

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

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال
الرقم التسلسلي:.....
رقم التسجيل:.....

إتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية

دراسة ميدانية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف:
أ.د. ادريس بولكعبيات

إنجاز:
منال قدواح

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة منتوري قسنطينة	أستاذ محاضر	1-د/الطاهر أجغيم
مشرفا و مقررا	جامعة منتوري قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	2-أ.د/ادريس بولكعبيات
عضوا	جامعة منتوري قسنطينة	أستاذ محاضر	3-د/صالح بن نوار
عضوا	جامعة منتوري قسنطينة	أستاذ محاضر	4-د/ليلي بن لطرش

تاريخ المناقشة:.....

السنة الجامعية: 2007/ 2008

فهرس الموضوعات
الموضوع

الصفحة

مقدمة.....	أ-ث
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	40-2
1-1-تحديد المشكلة.....	2
2-1-أهمية الموضوع وأسباب اختياره.....	6
3-1-أهداف الدراسة.....	7
4-1-الدراسات السابقة.....	8
5-1-فروض الدراسة.....	11
6-1-تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة.....	12
7-1-منهجية الدراسة.....	16
8-1- مجال الدراسة.....	17
9-1-العينة البحثية.....	23
10-1-أدوات الدراسة.....	34
هوامش الفصل الأول.....	38
الفصل الثاني:الوظيفية كمنظور لتحليل الصحافة الإلكترونية	90-42
1-2 مفهوم الوظيفية.....	42
1-2-2-منظور التحليل الوظيفي.....	42
2-1-2-استخدام النظرية الوظيفية في دراسات الإتصال.....	44
2-2-تطور الفكر الوظيفي.....	45
1-2-2-الوظيفية المطلقة(مالينوفسكي برونيسلو).....	45
2-2-2-الوظيفية النسبية(روبرت ميرتون).....	47
3-2-2-الوظيفية البنائية(تالكوت بارسونز).....	51
3-2-وظائف وسائل الإعلام.....	54
1-3-2-وظائف وسائل الإعلام في المجتمع.....	55

58.....	2-3-2-وظائف وسائل الإعلام التي تحققها للفرد.....
59.....	2-4-2-الصحف الإلكترونية من وجهة نظر وظيفية.....
59.....	2-4-1-نظرية الإستخدامات و الإشباعات.....
60.....	2-4-1-1-فروض النظرية.....
63.....	2-4-1-2-عناصر النظرية.....
72.....	2-4-1-3-تقويم النظرية.....
74.....	2-4-2-نظرية نشر الأفكار المستحدثة.....
75.....	2-4-2-1-عمليات نموذج انتشار المبتكرات.....
85.....	2-4-2-2-نقد النظرية.....
86.....	هوامش الفصل الثاني.....
130-92.....	الفصل الثالث : تكوين الإتجاهات.....
92.....	3-1-دراسة الإتجاهات.....
92.....	3-1-1-مفهوم الإتجاه.....
98.....	3-1-2-الفرق بين الإتجاه و بعض المفاهيم المشابهة له.....
101.....	3-2-تصنيف الإتجاهات :
102.....	3-2-1-من ناحية القوة و الضعف.....
102.....	3-2-2-من ناحية الإيجاب و السلب.....
103.....	3-2-3-من ناحية العلنية و السرية.....
103.....	3-2-4-من ناحية الفردانية و الجماعية.....
103.....	3-2-5-من ناحية التعميم و الخصوصية.....
104.....	3-3-تكوين الإتجاهات
104.....	3-3-1-مكونات الإتجاه.....
105.....	3-3-2-مراحل تكوين الإتجاه.....
106.....	3-3-3-عوامل تكوين الإتجاه.....
107.....	3-3-4-الوظائف الناتجة عن تكوين الإتجاه.....

110	3-4- تغيير الإتجاهات ..
112	3-4-1- العوامل المؤثرة في تغيير الإتجاه ..
114	3-4-2- طرق تغيير الإتجاهات ..
127	هوامش الفصل الثالث ..
185-132	الفصل الرابع: الصحافة الالكترونية ..
132	4-1- التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال ..
132	4-1-1- مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال ..
133	4-1-2- شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية ..
138	4-2- الصحافة الالكترونية: (المفهوم و الأبعاد) ..
139	4-2-1- مفهوم الصحافة الالكترونية و محدداتها ..
147	4-2-2- الخلفية التاريخية لظهور الصحافة الإلكترونية ..
152	4-2-3- واقع الصحافة الالكترونية بالجزائر و آفاقها ..
159	4-3- رهانات الصحافة الالكترونية في الوسط الإعلامي ..
159	4-3-1- طبيعة علاقة الصحافة الالكترونية بالصحافة الورقية ..
166	4-3-2- تأثير النشر الالكتروني على معدلات استهلاك الورق ..
68	4-3-3- I'ypertexte و شروط اكتساب صفة الصحفي عبر الانترنت ..
173	4-3-4- الصحافة الالكترونية و حرية التعبير ..
178	هوامش الفصل الرابع ..
232-187	الفصل الخامس: تحليل البيانات ..
187	تمهيد ..
188	عرض البيانات وتحليله ...
244-234	نتائج الدراسة ..
234	1- عرض النتائج العامة للدراسة ..

241.....	2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.
242.....	3 - نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.
243.....	4- آفاق الدراسة.
246.....	قائمة المراجع.
287-260.....	الملاحق
260.....	1-ملحق الإستبيان.
265.....	2-ملحق الصفحات الرئيسية من المواقع الإلكترونية لجرائد العينة
277.....	3-ملحق ملخص الدراسة بالفرنسية.
283.....	4-ملحق ملخص الدراسة بالإنجليزية.

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
25	جدول يمثل مجتمع العينة المدروسة.	1
27	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس.	2
27	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل السن.	3
28	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل المستوى الدراسي.	4
30	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل التخصص في الجامعة.	5
31	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل لغة التكوين.	6
32	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل الصحفي.	7
33	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الرتبة في الصحافة.	8
152	جدول يبين العروض المقدمة من مركز البحث العلمي و التقني لإنشاء موقع.	9
153	جدول يمثل أولى الصحف الوطنية الموضوعة على الانترنت.	10
156	جدول حول أهم الصحف الالكترونية المحضة بالجزائر.	11
163	جدول يبين نسب تراجع مبيعات الصحف سنة 1994.	12
188	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: كل الصحفيين الجزائريين يتقنون تشغيل الحاسب الآلي.	13
189	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة : محرك البحث الوحيد المستخدم من طرف الصحفيين الجزائريين هو محرك google.	14
190	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة : الصحفيون الجزائريون لم يتلقوا دورات تدريبية في مؤسساتهم الإعلامية، حول استخدام الإنترنت.	15
191	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة : يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي كل يوم.	16
192	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة : لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي إلا نادرا.	17
193	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: مدة تصفح الصحفي الجزائري للإنترنت في الجلسة الواحدة قصيرة جدا.	18
194	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: أكثر أماكن دخول الصحفيين الجزائريين إلى الإنترنت هي مكان العمل.	19
195	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: من الضروري امتلاك كل صحفي جزائري جهاز كمبيوتر شخصي موصول بالإنترنت.	20
196	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين بغرض الترفيه بالدرجة الأولى.	21
197	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا تستخدم الانترنت من قبل الصحفيين	22

	الجزائريين في العمل الصحفي بدافع معرفي إلا نادرا.	
198	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: عادة ما يستخدم الصحفي الجزائري الإنترنت كمصدر لأخباره.	23
199	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين نظرا لتلبيتها حاجياته من المادة الصحفية.	24
200	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يتيح الإنترنت للصحفيين الجزائريين التعبير عن الآراء بحرية أكبر من الوسائل الإعلامية التقليدية.	25
201	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية.	26
202	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحافة الإلكترونية تعتبر دعامة تعتمد عليها الصحافة المطبوعة.	27
203	جدول يوضح الإتجاه نحو العبارة: يفضل الصحفي الجزائري الصحافة الورقية على الصحافة الإلكترونية.	28
204	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحافة الإلكترونية تعتبر مكملة للصحافة الورقية.	29
205	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الورقية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الإلكترونية.	30
206	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للمعلنين من الصحف الورقية.	31
207	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يفضل استخدام الصحف الورقية لسهولة التعامل معها	32
208	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: توظف الصحف الإلكترونية الصوت و الصورة في معالجة الأحداث مما يجعلها أكثر مصداقية من الصحف الورقية.	33
209	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: عنصر السرعة يجعل من الصحافة الإلكترونية أكثر تحقيفا للسبق الصحفي من الصحف الورقية.	34
210	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا يمكن إطلاقا للصحافة الورقية أن تزول مهما تغيرت التقنيات.	35
211	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفيون الجزائريون لا يقرؤون الصحف الإلكترونية بصفة دائمة.	36
213	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لاعتبارها مصدرا غير موثوق للأخبار.	37
214	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لجهلهم لمواقع تلك الصحف.	38
215	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لأنها في نظرهم مجرد نسخ طبق الأصل من الصحف الورقية	39
216	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يتصفح الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية من أجل الحصول على الصور فقط.	40
217	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا يقرأ الصحفي الجزائري الصحافة الإلكترونية بالرغم من أنها تساهم في تطوير مهاراته الصحفية.	41
218	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: المشاركة النشطة التفاعلية للصحفيين الجزائريين في الصحف الإلكترونية تكاد تكون منعدمة.	42
219	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري لا يشارك أبدا في الإستفتاءات واستطلاعات الرأي المباشرة عند تعرضه للصحف الإلكترونية	43

220	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري لا يستخدم البريد الإلكتروني المتاح في الصحف الإلكترونية إلا نادرا.	44
221	جدول يوضح الاتجاه نحو عبارة: لا يتابع الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية الجزائرية إطلاقا.	45
222	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية العربية بصفة دائمة.	46
223	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الغربية أحيانا.	47
224	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية، أكثر تصفحا من طرف الصحفي الجزائري عن تلك الناطقة باللغة العربية.	48
225	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية العربية لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع.	49
226	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها أكثر ارتباطا به من العربية و الغربية.	50
227	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الغربية، لأنها غير متاحة في شكلها الورقي.	51
228	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية غير مصممة بشكل جيد مستقبلا.	52
229	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ذات محتوى هزيل من الناحية النوعية.	53
230	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستبقى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، دائما تعتمد على التلخيص المبالغ فيه للموضوعات المنشورة.	54
231	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: سيكون هناك مستقبلا إطار قانوني يسير الصحف الإلكترونية.	55
232	جدول يوضح الإتجاه نحو عبارة: سوف تعزز الصحف الإلكترونية الجزائرية مستقبلا بأرشيف إلكتروني حي.	56
234	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: ضعف المهارة التقنية.	57
235	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: هيمنة التسلية.	58
236	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: التشبث بالصحافة الورقية.	59
237	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: قراءة غير منتظمة للصحافة الإلكترونية.	60
238	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: قراءة للصحف الإلكترونية الأجنبية للضرورة.	61
239	جدول يوضح الإستجابة لمؤشر: مقاومة انتشار الصحافة الإلكترونية.	62
240	جدول يوضح الإستجابة لمقياس الإتجاه ككل.	63

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
62	شكل يبين نموذج الاستخدامات و الاشباكات ،بعناصره الأساسية و المتغيرات التي تحكمه.	1
64	شكل يوضح عناصر نموذج الاستخدامات و الاشباكات.	2

مقدمة:

إن الإنسان المعاصر قبل عقد واحد من الآن، كان يمكن أن يتوقع أي تطور ممكن في شكل تقديم الصحيفة أو مضامينها أو أساليب توزيعها، لأنه اعتاد على التطوير ضمن هذه الحدود، لكن أحدا لم يكن ليتخيل أن الصحيفة المطبوعة على الورق والتي رافقته مئات السنين ، يمكن أن تختفي سنوات معدودة، بعد أن بدأت تعيد حسابات نمطها التقليدي السائد أمام ثورة الحاسوب و المعلوماتية غير المسبوقة في تاريخ التطور الإنساني، وبات أماننا شكل صحفي جديد نقرأ فيه الأخبار والمعلومات والآراء ونشاهد الصور، ولكن عبر شاشة الحاسوب ومن خلال شبكة الإنترنت بلا ورق ولا أحبار فيما بات يعرف اليوم بالصحافة الإلكترونية.

فقد شكلت انطلاقة الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكا للجميع وفي متناول الجميع، وأكثر انتشارا وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء، بذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت آفاقا عديدة وأصبحت أسهل وأقرب لمتناول المواطن، ومن هنا انطلقت عملية ضخمة لبث مصادر إخبارية إلكترونية تتناول شتى المواضيع وتغوص في عدد من الموضوعات المتنوعة، وإثر ذلك واقتناعا بأهميتها، التحقت غالبية الصحف والهيئات الإذاعية و التلفزيونية المرموقة بهذه الموجة، ليصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز شديد الخطورة وعميق التأثير سواء على صناع القرار أو من ناحية تشكيل الرأي العام، فلم يعد الرقيب حكوميا كما كان بالأمس بل الرقيب هو أخلاقيات العمل الصحفي و الرسالة الإعلامية الموضوعية.

لقد نمت ظاهرة الصحافة الإلكترونية في ظل توسيع استخدامات الإنترنت التي كانت الإنطلاقة الأولى لها في عقد الستينيات من القرن الماضي، انطلاقة لأغراض عسكرية، ولم يكن في تصور العلماء الذين أشرفوا على تأسيس النواة الأولى للشبكة أنها مع مرور الزمن سيصبح استعمالها في الميدان العسكري استخدام ثانوي، لا يشكل سوى جزء بسيط من استخدامات الشبكة، فقد اكتسحت جميع الميادين و المجالات وأهمها ميدان الإعلام الذي أصبح في ظلها إلكترونيا بآتم معنى الكلمة، واستفادت بعدد من الإمكانيات في ظلها، فقد أضافت

الإنترنت للصحافة الإلكترونية بعدا آخر عن الصحافة الورقية، فأصبح بإمكان القارئ المتصفح أن يكتب رأيه في المقال أو التقرير الذي يقرؤه على شاشة الكمبيوتر، بل واستطاع أن يشارك في عملية صنع وإنتاج الصحيفة الإلكترونية بكتابة المقالات المؤيدة أو المخالفة لوجهة النظر الواردة في المقال الأول، واستطاع أن يحاور المحرر و يناقشه في آرائه، وكلها أمور لم يكن باستطاعته فعلها وهو يقرأ الصحيفة الورقية التي عهدها طوال حياته، وتغيرت الكثير من المفاهيم في الممارسات الصحفية، وفي أنماط التعرض لها، فظهرت صحف إلكترونية ليس لها اسم ولا تاريخ طويل، ولكنها استطاعت في وقت وجيز أن تثبت أقدامها في عالم الصحافة الإلكترونية.

