية، 2000.
- 28 - شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية ، ط1، دار المصرية اللبنانية، 2000، القاهرة
- 29 - شفيق محمود عبد اللطيف: وكالات الأنباء رؤية جديدة، ط1، دار المعارف، القاهرة، 1994
- 30 - صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي "دراسات الاعلام" المصداقية-الحرية-التنمية والهيمنة الثقافية، الشروق للدعاية والإعلام والتسويق، عمان، 1999.
- 31 - صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، 2006.
- 32- عبد اللطيف ذبيان العوفي وعادل سراج مرداد: زمن المستقبل والعالم العربي دراسة في موجة المعلوماتية والاتصال، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1998.
- 33-عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 37- عبد القادر رزيق المخادمي: النظام العالمي الجديد للإعلام الأسس والأهداف، ط2 دار الفجر للنشر القاهرة، ، 2006.
- 34-عبد المالك ردمان الدناني: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 35- عبد المالك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ، 2003.
- 36 -علاء عبد الرازق ومحمد السالمي: شبكة الإدارة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- 37-عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيايات الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 38-عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 39 -علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنولوجية الاجتماعية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005.
- 40-عدنان أبو عرفة وعبد الباعث وآخرون: مقدمة في تقنية المعلومات، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع ، الأردن، 2006.
- 41-عاطف عدلي العبد ونها عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
- 42-عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي: سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في انتقاء ونشر الأخبار، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
- 43-غالب عوض النوايسة: مصادر المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات مع إشارة خاصة إلى الكتب المرجعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 44- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، بيروت، 2002.
- 45- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 46- فاروق سيد حسين: الانترنت شبكة المعلومات العالمية، ط1، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 47 - ليونارد راي تيل ، رون تيلور، ترجمة حمدي عباس: مدخل إلى الصحافة: جولة في قاعات التحرير، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1990، القاهرة.
- 48- محمود علم الدين: أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، ط2، القاهرة، 2009.
- 49- مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2000.
- 50- محمد سلامة محمد غباري والسعيد الحميد عطية: الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1991.

- 51- مورييس أنجرس ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية – تدريبات علمية-، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 52- ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 2006.
- 53- ميلفن مينتشر ترجمة أديب خضور: تحرير الأخبار في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1998.
- 54- مرعي مذكور: الصحافة الإخبارية، ط1، دار الشروق للنشر، القاهرة، 2002.
- 55- محمد محمد الهادي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، دار الشروق، 1989.
- 56- محمد محمد الهادي: التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر، ط1، دار الشروق، 2003.
- 57- معن النقري: المعلوماتية والمجتمع، ط1، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2001.
- 58- منصور بن فهد صالح العبيد: الانترنت استثمار المستقبل، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1996.
- 59- محمود محمود عفيفي: التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
- 60- محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001.
- 61- محمد صلاح سالم: العصر الرقمي وثورة المعلومات، دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ط1، 2002.
- 62- ميرفت علي خفاجة وفاطمة عوض صابر: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2002.
- 63- محمد ماهر الصواف وآخرون: دليل الباحث، دار المريخ، المملكة العربية السعودية، 1988.
- 64- مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985.
- 65- محمد فتحي عبد الوهاب: مراكز المعلومات الصحفية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996.
- 66- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، ط1، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 67- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2007.
- 68- محمد لعقاب: مجتمع الإعلام والمعلومات ماهيته وخصائصه، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 69- محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001.
- 70- محمد نصر مهنا: في تنظير الإعلام – الفضائيات العربية- العولمة الإعلامية – المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2009.
- 71- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2000.
- 72- نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، الكويت، 1994.
- 73- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، الكويت، 2001.
- 74- نسيم خوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005.
- 75- كارول ريتش، ترجمة عبد الستار جواد: كتابة الأخبار والتقارير لصحفية، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، 2006.
- 76- هيربرت سترنز ترجمة سميرة أبو سيف: المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 77- ياس خضير بياتي: الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006.

78 - رضا النجار، جمال الدين ناجي: تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ايسيسكو، تونس، 2005.

المعاجم والقواميس باللغة العربية:

- 79- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006
- 80 - مجمع اللغة العربية، قاموس الوسيط، ط4، القاهرة، 2004
- 81 - طارق سيد أحمد الخلفي: معجم مصطلحات الإعلام انجليزي عربي ، ط1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية ، 2008.
- 82- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 1989.
- 83 - أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام انجليزي - فرنسي - عربي ، ط2، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1994.
- 84 - الفضائيات العربية ومتغيرات العصر أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، ط1، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2005.

المجلات باللغة العربية

- 85- أحمد أنور بدر: مجتمع المعلومات للمعرفة - المصيدة الكونية للدول النامية - ع3، مجلة الإذاعات العربية، 2005.
- 86- عبد الوهاب بوخوافة: مسائلة مفهوم مجتمع المعلومات من منظور عربي، مجلة الإذاعات العربية، عدد3، 2005.
- 87 - محمد حمدي: الواقع الحالي للتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، عدد3، 2005.
- 89 - محمد شطاح: التكنولوجيات الجديدة للاتصال وتأثيرها على النشرات الإخبارية في التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، عدد3، 2005.
- 90 - رامي شريم: الإعلام الإلكتروني العربي، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 4، 2001.
- 91 - الصادق رابح: قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية للتكنولوجيات الرقمية الحديثة، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 1، 2006.

الرسائل الجامعية:

- 92 - محمد بن سعود بن خالد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع - التجربة السعودية - ، جامعة الملك سعود بالرياض في 2003، وهي دراسة منشورة وسبق وضع رابطها في الفصل الأول.

2- المراجع باللغة الأجنبية:

Les ouvrages :

- 93 - Belkacem Mohand Saïd : le guide du cyberjournaliste, BMS édition ; Alger ;2001
- 94 – Bruno Ravaz, Stéphane Retterer ; Droit de l'information et de la communication, ellipses édition, paris ; 2006.
- 95 - Alain Joannes : Le journalisme à l'ère électronique, librairie Vuibert, 2007, Paris.
- 96 - Yves Agnès, Saïd Hammachi : manuel du journalisme, édition Media – Plus 2008, Constantine.

Revues :

97 - Catherine Joalain et Bertrand Labasse : information et réseaux : à nouvelles technologies, vieilles techniques, Les cahiers du journalisme, numéro 5, décembre 1998

98 -Benoît Grevisse : journalistes sur internet ; représentation professionnelles et modifications des pratiques en culture francophone ; les cahiers du journalisme, numéro 5, décembre 1998.

Les dictionnaires et les encyclopédies :

99 - Serge Cacaly et autres : Dictionnaire de l'information, deuxième édition, Armand Collin, Paris, 2004.

Les sites internet : مواقع الانترنت :

100- www.ITMAG.DZ

101- www.arabpressenetwork.org

102- www.echoroukonline.com

103- www.sawtalahrar.com

104- http://www.ituarabic.org/arab_country_report.asp?arabcountry_code=5:

105- <http://www.ialamtic.com/spip.php?article24>:

106- www.internews.org/arab_media_research/algeria.pdf

107- <http://www.middle-east-online.com/?id=42007>

108- www.Cahiersdujournalisme.net

109- www.asbu.net

110-www.lemonde.fr

111-www.lefigaro.fr

112 – www.radioalgerie.dz