هذا التحول من شأنه أن يمس في عمق استخدامات الصحفيين الجزائريين لوسائل الإعلام بصفة عامة و للإنترنت بشكل خاص، حيث أصبح استخدام الإنترنت يعد أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات و معارف الصحفي، والحكم على مهاراته الصحفية وبدأت الصحافة مع منتصف التسعينيات تتطلب مستوى معين من التخصص الفني و الصحفي و المعلوماتي، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام وسيلة جديدة ، تفرض عليهم تحديات صحفية من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية، وبدأ يتزايد إدراك الصحفيين لأهمية وقيمة الكمبيوتر و الإنترنت، وقواعد المعلومات و الوسائل التكنولوجية و الاتصالية الحديثة في حياتهم اليومية كصحفيين، حيث توفر لهم فرصا عديدة لتطوير مهاراتهم في البحث و التحليل و التغطية، وتنمي لديهم تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات و الحقائق و الإحصائيات و التحقق من مصداقيتها، وتقييمها مقارنة

بالمعلومات الأخرى، فضلا عن استخدامهم لأشكال صحفية جديدة مثل عقد المؤتمرات عن بعد و الجماعات الإخبارية، وجلسات الدردشة استطلاعات الرأي المباشرة وغيرها من الأشكال التفاعلية التي تجعل من جمهور هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة جمهورا نشطا يساهم في إبراز أفكار جديدة للمواد الإعلامية التي تبثها الصحف الإلكترونية وهذا ما جعل الإنترنت تتفوق على الصحافة المطبوعة في كسب الجماهير وزيادة أعدادها، فقد أتاحت الصحف الإلكترونية للأفراد أكثر من أي وقت مضى القدرة على التعبير عن آرائهم وإيصال أصواتهم إلى القادة السياسيين، بالإضافة إلى أنها وضعت بين أيديهم مصادر ضخمة للمعلومات تجعل من السهل عليهم إجراء مقارنات حول القضايا التي تهمهم ومدى استعداد أولئك القادة بتوفيرها لهم.

وفي ظل هذا التحول أفرزت الإنترنت ضغطا من نوع آخر على الصحفيين الذين أصبح يتحتم عليهم معرفة كيفية البحث عن المعلومات و التعامل مع برامج الكمبيوتر وكيفية تحرير المواد النصية، ضمن محتويات الموضوع الصحفي الذي يقوم به، وفي هذا السياق عمدت إلى الخوض في غمار هذه الدراسة، لمعرفة وفهم توجهات الصحفيين الجزائريين كعينة لهذا البحث تجاه هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة، ومعرفة التحديات التي يمكن أن تجلبها الصحافة الإلكترونية لصناعة الصحف الورقية، وكذا معرفة مستقبل العلاقة بين الصحافتين في نظر الصحفيين الجزائريين.

وقد انتظمت هذه الدراسة في خمسة فصول، توزعت على النحو التالي: **شكل الفصل الأول** الإطار المنهجي للدراسة، والذي تم فيه تحديد مشكلة الدراسة وفرضياتها، أهميتها وأهدافها، منهجها، أدوات بحثها، خصائص عينتها والصعوبات التي واجهتنا خلال إنجاز البحث ، كما تم استعراض دراستين سابقتين.

الفصل الثاني يتحدث عن الوظيفية كمنظور لتحليل موضوع الصحافة الإلكترونية بإبراز مفهومها واستخداماتها في دراسات الاتصال، كما استعرضنا تطور الفكر الوظيفي مبرزين وظائف وسائل الإعلام، وأخيرا ربطنا دراستنا بمجموعة من النماذج النظرية تمثلت في كل من نظريتي الاستخدامات و الإشباعات وكذا نشر الأفكار المستحدثة.

أما الفصل الثالث من الدراسة فتناول تكوين الإتجاهات باستعراض مفهومها و الفرق بينها وبين بعض المفاهيم المشابهة لها، وكذا تصنيفاتها، مراحل وعوامل تكوينها وأخيرا تغيير الإتجاهات باستعراض أهم نظريات تغيير اتجاهات الرأي العام.

الفصل الرابع تطرقنا من خلاله للصحافة الإلكترونية مفهومها ومحدداتها بحيث تم التركيز على مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال وعلى الإنترنت كوسيط إعلامي بشكل خاص، وكذا ذكر الخلفية التاريخية لتطور الصحف الإلكترونية في العالم ككل وفي الجزائر بصفة خاصة ، حيث تم تسليط الضوء على واقعها وآفاقها بالجزائر، لنعرج بعد ذلك إلى أهم القضايا و الرهانات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية في الوسط الإعلامي من بينها قضية حرية التعبير، وما أتاحه النشر الإلكتروني من حرية في واقع افتراضي يختلف عن ما هو موجود في الواقع المادي الملموس، وكذا إبراز طبيعة العلاقة بين الصحافتين الإلكترونية و الورقية، وبترباط منهجي وصلنا إلى تحد ثالث من التحديات التي فرضتها الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية وهي مفهوم الهيبرتكتست وحقيقة الصحفي العامل بالصحيفة الإلكترونية، لنخلص في الأخير إلى رهان النشر الإلكتروني وتأثيره على معدلات استهلاك ورق طباعة الصحف.

الفصل الخامس و الأخير جاء على شكل فصل تطبيقي ، تم فيه تفرغ بيانات الإستثمارات المشكلة لمقياس الإتجاه في شكل جداول و قمنا بقراءتها وتحليلها لنخرج في الأخير بنتائج عامة للدراسة ناقشناها في ضوء الفرضيات المطروحة في أول الدراسة وقارناها مع نتائج الدراسات السابقة الموظفة في دراستنا ، لنقدم ختاما آفاق دراستنا حتى تكون تمهيدا لدراسات لاحقة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1-1- تحديد المشكلة.
- 1-2- أهمية الموضوع وأسباب اختياره.
- 1-3- أهداف الدراسة.
- 1-4- الدراسات السابقة.
- 1-5- فروض الدراسة.
- 1-6- تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة.
- 1-7- منهجية الدراسة.
- 1-8- مجال الدراسة.
- 1-9- العينة البحثية.
- 1-10- أدوات الدراسة

1-1- تحديد المشكلة:

شهدت السنوات الأخيرة تعاظم الاهتمام بالتطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال باعتبارها جوهر السمات الأساسية في عالم الكوكبية والذي فرض آلياته مع أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات على العالم ككل، مما أدى إلى تبلور مجموعة من النظم والوسائل الاتصالية الحديثة ذات مزايا غير مسبوقة، وقد تجلى هذا الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال في مناحي الحياة العديدة، متوجا قمة التفاعل بين ثورتين أساسيتين هما ثورة المعلومات بما تكتسبه من أهمية بالغة في وقتنا الحالي نظرا لما تحدثه من تغييرات بمعدلات متسارعة لها آثار في كل المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وحتى التربوية، وكذا ثورة الاتصال التي أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال التطور المذهل لوسائل الاتصال وتعدد أساليبه، ولعل ارتفاع قدرات الحاسب الإلكتروني وتعدد استخداماته المتوعدة في شتى مناحي الحياة وامتزاجه بكل وسائل الاتصال يشكل حجر الزاوية لهذه المرحلة.

وتعد شبكة الإنترنت أكثر هذه الوسائط إثارة للجدل باعتبارها من أبرز تطبيقات تكنولوجيا الاتصال التي انتشرت بشكل واسع في أنحاء العالم، حيث واكب ظهورها هذا انتشار مظاهر شديدة التغيير عصفت بالمبادئ التقليدية للإعلام وقلبت موازينه لتنتقله إلى عالم الرقمية بكل جدارة، حيث أنها عندما أخذت تكتسح العديد من مناحي النشاط الإنساني مع منتصف التسعينات من القرن الماضي تحديدا كانت الصحف ووسائل الإعلام بشكل عام من أوائل المنضمين لهذه المملكة التقنية الجديدة.

لقد انعكس هذا الانتشار الهائل للتكنولوجيا على مظاهر الصحافة المطبوعة والتي احتلت مكانة مهمة في عملية الاتصال طوال القرون الثلاثة الماضية، وكانت وسيلة مهمة لتدفق المعلومات إلى الجماهير، كما أنها قامت بدور مهم في حياة كل المجتمعات ففي دول الشمال الغنية كانت محور الاهتمام في المجتمع، نتيجة الدور الذي لعبته في

تطور المجتمعات وصياغة منظومة المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية نظرا لدورها المهم في العملية الديمقراطية، أما في دول الجنوب فقد أسهمت الصحافة المطبوعة إلى أبعد الحدود في الكفاح الوطني ضد الاستعمار وكانت من أهم الأدوات التي استخدمتها حركات التحرر.

ومع تطور الأحداث برز في الساحة الإعلامية منافسون للصحافة في شكلها المطبوع، كان أهمها ظهور التلفزيون وانتشاره في الخمسينيات الميلادية من القرن العشرين كوسيلة إعلامية مستحدثة أخذت الأضواء منها وظهرت حينها أسئلة ملحة ترددت بين العاملين في قطاع النشر كانت في عمومها تبحث في حقيقة التحول الإعلامي نحو هذه التقنية الجديدة ومدى تأثيرها على مكانتها في المجتمع واستقطابها لأنظار القارئ بالإنترنت، ورغم ذلك فقد تمكنت الصحافة المطبوعة من تجاوز المحنة ومعاشة هذه التقنية الجديدة والإحتفاظ بنسبة كبيرة من جماهيرها ومن صحفيتها ولا تزال إلى غاية اليوم تصنع تحديا كبيرا أمام التلفزيون، تمثل في بحثها الدائم عن سبل جديدة لمواجهة هذه المنافسة.

ومع ظهور الإنترنت بدأت الصحف تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني، ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر حيث بدأت تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على الشاشة، وقد أخذ هذا التطور معنى جديد طال الشكل والمضمون والممارسة المهنية بشكل لم يسبق له نظير.

ولعل الإرهاصات الأولى لتحول الصحف إلى استخدام النشر الإلكتروني تعود حسب الباحثين إلى الثمانينات، أين أحدثت نقلة نوعية في عملية النشر المكتبي بعد أن تم اختراع طريقة جديدة فعالة لتبادل المعلومات، تتضمن النصوص والصور وأفلام الفيديو بعدها تأسست البدايات الأولى لعملية النشر الإلكتروني من خلال خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية، حيث بدأت دور النشر والمؤسسات الصحفية تسعى لتدشن لنفسها مواقع على الإنترنت حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية المحدودة على حد تعبير (بيل جيتس).

ومن ثم ظهرت هذه الصحف الإلكترونية لتعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية، وهي لا تعني مجرد استبدال الصحيفة المطبوعة بالحاسب الآلي بل تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية، لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل بل ونمط التسويق أيضا لأن التصور الأكثر موضوعية للصحافة الإلكترونية لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على كل الأطراف، بل وستخلق مناخا اتصاليا يختلف في جوانبه عن المناخ الذي خلقته ثقافة الصحيفة المطبوعة، ولعل من أهم هذه الأطراف القائم بالاتصال نحو هذا النوع الجديد من وسائل الإعلام ونظرته لطبيعة التعامل مع الصحف الإلكترونية وكيفية استخدامها.

وبطبيعة الحال فإن الصحافة الجزائرية وجدت نفسها أمام تحد تاريخي لا يقتصر على أهمية الإسراع في توظيف هذه التقنيات الجديدة فحسب، بل إلى إمعان النظر في واقع معظم الصحف الجزائرية التي عانت ولا تزال تعاني من تراكم العديد من المشكلات التسويقية وكذا التحديات المهنية، وتوضع موارد الإعلان مقارنة مع مثيلاتها في العالم وهذه التهديدات من دون شك تصب في مصلحة المنافسين مما سيشكل تهديدا مباشرا لبعض الصحف الصغيرة التي قد تضطر إلى مغادرة ساحة النشر أو البحث عن مجال استثماري جديد خصوصا في ظل مناخ الحرية الإعلامية الذي يسود العالم اليوم من خلال صحافة الانترنت وفي ظروف دولية أدت إلى رفع الدعم الحكومي عن هذه الصحف.

فمن خلال ما تقدم عرضه، رأينا أنه من الضروري الالتفاتة إلى معرفة توجهات الصحفيين الجزائريين نحو هذا النوع الجديد من الصحف ومعرفة مستويات تفضيلاتهم بين المحلية منها والعربية وكذا الأجنبية وكثافة استخدامها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام، وجل الدوافع المختلفة وراء التعرض للصحف الإلكترونية على اعتبار أن معرفة الاتجاه الذهني للفرد هو الطريقة الأمثل للوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل، والقضايا والظواهر التي تطرح إشكالات عديدة، كظاهرة استخدام الصحافة الإلكترونية وانتشارها في أوساط الصحفيين، فالاتجاهات تعتبر تنظيم

محكم لخبرات وتجارب الأفراد بحيث تؤدي إلى تحديد الشكل النهائي للاستجابة الإيجابية أو السلبية تجاه الموضوع.

ويعد الاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام من أهم الاتجاهات النظرية التي حددت ماذا يفعل الفرد المتلقي بوسائل الإعلام، بدلا من تحديد ماذا تفعله وسائل الإعلام في المتلقين، ومنه ظهر مدخل الاستخدامات والإشباع الذي اعتمد اعتمادا كليا على الأسس الوظيفية لوسائل الإعلام وفق رؤية جديدة تحدد أثر وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تحديد استخدامات هذه الوسائل من قبل الجمهور، كما يهتم هذا المدخل أساسا بالإشباع التي هي نتاج استخدام وسائل الإعلام، وقد أثبتت عديد الدراسات قدرة الجمهور على التمييز بين وسائل الإعلام المختلفة على أساس الإشباع التي يبحثون عنها أو التي يحصلون عليها كما أن هناك علاقة بين معدل الإشباع المراد تحقيقه من وراء هذا الاستخدام وكذا نوع الوسيلة الإعلامية ومدى حداتها وجدتها وهذا مايفسره نموذج نشر المبتكرات على اعتبار أن الصحافة الإلكترونية تعتبر وسيلة إعلامية مستحدثة في المجتمع الجزائري، وبذلك يتطلب استخدامها وتوظيفها إتباع المراحل المعروفة في عملية نشر المبتكر الجديد من عملية اتخاذ قرار التبني إلى مرحلة الإقتناع وأخيرا اتخاذ قرار نشر المبتكر، ومن هذه الخلفية النظرية لموضوع الصحافة الإلكترونية تتبلور الصيغة التساؤلية لمشكلة دراستنا كالاتي:

ماهي إتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية؟.

1-2-1- أهمية الموضوع وأسباب إختياره:

1-2-1- أهميته:

علميا: تكمن أهميته في كونه من البحوث العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال واتجاهات القائمين بالاتصال نحو التحول الجذري إلى مثل هذه التكنولوجيات الحديثة بما فيها وعلى وجه الخصوص الانترنت والنشر الإلكتروني. مهنيا: تتمثل في ما أحدثته الانترنت من نقلة نوعية في عالم الصحافة المكتوبة والتي تشمل تغييرات جذرية في نوعية الصحيفة وإدارتها وكذا تأثيرها على العمل الصحفي ومستوى الأداء المهني.

-استشراف مستقبل الصحافة الإلكترونية بالجزائر وإلقاء الضوء على هذه التجربة ومعرفة توجهات صحفيي الجزائر تجاه هذه الوسيلة الجديدة من وسائل الإعلام، وكيفية تعاملهم مع هذه التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وما تقدمه هذه الأخيرة من امتيازات وتسهيلات للعاملين في الميدان الصحفي لم تشهدها الصحافة المطبوعة من قبل.

-معرفة الفرق بين الأصول المهنية للصحافة التقليدية والتغييرات التي يمكن أن تستحدثها تقنية الانترنت في عالم الصحافة.

اجتماعيا: حيث أفرزت الثورة التكنولوجية الجديدة اتساع لرقعة استخدام الانترنت باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة تمتلك من المزايا ما يجعلها مرآة عاكسة للمجتمع من خلال خصائصها التفاعلية وخدمات البريد الإلكتروني، مما أدى إلى التحول تدريجيا نحو مجتمعات معلوماتية تسبح في فلك إلكتروني، ومن ثم تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال تأثير هذا التحول في-تعامل المجتمعات-على مستقبل الصحافة المطبوعة من ناحية تعامل القائمين بالاتصال مع هذا الوسيط الإلكتروني الإعلامي الجديد.

1-2-2- أسباب إختياره:

حادثة الموضوع حيث يعتبر هذا البحث من البحوث العلمية الجديدة التي تعنى بدراسة آخر تقنيات النشر الصحفي ألا وهي النشر الإلكتروني ومدى تقبل القارئ بالاتصال لهذه

الفكرة المستحدثة وتوجهاتهم نحوها للوقوف على واقع استخدامها بالجزائر.

- ندرة أو قلة الدراسات التي تتناول توجهات الصحفيين واستخدامهم للصحافة الإلكترونية بالجزائر من قبل لأن جل الباحثين يتوجهون نحو جمهور قراء الصحافة الإلكترونية مغفلين القائم بالاتصال.

- تفتح هذه الدراسة بابا جديدا للبحث في علوم الإعلام والاتصال ظل إلى وقت ليس بالبعيد محط خوف من قبل الباحثين لا سيما في وطننا العربي وخصوصا في الجزائر، وهذا راجع لندرة المراجع والدراسات التي تؤسس نظريا للصحافة الإلكترونية.

- إشباع الفضول العلمي من خلال قياس توجهات صحفيي الجزائر نحو هذه التقنية الجديدة ومعرفة حقيقة مستواهم المهني والاحترافي من خلال استخداماتهم للصحافة الإلكترونية.

- السعي لإثراء المكتبة بمواضيع تتناول ظواهر جديد في علوم الإعلام والاتصال نظرا لحاجتنا الملحة للمزيد من الدراسات الحديثة في موضوع النشر الإلكتروني وما أحدثته هذه التقنية من ظهور وسائل إعلامية جديدة ولعل من أبرزها الصحافة الإلكترونية.

1-3- أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة في شقها النظري إلى إبراز التحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة في ظل التطورات الأخيرة والتي حملتها ثورة التكنولوجيا في جلب ما يسمى بالصحافة الإلكترونية، وتسليط الضوء على آلياتها، خصائصها، فنونها والأسباب التي دعت بعض الصحف الجزائرية لإطلاق نسخ إلكترونية لعناوينها المطبوعة وذلك من خلال آراء ودراسات الباحثين والمهتمين بمستقبل الصحافة الإلكترونية.

- تهدف الدراسة في شقها الميداني إلى تقديم صورة عامة عن وضع الصحف الجزائرية المطبوعة أمام هذه الثورة الهائلة ولاستقصاء آراء عينة من صحفيها وقياس اتجاهاتهم لمعرفة مدى مواكبتهم لهذه التكنولوجيا.
- معرفة مدى استعانتهم بالصحف الإلكترونية كمصدر، وكذا تطبيقهم لهذا المشروع على أرض الواقع من خلال استصدار نسخ إلكترونية لعناوينهم المطبوعة أو إنجاز صحف إلكترونية محضة.
- معرفة الخدمات التي تقدمها هذه المواقع لمتصفحها من الصحفيين وكذا المشكلات المتعلقة بالاستخدام.

1-4-الدراسات السابقة:

بعد قراءة متأنية فيما أتيتح لنا من دراسات تناولت موضوع الصحافة الإلكترونية وقع اختيارنا على دراستين وجدنا أن لهما علاقة بموضوع الدراسة وهما:

1-4-1الدراسة الأولى:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية" وهي عبارة عن رسالة لنيل الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إنجاز الباحث رضا عبد الواحد أمين، حيث نوقشت سنة 2005 بجامعة الأزهر.

تهدف هذه الدراسة إلى قياس درجة تعرض النخب المصرية الإعلامية والأكاديمية والسياسية والدينية للصحافة الإلكترونية، والتعرف على دوافع تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية، وكذا الإشباع المتحقق من وراء هذا الاستخدام، إضافة إلى التعرف على درجة تأثير الصحف الإلكترونية على بيئة الممارسة الصحفية في مصر، ودراسة العلاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية وشكل العلاقة بالصحافة الورقية.

- وقد حاول الإجابة على مشكلة بحثه من خلال تفكيكها إلى التساؤلات التالية:
- ما السمات والخصائص الرئيسية للنخب المصرية التي تتعرض للصحافة الإلكترونية؟

- ما دوافع التعرض للصحف الإلكترونية لدى النخبة المصرية؟

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

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

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

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

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

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

- وقد استخدم الباحث استمارة الإستبيان على النخبة المصرية كأداة لبحثه.

وقد توصل الدراسة إلى النتائج التالية:

1- أفراد النخبة يتعرضون للانترنت بكثافة كما أثبتت خبرتهم في استخدام الانترنت عن طريق الكمبيوتر الخاص بهم.

2- الصحف المصرية أكثر تفضيلاً لدى النخبة من العربية والأجنبية.

3- إن الإشباع التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية تمثلت في

تزويد النخبة بالأخبار التحليلات الإخبارية

4- إن نسبة قليلة نسبياً تستخدم مواقع الصحف الأجنبية وربما يرجع ذلك إلى العائق

اللغوي.

5- تعرض النخبة لشبكة الانترنت وللصحافة الإلكترونية قد أثر ولكن بشكل محدود

على مقروئية الصحف الورقية.

-ومن ثم انتهت الدراسة في الأخير إلى وجود علاقة تكاملية بين الصحف

الإلكترونية والورقية في المستقبل في تصورات النخبة المصرية.

-وسيتم الاعتماد على هذه الدراسة خصوصاً في الجانب التطبيقي أين تساعدنا في

تصميم الاستمارة الكتابية بالرغم من أنها طبقت على المجتمع المصري، إلا أن نتائجها

ستكون حافزاً لبدئ دراستنا التي تعنى برصد توجهات الصحفيين الجزائريين نحو

استخدام الصحافة الإلكترونية.

1-4-2- الدراسة الثانية:

وجاءت تحت عنوان "النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة-دراسة نظرية وصفية-" وهي عبارة عن رسالة لنيل الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من إنجاز

الطالب محمد مليك ونوقشت عام 2006 بجامعة الجزائر .

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

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

-وقد حاول الباحث من خلال دراسته أن يجيب على الأسئلة الأتية:

-ما هي شبكة الإنترنت وما هي وظائفها؟

-ما هو النشر الإلكتروني؟

-ما هي خصائص النشر الإلكتروني؟

-ما هي الصحافة الإلكترونية وفيما تتمثل خصائصها؟

-فيما يتمثل الفرق بين الصحيفة الإلكترونية والمطبوعة؟

-ما هي التحديات الصحافة المطبوعة من حيث:

-تأثير النشر الإلكتروني على معدلات استهلاك الورق .

-من ناحية حرية التعبير .

-من ناحية الإعلان .

- وخلص الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- 1- هناك خلط لدى الأكاديميين والباحثين في تحديد مفهوم النشر الإلكتروني
- 2- النشر الإلكتروني هو إنتاج المعلومات والمواد الصحفية ونشرها وإيصالها إلى الجمهور من خلال الأوعية الإلكترونية المتمثلة في الشبكة العنكبوتية العالمية.
- 3- الصحافة الإلكترونية هي تلك التي تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة في منشور إلكتروني دوري أو غير دوري.
- 4- بعض الناشرين في أمريكا والغرب وعددهم في ازدياد مطرد قد تركوا-بالفعل- التعامل مع الورق كوسيط لنقل المعلومات والأفكار واستخدموا بدلا من ذلك النشر الإلكتروني لتوفير أموال طائلة كانت تصرف في شراء الورق.
- 5- أتاح النشر الإلكتروني في الميدان الإعلامي إبراز التعددية الحقيقية في الرأي وفي التعبير عن الرأي دون قيود أو عراقيل عكس الصحافة المطبوعة
- 6- أخذ الإعلان على شبكة الانترنت ينمو بشكل سريع على هذه الوسيلة نظرا للمزايا الفائقة التي توفرها للمعلنين، هذا ما ينذر بخطر كبير على الصحافة المطبوعة -ويتم الاعتماد على هذه الدراسة من خلال تأسيسها نظريا لدراستنا، بالرغم من النقائص التي تتخللها، باعتبارها دراسة تقتصر على الجانب النظري فقط مما يفقدها المصداقية التي تكتسبها أي دراسة من خلال إجراء فحص ميداني يخلص إلى نتائج واقعية تنطلق من خلالها دراسات أخرى وبالتالي ستكون استفادتنا جزئية فقط.

1-5- فروض الدراسة:

- الفرضية الأولى: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي.
- المؤشر الأول: ضعف المهارة التقنية.
- المؤشر الثاني: هيمنة التسلية.
- المؤشر الثالث: التشبث بالصحافة الورقية.
- الفرضية الثانية: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحافة الإلكترونية.

المؤشر الأول: قراءة غير منتظمة للصحف الإلكترونية.

المؤشر الثاني: قراءة للصحف الإلكترونية الغربية للضرورة.

المؤشر الثالث: مقاومة انتشار الصحافة الإلكترونية بالجزائر.

1-6-6-1- تحديد أهم المفاهيم:

1-6-1- الاتجاه (attitude):

لفظيا: "ترجع كلمة الاتجاه تاريخيا إلى أصلين:

الأول مشتق من الأصل اللاتيني "aptus" والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من استخدمه (هريت سينسر).

أما الثاني فيرتبط باستخدام كلمة "posture" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة" (1)

اصطلاحا: يعرفه البورت على أنه "حالة من الاستعداد العقلي العصبي التي نظمت عن طريق التجارب الشخصية السابقة وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الإستعداد" (2).

- كما أنه يعرف على " أنه تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والمعرفية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة بالقبول أو النفور" (3)
إجرائيا: مما سبق يمكن استنباط تعريف إجرائي للاتجاه على أساس أنه تنظيم الفرد لبعض العمليات النفسية، تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من الموضوعات مهما كان نوعه، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو بالرفض أو حتى بالحيادية بطريقة تحكيمية يمكن قياسها بإعطاء درجات لهذه الموافقة أو المعارضة أو الحيادية.

1-6-2- الصحافة الإلكترونية (presse électronique):

"الصحافة الإلكترونية هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من الشبكات معلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارا إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، أكانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ومن ساعة لأخرى، وسواء أكانت صحيفة عامة أو متخصصة" (4).

-تعرف على أنها الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الانترنت ويقوم القارئ

باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها وطبع ما يرغب في طباعته"(5).

-تعرف أيضا على أنها "النسخة الكمبيوترية للصحيفة والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونيا وإدارتها واستدعائها، سواءا تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقيا أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي"(6).

إجرائيا:هي وسيلة إعلامية جديدة من جملة الوسائل المتعددة الوسائط، تتبلور في منشور إلكتروني، يحمل مجموعة من الأخبار والمقالات وفق فنون صحفية جديدة بشكل دوري ومتسلسل، تستخدم فيه تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة ويتم بخاصية تفاعلية ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر المربوط بشبكة الانترنت وتكون غالبا مرتبطة بالصحف المطبوعة أو تكون منشور إلكتروني محظ.

1-6-3- النشر الإلكتروني:

"يشير مصطلح النشر الإلكتروني إلى طريقة إنتاج البيانات والوثائق إلكترونيا من خلال مجموعة حاسبات شخصية أو صغيرة متصلة معا بطريقتين إما مباشرة أو عن بعد"(7).

-كما أن بعض التيبوغرافيين يعرفونه بأنه النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد ومجلات)، والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والكتيبات والمطبوعات والملصقات وغيرها، بالاستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج من جمع وتوضيب وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع، ثم الطباعة، وفي حجرة التجهيز للتوزيع في مكان واحد أو في أكثر من مكان في وقت معا"(8).

-وهو مرحلة يستطيع فيها كاتب المقال أن يسجل مقاله على إحدى وسائل تجهيز الكلمات Word processing، ثم يقوم ببثه إلى محور المجلة الإلكترونية الذي يقوم بجعله متاحا في تلك الصورة الإلكترونية للمشاركين في المجلة وهذه المقالة لا تنشر وإنما يمكن عمل صورة مطبوعة إذا طلب المشتركين ذلك"(9).

إجرائياً: النشر الإلكتروني هو ذلك النشر الذي يستعين باستخدام أجهزة إلكترونية لإنتاج و

توزيع البيانات والمعلومات والأخبار والمقالات وكذا تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وتسخيرها للمستخدمين (ما يمثل النشر المكتبي) فيما عدا أن توزيع ما ينشر من مواد معلوماتية يتم على وسائط إلكترونية كالأقراص المدمجة أو المرنة، أو من خلال شبكة الانترنت وليس التوزيع على المطبوعات الورقية وبالتالي فإن النشر الإلكتروني يشمل النشر المكتبي والنشر على الانترنت.

1-6-4- النشر المكتبي:

"هو استخدام حاسب شخصي صغير، بحيث يكفي لوضعه وتشغيله من على منضدة عادية، مع مجموعة محددة من البرامج، بالإضافة إلى طابعة تعمل بالليزر بحيث تشكل تلك العناصر في مجموعها أداة شاملة للقيام بأعمال النشر ومهامه، وكذلك لإنتاج الوثائق دون حاجة للرجوع إلى إحدى دور صف الحروف أو استوديوهات التوضيب الفني" (10).

- "ويعبر النشر المكتبي عن الجهد الشخصي في الاضطلاع بعمليات النشر جميعاً بداية من نسخ النص الأصلي الذي كتبه المؤلف إلى المرحلة النهائية من طباعة هذا النص وهو وسيلة يمكن عن طريقها إنتاج الوثائق مع الرسوم البيانية المكتملة، وذلك ابتداءً من البيانات والمنشورات الإعلانية التي تشغل صفحة واحدة ومروراً بالكتيبات وقوائم الأسعار، وإنهاءً بالرسائل الإخبارية والمجلات بل والكتب، بأجهزة يمكن وضعها دون عناء على مكتب كبير إلى حد ما" (11).

إجرائياً: هو وسيلة لإنتاج المطبوعات وتوزيعها في نطاق محدود لأنه يقوم عكس العمل التقليدي الذي يعتمد على المهارات اليدوية في إنتاج الصحف إلى الاعتماد الكلي على الكمبيوتر وبرامج الطباعة والنشر في استقبال الأخبار والصور والتصميم والإخراج.

1-6-5- الإنترنت:

"هي شبكة تربط بين العديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث، شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات

إلكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ليحصل على عدد لا متناهي من المعلومات" (12).

إجرائياً: هي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض، وتستخدم من طرف الملايين من مستخدمي الحاسبات الإلكترونية على مدار 24 ساعة في معظم أنحاء المعمورة.

1-6-6-تكنولوجيا المعلومات:

هي مجموعة الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحل مشاكل تتصل باستخدام المعلومات وجوهرها يتركز في استخدام الحاسبات الإلكترونية والاتصالات من بعد (السلكية واللاسلكية) لخلق، تشكيل وتوزيع الترفيه.

-يعتبرها الدكتور محمد فتحي عبد الهادي"البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفاعلية" (13).

-وحسب المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات لأحمد محمد الشامي وسيد حسب الله فيعرفها بأنها:"الحصول على المعلومات واختزانها وبثها وذلك باستخدام توليفة من المعدات المايكرو الكترونية الحاسبة والاتصالية عن بعد" (14)

- "هي المصطلح المستخدم لوصف مفردات التجهيزات (المعدات) وبرامج الكمبيوتر (البرمجيات) التي تسمح لنا بالإنفاذ، الاسترجاع، التخزين، التنظيم والتشكيل والعرض التقديمي للمعلومات بواسطة وسائل إلكترونية، ومن أمثلتها المساحات الضوئية، الحاسبات الإلكترونية والوسائط المتعددة" (15).

إجرائياً: هي عبارة عن نظام متكامل يعمل على تلقي وتخزين، تحليل وإيصال البيانات والمعلومات في شتى أشكالها ويتم تطبيقها على مختلف جوانب حياتنا، وتشمل كل ما يتعلق بتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية.

1-6-7-التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

هي المصطلح المستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي يمكن السعي إلى المعلومات من خلالها والنفاد إليها عبرها ومن أمثلتها الفاكسميل، المؤتمرات التليفونية عن بعد والمودم" (16).

- "وتعتبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال حسب الدكتور نبيل علي، رافدا لتكنولوجيا

المعلومات على أساس أن المادة الخام لتكنولوجيا المعلومات هي البيانات والمعلومات والمعارف وأداتها بلا منازع هي الكمبيوتر وبرمجياته التي تستهلك طاقته الحسابية في تحويل هذه المادة الخام إلى سلع وخدمات معلوماتية، أما التوزيع فيتم من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان والآلة أو من خلال أساليب البث المباشر وغير المباشر كما هي الحال في أجهزة الإعلام، أو من خلال شبكات البيانات التي تصل بين الكمبيوتر والآخر" (17).

إجرائياً: هي مجموع التقنيات والوسائل والنظم المختلفة الموظفة لمعالجة مجموعة مضامين يراد توصيلها من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، وتتم من خلالها جمع المعلومات المكتوبة والمصورة والمسموعة والمرئية من خلال الحاسبات الإلكترونية ثم تخزينها واسترجاعها وقت الحاجة، ثم عملية نشر هذه المضامين ونقلها من مكان لآخر.

1-7- منهجية الدراسة:

نوعية الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع أو إجراء تعديلات فيه أو استكماله وتطويره، حيث يرى محمد زيان عمر أن "البحوث الوصفية تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلًا دقيقًا وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة" (18). ويشاطره الرأي هويتتي الذي يعتبرها "دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع" (19).

- ويتوجه البحث الوصفي إلى تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، وكذا تحديد الممارسات الشائعة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات.

- حيث يتم من خلال هذه الدراسة، وصف وتوثيق اتجاهات الصحفيين واختبار معارفهم وتقييماتهم للمعالم والمكونات والمهام المنوطة بالصحافة الإلكترونية عن طريق قياس توجهاتهم.

-المنهج المستخدم:استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي لكونه من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ولضرورة يفرضها البحث نفسه كما طبقت أسلوب المسح الذي يعرف على"أنه الطريقة العملية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية"(20).

ويعتبره هوييتي"محاولة منظمة لتقرير وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، إن جماعة معينة أو بيئة معينة، كما أنه يهدف إلى الوصول لبيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل خصوصا في الأغراض العلمية"(21).

-كما أن البراد يغم المتبع هو البراد يغم الوظيفي والذي يتمثل في مقارنة المجتمع ككل عضوي تفهم مختلف عناصره تبعا للوظيفة التي تؤديها، حيث يقترح هذا البراد يغم على الباحثين المهتمين بوسائل الاتصال الجماهيري طريقة جديدة لتناول هذا الموضوع الدراسي وتتمثل في دراسة الاستخدامات المستعملة من طرف الجمهور ومعاينة مدى الرضا المتحقق منها، فاهتمام الباحث هنا يصبح منصبا على استعمال الناس لهذه الوسائل أكثر من الاهتمام بتأثيرها على الناس وهذا أساس مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يتركز حوله بحثنا حول طبيعة استخدامات القائم بالاتصال لهذا النوع الجديد من وسائل الإعلام.

1-8-1- مجال الدراسة:

"إن المجال يشير إلى المكان أو البيئة أو المنطقة الجغرافية وإلى الناس وتفاعلاتهم وعلاقاتهم وإلى الزمن الذي يوجد فيه هؤلاء الناس الذين يتواجدون في بيئة محددة أو منطقة جغرافية معينة، وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الاجتماعية"(22). ويمكن تقسيم المجال إلى ثلاث مجالات رئيسية:

1-8-1- المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة على مستوى المكاتب المركزية

بالعاصمة والجهوية بقسنطينة لثمانية يوميات وطنية والتي تمتلك مواقع إلكترونية لها،

وهي: le soir d'algerie ,le quotidien d'oran, el watan , l'expression

جريدة النهار الجديد، جريدة الشروق، جريدة الخبر، جريدة الفجر، وسنعتي بطاقة

فنية لكل يومية من هاته اليوميات:

L'expression: تم إنشاؤها بتاريخ 11-11-2000، وهي عبارة عن يومية

وطنية

تصدر باللغة الفرنسية، مقرها المركزي بدار الصحافة القبة، مدير نشرها أحمد فتاني، مدير تحريرها نور الدين مرداسي، ورئيس تحريرها إسماعيل روحة، تسحب بمعدل 40000 نسخة يوميا موزعة كالاتي :

الوسط: 30000 نسخة

الشرق: 5000 نسخة

الغرب: 5000 نسخة

تمتلك مكاتب جهوية في كل من عنابة، قسنطينة، وهران، الشلف، عين الدفلى، تيزي وزو، بجاية، وتمتلك موقع على الشبكة العنكبوتية

عنوانه: www.lexpressiondz.com

El watan: يومية وطنية صادرة باللغة الفرنسية، تم إنشاؤها بتاريخ 01-01-

1990، مقرها المركزي بدار الصحافة الطاهر جاووت 01 شارع بشير عطار ساحة أول ماي الجزائر العاصمة، مسؤول نشرها عمار بلهوشات، ورئيس تحريرها زين شرفاوي، معدل سحبها 130000 نسخة يوميا يتم استرجاع من 15-18 % منها، أما فيما يخص معدل نشرها اليومي فيقدر ب 111000 نسخة يوميا، تمتلك 14 مكتبا جهويا، ولديها ملحقات تتمثل في الملحق الاقتصادي، ملحق ثقافي وآخر خاص بالعقار، كما تعتبر أول يومية وطنية أنشئت موقع إلكتروني على الإنترنت عام 1997، بالنسبة للمسؤول على نشرها في العاصمة هو شركة aldp، el watan في وهران، و el khabar diffusion في قسنطينة.

Le quotidien d'Oran: يومية صادرة باللغة الفرنسية تم إنشاؤها بتاريخ 14

جانفي 1994 من طرف مجموعة من الصحفيين، وقد تحولت بفضل توحيد الجهود من جريدة صغيرة محلية إلى أول جريدة صادرة باللغة الفرنسية من حيث معدل السحب والذي بلغ متوسطه 190.000 نسخة يوميا، كما تطبع الجريدة في كل من الجزائر

العاصمة، وهران وقسنطينة كما توزع أعدادها في بعض المدن الفرنسية، مقرها المركزي بوهران ب63 شارع l'Anp، أما مقرها بالجزائر العاصمة فهو بشارع ديدوش مراد، مدير النشر فيها هو السيد محمد عبدو بن عبو، ولديها موقع على الإنترنت عنوانه:

www.lequotidien-oran.com

Le soir d'algerie: تم إنشاؤها بتاريخ 3-09-1990 كأول صحيفة مستقلة، ناطقة باللغة الفرنسية، مقرها المركزي بدار الصحافة الطاهر جاووت 01 شارع بشير عطار ساحة أول ماي الجزائر العاصمة، مسؤول النشر فيها فؤاد بوغانم، مدير النشر ناصر بلحجوجة، أما فيما يخص معدل سحبها فيقدر ب 150.000 نسخة يوميا، بالنسبة للمسؤول على نشرها في العاصمة هو le soir، el watan، وفي وهران، و nma diffusion في قسنطينة، تمتلك 13 مكتبا جهويا في كل من بومرداس، عنابة، بلدية، قسنطينة، وهران، سطيف، تيزي وزو، معسكر، تلمسان، بويرة، باتنة، بجاية، برج بو عرييج.

تم إنشاء موقع لها على الإنترنت بتاريخ مارس 2004 عنوانه الإلكتروني:

www.lesoirdalgerie.com

جريدة الفجر: وهي يومية جزائرية صادرة باللغة العربية تم إنشاؤها في 05-10-2001 مسؤولة نشرها حدة حزام، رئيس تحريرها محمد ايوانوغان، مقرها المركزي بدار الصحافة الطاهر جاووت 01 شارع بشير عطار ساحة أول ماي الجزائر العاصمة، تسحب بمعدل 100.000 نسخة يوميا، لها موقع على الإنترنت تم إنشاؤه عام 2006 عنوانه الإلكتروني: www.al-fadjr.com.

جريدة النهار الجديد: تم إنشاؤها بتاريخ 01-11-2007 فهي تعتبر حديثة النشأة، ناطقة باللغة العربية، مقرها المركزي بحيدرة 13 شارع أرزقي عبري، مدير النشر فيها حاليا أنيس رحمانى، رئيسة تحريرها سعاد عزوز، تسحب مايقارب 80.000 نسخة يوميا، تمتلك 05 مكاتب ولائية في كل من قسنطينة، وهران، عنابة، سطيف،

وورقلة، أنشأت موقعها الإلكتروني في نفس تاريخ إنشائها وعنوانه الإلكتروني www.ennaharonline.com، وتقدر عدد الزيارات فيه 3000 زيارة يوميا.

جريدة الشروق اليومي: تم إنشاؤها بتاريخ 02-11-2000، وهي ناطقة باللغة العربية، مدير النشر فيها هو علي فضيل، رئيس تحريرها محمد يعقوبي، مقرها المركزي بدار الصحافة بالقبة، وتعد ثاني اكبر جريدة وطنية من حيث معدل السحب بعد الخبر حيث يقدر ب 320.000 نسخة يوميا، تمتلك مكاتب في كل ولايات الوطن تقريبا، أنشأت موقع إلكتروني ضخم لها بتاريخ جوان 2006 يمتلك رئيس تحرير و3 أقسام واحد عربي والثاني إنجليزي، أما الثالث فرنسي عنوانه الإلكتروني: www.echoroukonline.com، تم تصنيفها مؤخرا حسب رئيس تحرير موقعها الإلكتروني "تسيم لكحل" كأكبر موقع إخباري من حيث عدد الزيارات داخل الجزائر ب40.000 زائر يوميا.

جريدة الخبر: صدر أول عدد لجريدة الخبر في الفاتح من شهر نوفمبر 1990، وكان هذا بداية انفتاح إعلامي وفضاء لحرية التعبير، وبعد مرور عشر سنوات من تأسيس الجريدة، صارت الخبر تمثل أول سحب في الجزائر حيث انتقلت من سحب 18.000 نسخة توزيعها مقتصر على منطقة الوسط عام 1990، إلى 500.000 نسخة يوميا موزعة على الصعيد الوطني والدولي، مسؤول النشر فيها عامر محي الدين، ورئيس تحريرها الحالي عثمان سناحقي.

وحتى ترقى مجموعة الخبر للصحافة إلى مستوى المؤسسة الحقة، انتقلت إلى المقر الجديد بحيدرة، 32 شارع الفتح ابن خلقان -ليتورال سابقا- حيث يضم الإدارة العامة، مديرية المحاسبة والمالية، المديرية التجارية، التحرير بمختلف أقسامه، مديرية العلاقات العامة والتسويق، قسم المنازعات، بالإضافة إلى مركز الدراسات الدولية، وقد زودت مختلف الأقسام بأحدث ما أبدعته التكنولوجيا

تملك الخبر 48 مكتبا عبر التراب الوطني و07 مكاتب في بلدان عربية وأجنبية، كما تملك مكتبين جهويين أحدهما بولاية قسنطينة والآخر في غرب البلاد بوهران.

أسست موقع لها على الإنترنت عنوانه www.elkhabar.com وتمتلك 3 نسخ واحدة عربية والثانية فرنسية والثالثة انجليزية.

فروع مجموعة الخبر للصحافة:

-الخبر الأسبوعي: منذ جانفي 2006 أصبحت الخبر الأسبوعي جريدة مستقلة، وهي شركة ذات أسهم برأس مال 10000000 دج، تقدم إضاءات حول أهم أحداث الأسبوع السياسية، وتضع تحت تصرف القارئ عددا من الملاحق تتمثل في الخبر تسليية وهي أسبوعية مخصصة للألعاب، الخبر حوادث وهي نصف شهرية مخصصة للحوادث، الخبر سات وتمثل نصف شهرية مخصصة لبرامج التلفزة.

-الجزائر للتوزيع وطباعة الصحافة: تأسست الشركة ذات المسؤولية المحدودة الجزائر للتوزيع وطباعة الصحافة في سبتمبر 1995، وهي شركة ذات طابع تجاري مكلفة بطباعة وتوزيع الصحافة، وقد بدأت نشاطها في شهر أكتوبر 1995 وتعد أول شركة للنشر وطباعة الصحافة المستقلة منذ رواج الصحافة.

-الخبر لتوزيع الصحافة: أنشأت في الفاتح من جانفي 1995 مصلحة للتوزيع بقسنطينة لتوزيع يومية الخبر، ثم لتوزيع عناوين أخرى من اليوميات والدوريات، أدى ذلك إلى تطور هياكلها وتنظيمها، في سنة 2001 تدعم قسم التوزيع بمصلحة تقنية مزودة بأجهزة إستقبال وإرسال الصفحات، بالإضافة إلى آلة التصوير الضوئي (flacheuse)، تمكنا من تصوير الجرائد واللائحات الإخبارية، وفي 01-2005 استقلت مصلحة الخبر للتوزيع وأنشأت مؤسسة الخبر لتوزيع الصحافة التي تعتبر فرعا من فروع شركة ذات أسهم الخبر.

-مركز الخبر للدراسات الدولية: تم إنشاؤه في 2002، وهو فضاء لطرح أفكار جديدة للنقاش الثقافي المتفتح عن طريق تنظيم ملتقيات دولية حول مواضيع شتى منها السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية.

-الخبر للإشهار: هي شركة إشهار واتصال، متخصصة في الإعلانات عبر الصحافة المكتوبة، المسموعة والمرئية.

- إضافة إلى سيبريك وهي شركة ذات مسؤولية محدودة مقرها قسنطينة متخصصة في الطباعة والنشر، وقد أسست بشراكة بين جريدة الخبر التي تملك 51 بالمائة منها وجريدة الوطن التي تملك 49 بالمائة، وانطلقت هذه الشركة فعليا في 2007، كذلك

شركة أنمبور ومقرها وهران هدفها ضمان أعمال الطباعة والنشر، وهي الأخرى شركة مختلطة بين الخبر والوطن وانطلقت في العمل في 2007.

1-8-2-المجال الزمني: انطلاقا من الشروع في هذه الدراسة في أواخر شهر جوان 2007، أين استهلكت بجمع التراث الوثائقي الذي يؤسس للجانب النظري لدراستنا ثم تحديد المشكلة البحثية بدقة وما يتبعها من إجراءات منهجية وضبط مسار خطة البحث والشروع في استكمال عناصرها مباشرة، أما الجانب الميداني فبيداً من تاريخ 29-12-2007 أين قمت بزيارة استطلاعية للمكاتب المركزية للجراند الثمانية الموضحة في المجال المكاني بالجزائر العاصمة حيث تعرفت من خلالها على مسؤولي هاته الجرائد واستفدت من مختلف المعلومات المقدمة لي حول اليوميات والتي تشكل في مجملها بطاقات تقنية حول الجرائد وكذا المواقع الإلكترونية لها، ودام ذلك قرابة 04 أيام، أما في المرحلة الثانية فقامت بتوزيع الإستمارات على الصحفيين عن طريق أسلوب المصادفة، نظرا لانشغالاتهم المستمرة لم تتح لي الفرصة للتعرف عليهم ككل والاختيار وفق الأسلوب القصدي، ودام ذلك 05 أيام من 02-01-2008 إلى 06-01-2008، بعد ذلك تم استلام الإستمارات في مدة 04 أيام من 07-01-2008 إلى 10-01-2008، نظرا لتباعد مقرات الجرائد، وبالتالي دامت الدراسة الميدانية بالجزائر العاصمة 13 يوما.

أما على مستوى مكاتب قسنطينة فدامت مدة زيارة هذه المكاتب وتوزيع الاستمارات 03 أيام وتم استرجاعها في مدة 04 أيام من 01-03-2008 إلى 07-03-2008، إجمالا دامت الزيارة الميدانية 20 يوما.

1-8-3المجال البشري: ويتمثل في مجموع الصحفيين المنتمين لليوميات الثمانية التي أجرينا عليها دراستنا والممثلين لمجتمع العينة الذي سنتطرق له في العنصر الموالي بشي من التفصيل.

1-9-العينة البحثية:

لعل أهم خطوة يمر بها الباحث خلال دراسته هو اختياره للعينة الممثلة تمثيلا دقيقا لمجتمع البحث وتعرف العينة بأنها: "اختيار جزء من مجموعة من المادة بحيث يمثل هذا

الجزء المجموعة كلها وهي تعد طريقة إحصائية سليمة في منطقتها وليس في أسلوبها" (23).

-وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة الحصصية والتي تعتبر من أكثر أنواع العينات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام التي تجرى في مجال قياسه، حيث يقسم الباحث المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة، ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع ويترك للباحث الميداني حرية اختيار مفردات الحصة في حدود ضوابط معينة" (24)

-وتم اختيار معيار علمي لاختيار عينة الدراسة الممثلة للصحفيين الذين سيتم استكشاف اتجاهاتهم نحو استخدام الصحافة الإلكترونية ويتمثل في أن ينتموا إلى مؤسسات إعلامية لها مواقع على الانترنت بما يعنيه ذلك من توافر خبرة أكبر لهؤلاء الصحفيين عن غيرهم في مجال التعامل مع استخدام الانترنت إعلاميا.

ووفقا لهذا المعيار تم إجراء مسح لمجموعة تتكون من 08 جرائد يومية وطنية خصوصا أنه من الصعب التعامل مع كل الجرائد التي تصدر على المستوى الوطني، كما راعينا في اختيارنا نوع الصحف حيث تتراوح بين الخاصة والعامة، وقسمنا عينتنا إلى حصتين على أساس لغة الصدور وتتكون من 04 جرائد تصدر باللغة العربية و04 تصدر باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى أخذ حصص متساوية تقدر ب 13 صحفي من كل جريدة.

وقد اعتمدنا على أسلوب المصادفة في اختيار الصحفيين الممثلين لكل جريدة، حيث بلغ العدد الإجمالي لمجتمع البحث 902 صحفي حددنا التعامل مع حجم عينة مقدرة ب 104 مفردة من إجمالي صحفيي الجرائد الثمانية العاملين بالجزائر العاصمة وقسنطينة، 52 صحفي ينتمون للجرائد الصادرة باللغة العربية و52 ينتمون لتلك الصادرة باللغة الفرنسية، أي ما يمثل تقريبا نسبة 10% من مجتمع الدراسة نراها كافية لمعرفة توجهات الصحفيين الجزائريين تجاه الموضوع.

-وعليه فقد تم اختيار عينة حصصية تتكون من صحفيي هذه الجرائد والتي تمتلك مواقع إلكترونية بكل من ولايتي الجزائر العاصمة وقسنطينة نظرا لصعوبة التنقل لكل ولايات الجزائر من أجل توزيع استمارات قياس الإتجاه، ووقع إختياري على صحفيي

الجزائر العاصمة لأنها تعتبر المركز وجل الصحف مقراتها الرئيسية هناك، كما أنها تتيح لنا بحث ميداني موسع نظرا للعدد الكبير للصحفيين المنتمين إلى العاصمة أما قسنطينة فباعتبارها هي الأخرى عاصمة الشرق وبحكم انتماء الباحثة لهذا المجتمع وهذا ما يسهل مسار البحث.

ويمكن تبويب عينتنا البحثية كالآتي:

جدول رقم 01 يمثل مجتمع العينة المدروسة

عناوين الجرائد	العدد الإجمالي	العينة المأخوذة من	العينة المأخوذة من	العينة النهائية

	قسنطينة	الجزائر العاصمة	للصحفيين	
13	05	08	177	الخبر اليومي
13	02	11	147	الشروق اليومي
13	03	10	69	الفجر
13	02	11	88	النهار الجديد
13	03	10	144	LE QUOTIDIEN D'ORAN
13	04	09	122	LE SOIR D'ALGERIE
13	02	11	78	EL WATAN
13	01	12	77	L'EXPRESSION
104	22	82	902	Σ

وسنغطي تفصيلات عن مجتمع البحث:

-الخبر تمتلك 177 صحفي منهم 72 صحفي دائم، 05 مصورين و كاريكاتوريين و 100 مراسل متعاون عبر الوطن.

-الشروق تملك 147 صحفي منهم 07 صحفيين ينتمون للقسم الرياضي، 20 من القسم الوطني، 05 من الثقافي، 05 من قسم المجتمع، 04 من القسم المحلي، 03 من قسم التصوير 02 ينتمون لهيئة تحرير الموقع الإلكتروني القسم العربي، 03 من القسم الإنجليزي، إضافة إلى رئيس التحرير ورئيس تحرير الموقع الإلكتروني، و 96 مراسل صحفي موزعين عبر القطر الجزائري.

-الفجر بها 69 صحفي، 10 من القسم الوطني، 03 من الاجتماعي، 04 من القسم الرياضي، 05 من الثقافي و 01 من الدولي، إضافة إلى 46 مراسل صحفي عبر ولايات الوطن.

-النهار الجديد تملك 88 صحفي 01 من القسم الدولي 04 من القسم الرياضي، 06 من الوطني 04 من الثقافي، 10 من قسم المجتمع إضافة إلى رئيس التحرير ورئيس

تحرير الموقع الإلكتروني مساعد رئيس تحرير 01، ومساعد رئيس تحرير 02، رؤساء الأقسام، إضافة إلى 39 مراسل و15 صحفي آخر موزعين عبر مكاتب النهار في خمس ولايات بمعدل 03 في كل مكتب.

LE QUOTIDIEN D'ORAN- تملك 144 صحفي 50 دائمين 06 متربصين، 88 مراسل صحفي.

LE SOIR D'ALGERIE : تملك 122 صحفي، 05 من القسم الرياضي، 05 من السياسي، 05 من قسم المجتمع 03 من الاقتصادي، 05 من الثقافي، 07 من المحلي، إضافة إلى 92 مراسل صحفي عبر 46 ولاية.

EL WATAN: تملك 78 صحفي موزعين كما يلي: 03 من القسم الدولي، 07 من الرياضي، 07 من الوطني، 04 من الثقافي، 07 من الملحق الثقافي، 07 من الملحق الاقتصادي 05 من ملحق العقار، 03 من القسم المحلي، و38 مراسل صحفي.

L'EXPRESSION: تملك 77 صحفي 15 منهم دائمين و06 متربصين، 02 في مكتب عنابة، 01 في قسنطينة، 01 في وهران، 01 في الشلف، 01 في عين الدفلى، 02 في تيزي وزو، 02 في بجاية، إضافة إلى 46 مراسل صحفي.

خصائص العينة: وفيما يلي تفريغ للبيانات الشخصية المدونة في الإستمارة

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
48.08	50	ذكور
51.92	54	إناث
% 100	104	Σ

من خلال الجدول رقم 01 نلاحظ أن نسبة الإناث فاقت نسبة الذكور وجاءت بمعدل 51.92 % في حين جاءت نسبة الذكور 48.08 % وهي نسب متقاربة بين الجنسين وهذا راجع لطبيعة العينة المختارة وهي العينة الحصصية بحيث تم تطبيقها على عدد الصحفيين المختارين من كل جريدة وكان العدد متساوي في كل جريدة، في حين لم تتم مراعاة عامل الجنس بأخذ نسب متساوية نظرا لإتباع طريقة الصدفة في اختيار الصحفيين.

جدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل السن

النسبة المئوية %	التكرار	السن
10.58	11	أقل من 25 سنة
70.19	73	من 25 - 35 سنة
19.23	20	من 35 - 50 سنة
0	0	أكثر من 50 سنة
% 100	104	∑

حسب الجدول رقم 02 المتعلق بعامل السن بلغت أكبر نسبة 70.19 % وشملت الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 25 - 35 سنة، تليها فئة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35 - 50 سنة بنسبة 19.23 %، أما نسبة الصحفيين الذين تقل أعمارهم عن 25 سنة فكانت نسبتهم 10.58 %، وأخيرا احتلت فئة الصحفيين الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة المرتبة الأخيرة ب 0 %.

ويتضح من خلال هذه القراءة أن أغلب الصحفيين المبحوثين يعتبرون طاقات شبانية هذه الفئة الشابة والتي تتميز بقدرات اتصالية عالية وكذا بالقدرة على مواكبة التكنولوجيات الجديدة نظرا لحدائثة سنها تستطيع أن تعطينا اتجاهات بناء ومبينة على أساس فعلي حول موضوع جديد كالصحافة الإلكترونية، كما أن فئة الصحفيين الأقل من 25 سنة جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة لأنها أقل خبرة من باقي الفئات الأخرى

وليست على إطلاع كبير على موضوع جديد كالمصاحفة الإلكترونية كما أن نتائج الفئة الأخيرة تدل على عدم مواكبة فئة الصحفيين الكبار السن للتكنولوجيات الحديثة، أو بالأحرى انعدام هاته الفئة.

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل المستوى الدراسي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الدراسي
3.85	4	ثانوي
82.69	86	عالي
13.46	14	ما بعد التدرج
% 100	104	∑

من خلال الجدول رقم 04 يتبين لنا أن أكبر نسبة من الصحفيين المبحوثين ذوي مستوى عالي وبلغت 82.69%، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الصحفيين ذوي المستوى ما بعد التدرج بنسبة 13.46% ثم ذوي المستوى الثانوي بنسبة 3.85%.
يمكن القول أن غالبية الصحفيين الجزائريين المبحوثين لديهم مستوى دراسي عالي وهذا

طبعاً سيؤثر إيجاباً على اتجاههم نحو موضوع الصحافة الإلكترونية لأنه موضوع جديد ومعقد ولا يستطيع فهمه والحكم عليه إلا صحفي يملك مستوى تعليمي عالي.

جدول رقم 05 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل التخصص في الجامعة

النسبة المئوية %	التكرار	التخصص في الجامعة
40	40	علوم الإعلام والاتصال
11	11	علوم سياسية وعلاقات دولية
09	09	أدب عربي
08	08	لغة فرنسية
06	06	حقوق
06	06	علم الاجتماع
04	04	لغة إنجليزية

04	04	علم النفس
03	03	ترجمة
02	02	علم المكتبات والمعلومات
02	02	علم الأرض والجيولوجيا
01	01	علوم إقتصادية
01	01	علوم تجارية
01	01	تاريخ
01	01	فلسفة
01	01	إلكترونيك
% 100	100	∑

يبين الجدول رقم 04 % أن أعلى نسبة سجلت من قبل الصحفيين ذوي الاختصاص علوم الإعلام والاتصال وقدرت ب40% تليها فئة ذوي تخصص علوم سياسية بمعدل 11% ثم الأدب العربي ب9% في حين سجل تخصص اللغة الفرنسية نسبة 8، وجاء كل من تخصصي الحقوق وعلم الاجتماع بنفس النسبة وقدرت ب06 نفس الشئ بالنسبة لتخصصي اللغة الإنجليزية وعلم النفس احتلا المرتبة السادسة بنسبة 4%، ثم تخصص الترجمة بنسبة 3 يليها كل من تخصصي علم المكتبات وعلم الأرض بنسبة 2 وفي المرتبة الأخيرة تقاسمها الصحفيين ذوي الاختصاصات علوم اقتصادية، علوم تجارية، تاريخ، فلسفة وإلكترونيك بنسبة 1%.

من خلال قراءتنا لهذا الجدول يتبين أن أغلبية الصحفيين المبحوثين ذوي اختصاص علوم الإعلام والاتصال بالرغم من التنوع الشديد في الاختصاصات حتى التقنية والتي لا تمت لمهنة الصحافة بأية صلة مما يدل على أن نسبة لا بأس بها من الصحفيين المبحوثين ليسوا على دراية تامة بموضوع الصحافة الإلكترونية بحكم أنهم لم يتلقوا

أبجديات الإعلام والإلكتروني بصفة خاصة مما يؤثر سلبا على توجهاتهم نحو موضوعنا

جدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل لغة التكوين

النسبة المئوية %	التكرار	لغة التكوين
58.65	61	عربي
6.74	07	فرنسي
34.61	36	مزوج
% 100	104	Σ

يوضح الجدول رقم 05 المتعلق بعامل لغة التكوين أن أكبر نسبة من الصحفيين المبحوثين بلغت 58.65% وتمثل المكونين باللغة العربية، تليها فئة الصحفيين الذين تلقوا تعليمهم باللغتين وبلغت 34.61%، في حين أن 6.74% فقط تلقوا تعليمهم باللغة الفرنسية.

من خلال قراءة هذا الجدول يتراءى لنا أن الغالبية الكبرى من الصحفيين المبحوثين يتقنون الحديث والتعامل باللغة العربية وهذا طبيعي لأن أغلبية المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 25 - 35 سنة أي فئة الشباب التي تكونت خلال فترة تم فيها تعريب جميع المؤسسات التعليمية الجزائرية، غير أننا نلاحظ أن المكونين باللغتين نسبتهم لا بأس بها، مما ينبئ بأن الصحفيين المبحوثين على مستوى ثقافي لا بأس به مما يسمح لهم باتخاذ مواقف صحيحة نحو موضوعنا.

جدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل الصحفي

النسبة المئوية %	التكرار	الأقدمية في العمل الصحفي
39.42	41	أقل من 05 سنوات

44.23	46	من 05 - 10 سنة
15.39	16	من 10 - 20 سنة
0.96	01	20 سنة فما فوق
%100	104	∑

من خلال هذا الجدول يتضح أن فئة الصحفيين الذين لديهم خبرة في العمل الصحفي من 05 - 10 سنوات هي التي سجلت أكبر نسبة وبلغت 44.23 %، بينما سجلت فئة الأقل من 05 سنوات نسبة 39.42 %، و 15.39 لذوي أقدمية من 10 - 20 سنة، في حين جاءت فئة 20 سنة فما فوق في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.96 %

نستخلص من هذا أن غالبية الصحفيين المبحوثين هم قليلو الخبرة في المجال الإعلامي وهذا ما سيؤثر سلباً على توجهاتهم نحو عبارات مقياس الإتجاه.

جدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عامل الرتبة في الصحافة

النسبة المئوية %	التكرار	الرتبة في الصحافة
57.69	60	صحفي محرر
8.65	9	صحفي مبتدئ
7.69	8	مراسل صحفي
7.69	8	رئيس تحرير
3.85	4	رئيس القسم الرياضي
3.85	4	رئيس القسم الوطني
3.85	4	رئيس القسم المحلي والمراسلين

0.96	1	رئيس تحرير الموقع الإلكتروني
3.85	4	صحفي محقق
1.92	2	صحفي مصور
% 100	104	Σ

يوضح لنا الجدول رقم 07 والممثل لعامل الرتبة في الصحافة أن نسبة الصحفيين المحررين تبلغ 57.69 %، تليها فئة الصحفيين المبتدئين بنسبة 8.65 %، ثم فئة المراسلين التي سجلت 7.69 % مناصفة مع رؤساء التحرير، ثم تأتي فئة رؤساء الأقسام الرياضية والوطنية والقسم المحلي والمراسلين بنسبة 3.85 %، إضافة إلى فئة الصحفيين المحققين بنفس النسبة، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت فئة الصحفيين المصورين بنسبة 1.92 %، وأخيرا وبتكرار واحد سجلت فئة رؤساء تحرير المواقع الإلكترونية نسبة قدرها 0.96 %.

ويمكن القول أن أغلبية الصحفيين المبحوثين هم صحفيين محررين عاديين ينتمون لمختلف الأقسام الرياضية والثقافية والوطنية والاقتصادية والمحلية

1-10- أدوات البحث:

نجاح أي بحث يقوم أساسا على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكم أكبر في الأدوات المسخرة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها للمنهج المستخدم في الدراسة وتعتبر الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث التي تمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين" (25)

وتستدعي دراستنا استخدام أدتين متمثلتين في أداة قياس الاتجاه وتطبق عن طريق الاستبيان وكذا المقابلة.

1-10-1- قياس الإتجاه: ويتم عن طريق استمارة كتابية تعرف بأنها الأداة التي من خلالها يمكن التعرف على آراء وأفكار المبحوثين حول موضوع البحث، وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع" (26) ويستهدف هذا الاستبيان التعرف على جملة المعارف والشحنة العاطفية التي تكونت لدى الصحفيين وكذا الأحكام القيمة التي يصدرها هؤلاء تجاه الصحافة الإلكترونية و استخدامنا مقياس ليكرت لقياس اتجاه الصحفيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية لكونه أكثر المقاييس ملائمة لهذه الدراسة حيث "يبني هذا المقياس على أساس المعيار المتدرج ذي البعد الثابت أي وجود درجات معيارية ذات أبعاد مكانية أو زمانية أو مادية ثابتة ومتسلسلة بشكل منتظم، والهدف الأساسي من هذا المقياس هو تحديد اتجاه آراء الأفراد المراد قياسها" (27) وسنعطي أكثر تفصيلات حول هذا المقياس، فقد حاول ليكرت أن يضع مقياساً يتغلب فيه على الصعوبات التي أثارها مقياس ثرستون وجتمان ويحقق في نفس الوقت درجة عالية من الإتساق الداخلي والثبات، كما يسهل تطبيقه، حيث أن الأساس في تقدير الوزن لكل عبارة هو المبحوث ذاته، ومنه يمكن تقدير الإتجاه وشدته بناء على أوزان هذه العبارات.

1- "يبدأ إعداد المقياس باختيار عدد من العبارات التي تصف الخاصية أو السمة وتعتبر عن مختلف الآراء نحو هذه الخاصية في موضوع الإتجاه.
2- توضع العبارات على مقياس يبدأ بأعلى درجات التأييد وينتهي بأعلى درجات المعارضة، ويحدد لكل منها درجة أو وزن يبدأ من أعلى الدرجات تنازلياً حتى أقلها" (28) ولنعطي أمثلة على ذلك:

- الإنترنت ضرورية في العمل الصحفي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

- لم تتجج الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية جديدة في الجزائر.

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

بشدة

والمثاليين السابقين يشيران إلى أن وضع العبارات على المقياس لا يعني أن تكون كلها عبارات إيجابية ليكون التأيد هو الدرجة أو الوزن الأعلى، ولكن يفضل أن يكون هناك عدد مساو من العبارات السلبية التي تعطى للاعتراض عليها الوزن الأكبر وتحقق ثباتا عاليا للمقياس من جانب، وتتيح الفرصة الأوسع للمقياس في وصف الخصائص أو السمات أو المحددات من جوانب متعددة.

"3-يقدم المقياس إلى المبحوث ليحدد استجابته نحو أحد التقديرات المذكورة أمام كل عبارة، يوضع علامة (x) أمام الفئة التي نوضح درجة موافقتهم أو عدم موافقتهم عليها، ثم تحسب درجة كل فرد عن طريق جمع درجات استجابته على كل العبارات، بحيث تكون أعلى الدرجات للاتجاهات الإيجابية وأقلها للاتجاهات السلبية.

4- يتم تقدير كل خاصية من خلال حساب متوسط الأوزان الخاصة بالعبارات التي تشير إلى هذه الخاصية (عدد العبارات خمسة) مثال: $3.2 = 5:2+2+3+5+5$.
5- يتم تقدير اتجاه الفرد وشدته من خلال متوسط أوزان كل خاصية من خصائص الإتجاه.

فإذا كان عدد الخصائص أو السمات التي يتم بحثها في موضوع الإتجاه 10 خصائص على سبيل المثال في كل خاصية 5 عبارات تم حساب أوزانها بالطريقة السالفة الذكر، فإنه يمكن

تقدير الإتجاه وشدته بحساب متوسط مجموع الاتجاهات في كل خاصية
مثال: شدة إتجاه الفرد = $3.5 + 4.2 + 3.6 + 4 + 5 + 3.2 + 2 + 2.5 + 1.5 = 10 : 3.25$

مؤيد

وإذا كانت العبارات تصف الإتجاه بصفة عامة دون تحديد الخصائص المعينة لموضوع الإتجاه، فيتم تقدير الإتجاه من خلال متوسط الأوزان الخاصة بمجموع العبارات على المقياس" (29) وهكذا يتم تقدير الإتجاه وكثافته لمجموع المبحوثين بتقدير متوسط مجموع الأوزان الخاصة بكل فرد من أفراد العينة.

-وقد أكدت التجارب التي أجريت في هذا المجال، على تفضيل هذه الطريقة، نظرا لسهولةا ولأنها تكون في العادة ذات درجات ثبات عالية ولأنها أيضا تبين بدقة درجة إتجاه الأفراد نحو المشكلة.

- "تلاحظ على هذا المقياس أن وضع درجات معيارية متدرجة بين السلب والإيجاب وهذا أول إختلاف بينه وبين مقياس كتمان الذي يأخذ إتجاهها واحدا (إما السلب فقط أو الإيجاب فقط) ولا توجد بينهما درجات معيارية يستطيع المبحوث أن يجيب بلا أو نعم، بينما في مقياس ليكرت تكون هناك درجات معيارية بين القطبين المختلفين بحيث يستطيع المبحوث الإجابة على السؤال الذي لا يتفق معه لكن بدرجة أقل" (30).

وفي بحثنا هذا سنوظف مقياس ليكرت الخماسي والمتدرج بين الموافقة بشدة حتى عدم الموافقة بشدة مرورا بدرجة الحياد.

تتشكل استمارة قياس الاتجاه من سبعة أقسام موزعة كالآتي :

- القسم الأول: وشمل الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية وتضمن سبعة أسئلة أردنا من خلالها معرفة خصائص العينة المدروسة.

- القسم الثاني: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الأول من الفرضية الأولى (ضعف المهارة التقنية) وضم 08 عبارات، من العبارة 8-15.

- القسم الثالث: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثاني من الفرضية الأولى (هيمنة التسلية) وضم 05 عبارات، من العبارة 16-20.

- القسم الرابع: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثالث للفرضية الأولى (التشبث بالصحافة الورقية) وضم 10 عبارات، من العبارة 21-30.

- القسم الخامس: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الأول من الفرضية الثانية (قراءة غير منتظمة للصحافة الإلكترونية) وضم 09 عبارات، من العبارة 31-39.

- القسم السادس: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثاني من الفرضية الثانية (قراءة للصحف الإلكترونية الغربية للضرورة) وضم 07 عبارات، من العبارة 40-46.

- القسم السابع: وشمل الأسئلة الخاصة بالمؤشر الثالث للفرضية الثانية (مقاومة انتشار الصحافة الإلكترونية بالجزائر) وضم 06 عبارات من العبارة 47-51.

ولدى تصميم هذا المقياس راعينا التوازن بين العبارات السلبية والعبارات الإيجابية بحيث توجد 23 عبارة إيجابية تتمثل في كل من العبارات التالية: 08-11-14-15-

18-19-20-22-23-24-25-26-27-28-29-41-42-43-44-

45-46-50-51.

وبالموازاة من ذلك توجد 22 عبارة سلبية وهي: 9 - 10 - 12 - 13 - 16 - 17 - 21 - 23 - 31 - 32 - 33 - 34 - 35 - 36 - 37 - 38 - 39 - 40 - 47 - 48 - 49.

1-10-2-المقابلة: استخدمناها من أجل جمع البيانات المتعلقة بجزء من الحقائق المطلوبة للبحث، وذلك بسؤال ذوي الخبرة وكذا بالتعرض للمصادر والمراجع البشرية ذات العلاقة بالمشكلة "وهي ذلك التفاعل اللفظي بين الباحث والمبحوث لتحقيق هدف معين" (31).

التهميش:

- (1) محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلانية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 259.
- (2) سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن، ص 335.
- (3) نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص 5.
- (4) سعيد غريب: الصحيفة الإلكترونية والورقية (دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر-ديسمبر 2001، ص 213.
- (5) محمد نصر: الانترنت والإعلام.. الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003، ص 4.

- (6) محمد عبد الحكيم محمد: التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة (دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية)، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا)، القاهرة، أكاديمية أخبار اليوم، أبريل، 2003، ص4.
- (7) سمير محمود: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص44.
- (8) محمود علم الدين: تكنولوجيا الإتصال وصناعة الإتصال الجماهيري، العربي للنشر و
- التوزيع، القاهرة، 1990، ص90.
- (9) مجلة المعلوماتية الإلكترونية: تم الإطلاع عليها بتاريخ 2007/11/26 .
- (10) سعيد غريب النجار: تكنولوجيا الإتصال في العصر الرقمي، الدار اللبنانية المصرية القاهرة، 2002، ص، ص233-234.
- (11) هوارد براين: ثورة النشر المكتبي، مجلة رسالة اليونسكو، أغسطس 1992، ص17.
- (12) رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص67.
- (13) محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، جانفي 2005، ص104.
- (14) أحمد الشامي، سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988، ص45.
- (15) محمود علم الدين: مرجع سابق، ص138.
- (16) المرجع السابق، ص138.
- (17) نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، عدد 184، الكويت

- المجلس للثقافة والفنون، 1999، ص15.
- (18) محمد زيان عمر: البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983، ص188.
- (19) محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، ط1، 2002، ص78.
- (20) أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص، ص286-287.
- (21) محمد شلبي: المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم، المناهج، الإقترايات والأدوات)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286.
- (22) ناصر ثابت: أضواء على الدراسة، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 1984، ص68.
- (23) محمد زيان عمر: مرجع سابق، ص282.
- (24) عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (دراسات ميدانية-تحليل محتوى-عينات)، دار الفكر العربي، القاهرة
- ط1، 1993، ص143.
- (25) إحسان محمد حسين: الأسس العلمية للبحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1982 ص57.
- (26) عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، بيروت، 1982، ص57.
- (27) معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004، ص260.
- (28) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، ط2، 2004، ص343.
- (29) مرجع سابق، ص، ص327-328.

(30) معن خليل عمر، مرجع سابق، ص، ص266-267.

(31) محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة،

ط1، 1976 ص227.

الفصل الثاني: الوظيفة كمنظور لتحليل الصحافة الإلكترونية

1-2 مفهوم الوظيفة.

1-2-2-1- منظور التحليل الوظيفي.

1-2-2-2- استخدام النظرية الوظيفية في دراسات الإتصال.

2-2 تطور الفكر الوظيفي.

1-2-2-1- الوظيفة المطلقة (مالينوفسكي برونيسلو).

1-2-2-2- الوظيفة النسبية (روبرت ميرتون).

1-2-2-3- الوظيفة البنائية (تالكوت بارسونز).

2-3 وظائف وسائل الإعلام.

1-3-2-1- وظائف وسائل الإعلام في المجتمع.

1-3-2-2- وظائف وسائل الإعلام التي تحققها للفرد.

2-4 الصحف الإلكترونية من وجهة نظر وظيفية.

2-4-1 نظرية الإستخدامات و الإشباعات.

2-4-2- نظرية نشر الأفكار المستحدثة.

2-1 مفهوم الوظيفية:

كانت الوظيفية تتمتع برواج في علم الاجتماع منذ الأربعينيات حتى منتصف ستينات هذا القرن، وقد ظلت لأكثر من ثلاثين عاما تحظى بأوسع انتشار بين النظريات الاجتماعية، وفي هذه النقطة سنتناول مفهوم المنظور الوظيفي بالتحليل وكذا جذور هذه النظرية واستخداماتها في دراسات الإعلام والاتصال.

2-1-1 منظور التحليل الوظيفي:

"يهتم مفهوم الوظيفية functionalism بتحليل العلاقة بين النظام ككل والوحدات المكونة لهذا النظام organs وترجع جذور هذا المصطلح إلى العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية ففي علم البيولوجيا مثلا يعتبر جسم الإنسان نظاما كليا يحتوي على مجموعة من الأعضاء ويقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل ويرتبط كل عضو أيضا بالأعضاء الآخرين داخل النظام"(1)

إذا ما أسقطنا هذه المرجعية البيولوجية على المجتمع نجد ان مفهوم الوظيفية في النظام الاجتماعي يحتوي على مجموعة من الوحدات، والتي تمثل في مجملها، الفرد أو المؤسسة بشتى أنواعها، وتمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة داخل بناء ما وينتج عن هذه الأنشطة مجموعة من الوظائف، فمثلا قد تؤدي الأخبار التي تنقلها وسيلة إعلامية ما إلى زيادة معلومات الفرد، ومعرفته للحقائق وتحقيق الترابط الاجتماعي ومن ناحية أخرى قد تؤدي هذه الأخبار المنقولة من طرف وسائل الإعلام إلى آثار غير مرغوب فيها أي إلى ما يسمى بالاختلال الوظيفي (كالاضطرابات والخوف والقلق).

ويركز منظور التحليل الوظيفي حسب مكاوي طبيعة البناء المجتمعي، وكيف تعمل الوحدات داخل النظام العام، ويمكن النظر إلى النظام العام على نطاق واسع باعتبار المجتمع هو النظام الشامل، أو على مستوى ضيق بحيث تكون الوسيلة الإعلامية ومحتواها هي النظام العام وفي كلتا الحالتين يربط التحليل الوظيفي بين التفاعلات التي تحدث فيما بين وحدات النظام، وأثر هذه التفاعلات على النظام ككل.

" إن الوظيفية كما ذكرها العلماء الوظيفيون هي الدور الذي يلعبه الجزء في الكل ، أي النظام في البناء الاجتماعي الشامل، أي أن درجة الاستمرار والإطراء في البناء هي التي تحقق

وحدته وكيانه ولا يمكن أن تتم إلا بآداء وظيفة هذا البناء، أي حركة الديناميكية المتمثلة في الدور الذي يلعبه كل نظام أو نسق في داخل البناء" (2)

إذن يقصد بالوظيفية في البناء هي تلك التي تحقق التساند والتكامل، بين جميع أجزائه بحيث لا يصبح للنسق أو البناء الاجتماعي معنى إذا تم فصله عن نظام ما.

ومن التعريفات الشهيرة للوظيفية تلك التي قدمها ميرتون، حيث قال : "إنها تلك النتائج أو الآثار التي يمكن ملاحظتها والتي تؤدي إلى تحقيق التكيف والتوافق في نسق معين" (3)

والوظيفية هنا قد تكون ظاهرة أو كامنة، أي ليس بالضرورة أن يكون لكل ظاهرة وظيفة مقصودة وواضحة، ولذلك على الباحث الاجتماعي أن يبحث عنها من خلال الأنشطة الاجتماعية.

ويعتبر بارسونز مفهوم الوظيفية أساسيا لفهم أي نسق من الأنساق الاجتماعية، فالوظيفية تمثل النتيجة المنطقية لمفهوم النسق، وهي توضح طبيعته وتعمل على تكييفه مع بيئته، ورغم تعدد آراء العلماء حول مفهوم الوظيفية إلا أنهم يجمعون فيها بينهم على بعض القضايا التي تشكل في جملتها الصياغة النظرية للوظيفية، وقد حصر فاندن برج هذه المفاهيم في 6 قضايا هي (4).

1- النظرة الكلية للمجتمع باعتباره نسق يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة.

2- رغم أن التكامل لا يكون تاما على الإطلاق إلا أن الأنساق الاجتماعية تخضع لحالة من التوازن الديناميكي.

3- أن التوازن والانحرافات والقصور الوظيفي يمكن أن يقوم داخل النسق.

4- يحدث التغير بصفة تدريجية تلاؤمية.

5- يأتي التغير من مصادر ثلاثة تتمثل في تلاعب النسق وتكييفه والنمو الناتج، عن الاختلاف الوظيفي والتجديد والإبداع.

6- العامل الأساسي في خلق التكامل الاجتماعي يتمثل في الاتفاق على القيم.

لما نتعرض للوظيفية بالدرس والتحليل علينا أن نأخذ بعين الاعتبار أن لهذه النظرية جذور إبستمولوجية ومعرفية تسبق تحول الوظيفية إلى نظرية، ولما نبحت عن الجذور فإننا في الواقع نقوم بمقاربة للوظيفية كمفهوم قبل أن نقف عليها كنظرية هذه الجذور المعرفية نجدها لدى علماء الاجتماع الأوائل أمثال سان سيمون وأوجست كونت وإميل دوركايم ومارسيل موس وحتى كارل ماركس وماكس فيبر وهي في وضعها هذا لا تعدو أن تكون مجرد مقاربة ولكنها قابلة للارتقاء إلى مستوى النظرية. غير أننا سنركز على الوظيفية المعاصرة وأهم روادها من علماء الاجتماع الأمريكي المعاصرين أمثال: "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون" و"مالينوفسكي" من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين الذين امتدت آرائهم حتى نهاية السبعينيات من القرن العشرين.

2-1-2 استخدام النظرية الوظيفية في دراسات الاتصال:

تستفيد دراسات الاتصال من منظور التحليل الوظيفي في علاج مشكلة من المسؤول عن تحديد ذوق الجمهور، هل هو محتوى وسائل الإعلام؟ أم أن الذوق هو الذي يحدد محتوى وسائل الإعلام؟

" وهنا يبدأ التحليل بمشاهدة الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاما اجتماعيا يعمل ضمن نظام خارجي معين (أي مجموعة الظروف الثقافية والاجتماعية)، ويركز التحليل الوظيفي على ظاهرة متكررة (مجموعة من السلوك) ولتكن محتوى الذوق الهابط داخل النظام (الوسيلة الإعلامية) .

ويسعى التحليل الوظيفي إلى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار وبقاء النظام ككل، وقد يكون لهذه الظاهرة تأثير إيجابي فيقال إنها "وظيفية" وقد يكون لها تأثيرا سلبيا فيقال "إن لها اختلالا وظيفيا"(5)، والتحليل هو استراتيجية ترمي إلى استنباط أو تحديد افتراض يمكن اختباره تجريبيا من خلال الدراسات المقارنة أو طرق البحث المناسبة.

" لقد طرحت هذه النظرية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والإعلام، بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي والتي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي، كما تركز على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة ايجابية أو سلبية وكذلك تحليل مظاهر الخلل الوظيفي كما وضع ذلك روبرت ميرتون"(6).

" كما جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من جهة، وإجراء الدراسات الميدانية من جهة أخرى، وذلك بهدف التعرف على الخصائص والسمات العامة لوسائل الاتصال الجماهيري ، ، في نفس الوقت اهتم الكثير من علماء الوظيفية لتحليل الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري وتشكيل الوعي الفردي والجماعي، ونمو السلوك، والاتجاهات الطبقية والسلالية والعنصرية، ومفاهيم الحرية والديمقراطية وغيرها من تشكيل عناصر الرأي العام في المجتمعات الغربية والنامية"(7)

يعني أن هذه النظرية تهدف إلى معرفة سمات الوسيلة الإعلامية في ظل تزايد أهمية هذه الأخيرة وتشكيلها لجزء جد هام من نمط الحياة الثقافية والاجتماعية والسياسية في كافة المجتمعات.

2-2 تطور الفكر الوظيفي:

إن ظهور المدرسة الوظيفية عند بعض رواد علماء الاجتماع الغربيين مالمبث أن انتقل إلى العالم الجديد وبالتحديد المجتمع الأمريكي فيما بين الخمسينيات 1956م من القرن العشرين، إذ أصبحت المدرسة السوسولوجية تتمتع بسلطة لا تضاهي في هذه

الفترة بالذات، ومن أبرز هؤلاء العلماء مالينوفسكي، روبرت ميرتون، وتالكوت بارسونز.

2-2-1 الوظيفة المطلقة (مالينوفسكي برونيسلو):

يعتبر مالينوفسكي أحد علماء الأنثروبولوجيا، كما يعتبر من أعلام الإتجاه الوظيفي الحديث وله إسهامات متميزة لعل من أكثرها انتشارا النظرية الوظيفية للثقافة ثم نظريته في في النظم والحاجات.

وقد تمثل إسهام مالينوفسكي في النظرية الوظيفية في طرحه لتوجه نظري يقوم على فرضية مفادها أن جميع السمات الثقافية تشكل أجزاء مقيدة للمجتمع الذي توجد فيه "ويرى أن ثقافة أي مجتمع تنشأ وتتطور في إطار اشباع الاحتياجات البيولوجية للأفراد وحصرها في التغذية والإنجاب والراحة البدنية والأمان والاسترخاء، ويرى مالينوفسكي أن الثقافة هي ذلك الكل من الأدوات وطبائع الجماعات الاجتماعية والأفكار الإنسانية والعقائد والعادات التي تؤلف في مجموعها الجهاز الذي يكون فيه الإنسان في وضع يفرض عليه أن يكيف نفسه مع هذا الجهاز الذي يكون فيه الإنسان في وضع يفرض عليه أن يكيف نفسه مع هذا الجهاز الكلي لكي يحقق حاجاته الضرورية" (8)، معنى هذا أن كل نمط ثقافي وكل معتقد ديني أو موقف من المواقف يمثل جزءا من ثقافة المجتمع يؤدي وظيفة في تلك الثقافة، أي أن كل ثقافة تعتبر كيان كلي وظيفي متكامل ويشبهها مالينوفسكي بالكائن الحي، بحيث لا يمكن فهم أي جزء منها إلا في ضوء علاقته بالكل، وأن الوظيفية التي يؤديها بعناصر الثقافة الأخرى، أي أن الثقافة تدرس كما هي موجودة بالفعل وليس من الضروري أن يبحث في تاريخ نشأتها وتطورها.

" كما يرى مالينوفسكي أنه لا يمكن تعريف الوظيفية إلا بإشباع الحاجات عن طريق النشاط الذي يتعاون فيه الأفراد ويستخدمون الآلات ويستهلكون ما ينتجونه" (9)، أي أن البشر عليهم أن يشبعوا حاجاتهم الضرورية التي تؤهلهم للبقاء، ومن بينها الحاجات الثقافية وفي كل مجتمع نرى أنواعا من الاستجابات الثقافية لكل تلك الاحتياجات.

يلاحظ أن مالينوفسكي سعى لتحقيق بعض الغايات من خلال ما نشره ويمكن أن يكون من بين تلك الغايات التأكيد على رأيه القائل بأن مظاهر الثقافة لا يمكن دراستها

في ذاتها، أي بمعزل عن الغايات التي تسعى لتحقيقها، بمعنى أنه يجب على الباحث فهمها في حدود استخداماتها فالقارئ مثلا عند جماعات التروبرياندا لا يعد في حد ذاته أكثر من مجرد قطعة مادية، لكنه مصنوع لعدة أغراض، ولكل خطوة من خطوات صناعته طقوسها الخاصة بها وإن تلك الطقوس والاعتقادات لا تكمن في مجرد خطوات صناعة القارب، وإنما حتى استخدامه في الإبحار وفي مجابهة الأخطار وفي نجاح التجارة وما إلى ذلك.

" لقد كان لتركيز مالمينوفسكي على دراسة الواقع الذي يخضع للملاحظة المباشرة ومحاولة الكشف عن العلاقات المتبادلة بين الظواهر الموجودة بالفعل أثره الواضح في انكاره أهمية التاريخ في الدراسات الوظيفية ورفضه لفكرة المخلفات والرواسب الثقافية " (10)، لأن كل ثقافة في نظرة هي عبارة عن كل متكامل ومستقل بذاته، كما أن كل عنصر فيها يؤدي دورا معيناً ويساعد بطريق أو بأخر على إشباع إحدى الرغبات البشرية الأساسية.

2-2-2 الوظيفية النسبية (روبرت ميرتون):

يعد مقال روبرت ميرتون « toward the condification of functional analyses in sociology » نقد وجه للبنى الوظيفية في علم الاجتماع ومحتواه تمثل في نقد ثلاث مسلمات يتصف بها التحليل الوظيفي :

2-2-2-1 الوحدة الوظيفية للمجتمع : وترى هذه المسلمة أن كل العقائد والممارسات الثقافية والاجتماعية تؤدي وظيفية واحدة لكل من الأفراد والمجتمع، كما تعتقد أن أجزاء النسق الاجتماعي تتمتع بدرجة عالية من التكامل، وفي هذه النقطة بالذات يشير ميرتون إلى صحتها ولكن بالنسبة للمجتمعات البدائية الصغيرة وليس بالنسبة للمجتمعات الكبيرة والمعقدة، لذلك ينبغي عدم تعميم هذه المسلمات.

2-2-2-2 الوظيفية الشاملة: تعني هذه المسلمة أن كل الأشكال والبنى الثقافية والاجتماعية في المجتمع تقوم بوظائف ايجابية، ويرى ميرتون أن هذا قد يكون مخالفا لواقع الحياة، إذ ليس بالضرورة أن تكون كل بنية أو تقليد أو عقيدة تتصف بوظائف ايجابية، ومن واقع المجتمعات العربية فإن فكرة الوحدة العربية على سبيل المثال ربما لا تصمد في بعض الأحيان أمام الفكرة الوطنية التي تسعى إلى إبراز الهوية القطرية

على حساب الهوية القومية وكذلك الأمر ينطبق على فكرة الوحدة الإسلامية حيث يبدو الدين يلعب دورا وظيفيا متفاوتا بين الشعوب العربية والإسلامية.

2-2-2-3 ضرورة وجود الأجزاء: ترى هذه المسلمة أن الأجزاء المكونة

للمجتمع لا تقوم بوظائف ايجابية فحسب بل هي تمثل عناصر ضرورية لعمل المجتمع ككل. وهذا يعني أن البنى الاجتماعية والوظائف الضرورية بالنسبة لمسيرة المجتمع الطبيعية، أي أنه ليس هناك بنى ووظائف أخرى قادرة على القيام بمسيرة المجتمع كالوظائف القائمة الآن ، وحسب ميرتون المتأثر بأستاذه بارسونز لا بد من الاعتراف بوجود عدة بنى ووظائف داخل نفس المجتمع"(11).

نستنتج من هذا النقد أن ميرتون يطمح لإيجاد نظرية امبريقية متوسطة أكثر شمولية وأقدر على تفسير الأحداث من الوظيفية التقليدية التي يعتبرها جزئية وسطحية وغير قادرة على التفسير، بحيث يرى ميرتون أن المسلمات الثلاثة السابقة لا تستند إلى معطيات امبريقية بقدر ما هي مجرد أفكار وأنساق نظرية بحثه في حين أن واجب عالم الاجتماع فحص مدى مصداقية كل منها امبريقا لأن الاختبار الإمبريقي وليس المقالات النظرية هو الذي يمكن التحليل الوظيفي من التوصل إلى إرساء منظور أو باراديغم يكون بمثابة مرجع لتكامل النظرية مع البحث الأمبريقي.

لذلك يرى ميرتون أن التحليل الوظيفي ينبغي أن يدرس ظواهر محدودة مثل الأدوار الاجتماعية، الأنماط المؤسسية، العمليات الاجتماعية، البنية الاجتماعية ومن الواضح أنه أولى أهمية للدراسات الإمبريقية في النظرية الوظيفية بدلا من التركيز على الدراسات الامبريقية لظواهر محدودة كجنوح الأحداث، كما أن ميرتون، فرق بين "الدور" الذي يعالج فكرة الصراعات في المجتمع ويزداد تنوعا وتخصصا في المجتمعات المعقدة وبين الوظيفية فالفرد مثلا يمكن أن يؤدي أدوارا معقدة ومتخصصة ولكنه يعجز عن القيام بكل الوظائف، لهذا تبرز فكرة التخصص في الأدوار عوضا عن القيام بشتى الوظائف.

" إذا استعرضنا وجهة نظر ميرتون حول تاريخ التحليل السوسولوجي نجد أنه يؤكد على أن الوظيفية قد قامت بمزج فكر ماركس مع فكر دوركايم منذ الثلاثينيات ومن ثم يرى أن التحليل البنيوي في علم الاجتماع يشمل حشدا من الأفكار المستمدة

أساسا من دوركايم وماركس وعلى النحو أكثر إيجازا فإن النموذج الذي اقترح للتحليل الوظيفي في الثلاثينيات ونشر عام 1948م، يلفت الإنتباه إلى تداخل وليس إلى تطابق هذه الإتجاهات النظرية" (12).

نفسر ذلك من خلال إبراز المفاهيم الرئيسية "للتناقضات" لدى ماركس و"الاختلال الوظيفي" لدى دوركايم.

العوق الوظيفي (الاختلال الوظيفي) : " يؤمن ميرتون بأن العناصر الاجتماعية يمكن أن تكون لها انعكاسات سلبية، ولإصلاح هذا السهو الخطير في النظرية الوظيفية لجأ ميرتون إلى استعمال مفهوم الاختلال الوظيفي إذ يرى ميرتون أن البنى والتنظيمات الاجتماعية مثلما تساهم في الحفاظ على الأجزاء الأخرى للنسق الاجتماعي للمجتمع مثلما يمكن أن تكون لهما انعكاسات سلبية أيضا" (13).

مثال: كان للنظام العبودي في الوم.أ أثارا ايجابية على المواطنين البيض لا سيما فيما يتعلق بتوفير الأيدي العاملة الرخيصة التي ساعدت على تحسين اقتصاد القطن وحسنت من المكانة الاجتماعية للبيض، غير أن لهذه الميزة العنصرية أثارا سلبية جعلت السكان الجنوبيين في الولايات المتحدة الأمريكية يعتمدون كثيرا على الإقتصاد الزراعي مما أبقاهم غير مؤهلين لتقبل التصنيع، فالفرق بين سكان الشمال وسكان الجنوب الأمريكي يمكن إرجاعه إلى العوق الوظيفي للنظام العبودي في الجنوب، ففي حين أدى النظام العبودي وظيفة النموالاقتصادي والاجتماعي في الشمال نراه أعاق عملية التقدم الاقتصادي في الجنوب.

ونفس المثال يطبق على الصحافة الالكترونية، ففي نفس الوقت تؤدي وظيفة سرعة الانتشار بين الجمهور المتلقي نظرا للتكنولوجيات العالية التي تتميز بها، نراها تؤدي إلى انحسار الرقابة عليها، نظرا لغياب الإطار القانوني لها، وهذا يؤدي إلى اختلال في وظيفتها الأساسية.

لقد قسم ميرتون الوظائف في المجتمع إلى نوعين :

// وظائف ظاهرة : وهي التي ترمي إلى تحقيقها التنظيمات الاجتماعية

ب/ وظائف غير ظاهرة: وهي التي لا تأخذ التنظيمات الاجتماعية بالحسبان تحقيقها أو العمل لأجلها، كأن تمارس الجامعة وظائف سياسية أو اقتصادية أو تمثل فضاءات اجتماعية للتسلية والترفيه.....إلخ.

" يحاول ميرتون أن يضع بصورة مفصلة افتراضات أساسية للتحليل الوظيفي، تتلخص بما يلي:

- أن لكل عنصر أو جزء في كل، وظيفة أساسية مرتبطة به وقد يكون هذا الكل نظاما اجتماعيا أو ثقافيا.

- تأخذ الوظيفية المتعلقة بكل جزء أو عنصر شكلا ظاهرا أو كامنا.

- أن كل العناصر ضرورية بالنسبة إلى المنظومة، بصرف النظر عن طبيعة وظيفتها

وبذلك تقوم النظرية الوظيفية حسب رأي ميرتون على أساس الوحدة الوظيفية للمجتمع وضرورة العناصر الثقافية في تلك الوحدة، و إمكانية شمول التحليل الوظيفي للواقع الاجتماعي والثقافي" (14).

كما أولى ميرتون اهتماما خاصا بقضايا التنظيم والسلوك الاجتماعي للعاملين في إطاره وقد برز اهتمامه بذلك واضحا في مقال تحليلي له بعنوان (البناء البيروقراطي والشخصية) والذي حاول فيه أن يبرر كيفية تأثير القيم والمعايير على تصرف الموظفين وسلوكهم الاجتماعي ومنعسات ذلك على سير عمل التنظيم نفسه .

إن المستويات الرئاسية العليا في كل تنظيم كما يرى (ميرتون) تمارس أشكالاً مختلفة من الضبط، بغية تأكيد المحافظة على السلوك داخل التنظيم والتنبؤ به وضمان تحديد المسؤوليات والاختصاصات التي يحقق أي تنظيم من خلالها أهدافه وممارساته، وتقوم هذه الممارسات على إجراءات مقننة تتخذ باستمرار طابعا نظاميا ويترتب على ذلك ثلاث نتائج هي (15)

- 1- تضاؤل العلاقات الشخصية بين العاملين .
- 2- ازدياد استيعاب أعضاء التنظيم بصورة مستمرة لقواعده ومعاييره عن طريق ممارسة الضبط.

3- يعتمد التنظيم معايير أساسية جديدة في اتخاذ القرارات ويستخدم في سبيل ذلك مقولات محددة تختلف باختلاف درجة تطبيقها ودرجة ملاءمتها لسير التنظيم، ومع تحديد تلك المقولات ينخفض الاهتمام بالبحث عن البدائل، وتسهل عملية اتخاذ القرار .
نلاحظ أن التحليل (روبرت ميرتون) يتضمن إشارة إلى المفاهيم الأساسية التي يعتمد عليها في التحليل وهي المفاهيم المرتبطة بالوظائف الظاهرة مقابل الوظائف الكامنة، أو غير المتوقعة من جهة، والمعوقات الوظيفية من جهة ثانية، وأخيرا البدائل الوظيفية من جهة ثالثة.

فمن جهة أولى تؤدي الإجراءات المستمرة التي تتخذها سلطة المشرع، وفي إطار ممارستها لعملية الضبط إلى تحديد الاختصاصات، وتوزيع الوظائف على نحو يكفل التضامن بين النشاطات، وفي ذلك تكمن الوظائف الظاهرة للقواعد البيروقراطية، غير أنه تظهر إلى جانب ذلك وظائف لم تكن متوقعة، وهي تحول القواعد من وسائل لتحقيق أهداف نوعية محددة إلى أهداف بحد ذاتها وهذا ما يسميه ميرتون بإستبدال الأهداف. وتتجم عن ذلك من جهة ثانية معوقات وظيفية لهذه القواعد تكمن في تقديس السلوك وتصلبه الأمر الذي يحد من استجابة الأعضاء لمتطلبات عملهم، ويصبح التنظيم من جهة ثالثة مدفوعا للبحث عن بدائل وظيفية تضمن له صيرورة عمله.

2-2-3 الوظيفية البنائية (تالكوت بارسونز) :

يعد بارسونز أشهر عالم اجتماعي وظيفي في الولايات المتحدة الأمريكية والعالم الغربي على العموم، وعلى امتداد أكثر من نصف قرن من الكتابة والبحث استطاع بارسونز(*)، طبع علم الاجتماع بتحليلاته الوظيفية، وهو مثل ألن تورين وبيير بورديو وجاك بيرك ورون تتميز كتاباته بالأسلوب الصعب، في حين أن كتابات روبرت ميرتون هي الأسهل في علم الاجتماع.

ظهرت الإضافات التي قدمها تالكوت بارسونز بنمو وتطور النظرية البنوية الوظيفية في مؤلفيه: النسق الاجتماعي -نحو نظرية عامة للحدث، ذلك أن بارسونز يعد من قادة النظرية البنوية الوظيفية في القرن العشرين.

"وتكمن البنوية الوظيفية البارسونية في النسق أو النظام الاجتماعي الذي درسه بارسونز دراسة بنوية وظيفية، إذ أكد ذلك عن طريق الخطاب الذي ألقاه أمام الجمعية

الأمريكية للاجتماعيين عام 1947 عندما كان رئيسها إذ أشار إلى ضرورة إيجاد نظرية
بنبوية وظيفية تخدم ثلاثة

أغراض رئيسية هي :

*تحديد الضرورات الوظيفية للنظام الاجتماعي.

*تحديد المتطلبات الوظيفية للنظام.

*تحليل المجتمع إلى عناصره الأولية وفق نظرية تكامل الأنساق الثلاثة.

فالضرورات الوظيفية للنظام الاجتماعي هي:

-قابلية النظام على تكيف نفسه للأنظمة الأخرى وللبيئة الطبيعية التي يوجد فيها.

-تحقيق الأهداف الرئيسية للنظام.

-قابلية النظام على تحقيق الوحدة بين أعضائه.

-قدرته على المحافظة على الاستقرار والانسجام.

أما متطلبات الوظيفية للنظام الاجتماعي فهي:

-تحقيق وتهيئة الظروف الأساسية التي تساعد النسق الاجتماعي، على البقاء

والاستمرار والتطور، ومن هذه الظروف تنشئة الأطفال وتزويدهم بالقيم التي يعتز بها
المجتمع.

-وجود لغة مشتركة تساعد على التفاهم والاتصال بين الأفراد والجماعات

-طريقة توزيع الأدوار الاجتماعية على أبناء المجتمع أو الجماعة" (16)، يعني هذا

أن

لكافة النظم الاجتماعية كالدولة والأسرة والأحزاب السياسية، وظائف اجتماعية

مهمة تساعد النظام على تحقيق أهدافه وطموحاته وتنتج في توازن وتكامل أجزائه
البنبوية.

يمكن إيجاز أبرز أفكار بارسونز في مدخل الفعل ومدخل النسق كالآتي:

على الرغم من أن بارسونز كان يعتقد بأهمية "الفعل الاجتماعي" كنظرية اجتماعية

مهمة واعتبار الفعل هوسلوك إرادي، فإنه في منتصف الأربعينيات تحول مدخل الفعل

عنده إلى مدخل النسق، ففي الوقت التي كانت "وحدة الفعل" نقطة الانطلاق الأساسية في

كتابه "بناء الفعل الاجتماعي" أصبح النسق " الأمبريقي " و"البناء الاجتماعي" يمثلان

نقطة البدء في كتاب مثل (النسق الاجتماعي) حيث أكد بارسونز على تكاملية دافعية الفاعلين مع المستويات الثقافية المعيارية التي تعمل على تكامل نسق الفعل، بل يذهب أبعد من ذلك حين يربط الفاعل بالبناء الاجتماعي داخل إطار النسق الذي عرفه في ضوء منظور معاد للإرادية والطوعية

وتتمثل خلاصة أفكار بارسونز فيما يلي :

1-يعتقد بأن تواتر الفعل الاجتماعي يؤدي إلى ظهور النسق الاجتماعي أو النظام الاجتماعي الذي تجتمع عناصره من بعد ذلك في عملية التوافق أو التوحد المعياري أو الرمزي أو التوحد الثقافي.

2-إن سلوك الفرد الاجتماعي لا يصدر عن فراغ ولا من عقله أو رغبته الذاتية بل من تفاعله مع الآخرين.

3-درس بارسونز علاقة الذات الإنسانية أو الشخصية بالنسق الاجتماعي حيث اعتبر الشخصية نسقا للفعل تحدد وتعمل على استقراره وثباته .

4-ينظر بارسونز إلى "النسق" على أنه مجموعة من الوظائف، وفي النسق الواحد، تتجمع مجموعة من الوظائف، فتؤلف نظاما وهناك أربعة متطلبات وظيفية أساسية يجب على كل نسق اجتماعي أن يواجهها وهي المواءمة، تحقيق الأهداف، التكامل والكمون.

5-ناقش بارسونز علاقة التنظيم بالبيئة الخارجية من خلال تحليل ميكانيزمات إعداد وتعبئة الموارد التي يحتاجها التنظيم لتحقيق أهدافه، رابطا هذه الميكانيزمات بثلاث مجموعات من القرارات : قرارات سياسية وهي المتعلقة بالتنظيم وقرارات توزيعية تهتم بتوزيع المسؤوليات بين الأشخاص والتنظيمات الفرعية، وتوزيع الموارد، ثم قرارات التنسيق التي تحافظ على تكامل التنظيم.

يلاحظ أن صياغة بارسونز لمفهوم النسق الاجتماعي تجعله نسقا مغلقا يتمتع بقوة طبيعية خارقة تحفظ استقراره وذلك إما عن طريق الاعتماد على مفهوم النسق العضوي، أو بمحاولة التدايل على أن هناك حدودا بين النسق والبيئة وكل منها مغلق أمام الآخر.

إن تلك التصورات تفضي ببارسونز إلى رؤية المجتمع كنسق اجتماعي متكامل يقوم كل عنصر بنيوي فيه بوظيفة معينة للحفاظ على اتزان النسق واستقراره، ويثير

ذلك التصور عدة قضايا هامة بشأن التحليل الوظيفي بشكل عام، أو كما يقول جولدنر فإن هناك 3 أسئلة عامة جدا تترتب عن وجهة نظر التحليل النسقي عند بارسونز. "وكما يقول بارسونز فإن الخاصية الأكثر عمومية وأساسية لنسق ما هي الاعتماد المتبادل بين الأجزاء والمتغيرات ومن هنا تنشأ أسئلة بشأن طابع الاعتماد المتبادل، ثم تأتي ثانيا مشكلة المحافظة على النسق، فالأنساق قد تحتفظ بقدر من الاستقرار عن طريق عمليات تبادل عند الحدود، وعن طريق ميكانيزمات تعيد إليها توازنها حين يختل عند الحدود، وعن طريق ميكانيزمات تعيد إليها توازنها حين يختل هذا التوازن، ومن هنا يتحول جانب كبير من التحليل النسقي لبارسونز إلى أسئلة تنصب إما على طبيعة الاعتماد المتبادل للنسق أو طبيعة قوى الاستقرار النسقي، وثالثا وأخيرا فإنه يهمننا أيضا أن نعرف رأي بارسونز في التغيير النسقي أي في الطرق التي يمكن أن تتغير بها الأنساق سواء في ديناميتها الداخلية أو في بنيتها ككل" (18).

لعل هذه الأسئلة التي طرحها جولدنر لا يمكن الإجابة عليها إلا إذا أمعنا النظر في مفهوم الاختلال الوظيفي الذي سبق وأن أثرنا إليه عند ميرتون لمواجهة الانتقادات الموجهة للوظيفية ذلك أن الصياغة البارسونزية للوظيفية تميل إلى التركيز على استاتيكية البنية الاجتماعية وإغفالها دراسة التغيير البنيوي.

2-3 وظائف وسائل الإعلام:

إن المفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجيهين أساسيين: الأول يعنى أساسا بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور، والثاني يعنى أساسا بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور، أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام، ونتج الإتجاه الأول عن القول بالقدرة الهائلة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور والقدرة على الإقناع، وهذا القول بالغ إلى حد كبير في قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور وتحويل أرائهم إلى رأي القائم بالاتصال، وتمثل ذلك في النظريات التي ظهرت أثناء وبعد الحرب العلمية الأولى مثل نظرية الرصاصة، وعندما لاحظ الباحثون صعوبة التوصل

إلى نتائج محددة حول تأثير وسائل الإعلام، قادتهم هذه الملحوظات إلى ظهور الاتجاه البحثي الثاني الذي يعنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها ومحور هذا الاتجاه هو الإجابة على أسئلة هي : كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ وما دوافع تعرضهم لها؟ وما الاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها ؟ لذا اتجه الباحثون لدراسة ما يفعله الناس بوسائل الإعلام، بدلا من الاهتمام بما تفعله هي بالجمهور، ورغم ظهور اتجاهات حديثة تربط بين المدخل الوظيفي ومدخل تأثير وسائل الإعلام إلا أن المدخل الوظيفي منذ أن تبلورت أبعاده يكتسب أهمية كبرى في دراسة وسائل الإعلام الإلكترونية ومنها الصحافة الإلكترونية موضوع بحثنا وسنحاول في هذه الجزئية من بحثنا أن نتوقف بشكل مكثف عند وظائف وسائل الإعلام وإسقاطها على الصحافة الإلكترونية من خلال استعراض لأراء بعض الباحثين والعلماء:

2-3-1 وظائف وسائل الإعلام في المجتمع :

"يعد هارولد لاسويل Harold Lasswell، باحث الاتصال وأستاذ القانون في جامعة يال Yale من أوائل الباحثين الذين تناولوا وظائف وسائل الإعلام ودورها في المجتمع وقد ذكر ثلاث وظائف يمكن لوسائل الاتصال أن تقوم بها : مراقبة البيئة- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لهذه البيئة وكذا نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل، وقد أضاف تشارلز رايت وظيفية رابعة وهي التسلية.

ا/ مراقبة البيئة: يقصد بهذه الوظيفة أن وسائل الإعلام تمد الناس بالأخبار والمعلومات، وبهذا تحذرننا من الأخطار المتوقعة مثل الطقس السيء أو موقف عسكري خطر، إضافة إلى أحوال الاقتصاد القومي والعالمي وتجدر الإشارة إلى أنه قد توجد بعض الوظائف العكسية الخاصة بوظيفة مراقبة البيئة، قد تنتج عن قيام وسائل الإعلام بهذه الوظيفة (مراقبة البيئة)، مثل نشر الرعب في المجتمع بسبب التركيز الزائد على الأخطار التي تواجه المجتمع ويذكر كلا من لازرسفيلد وميرتون، وظيفية أخرى وهي التخدير، حيث تدفع أخبار مراقبة البيئة الجمهور إلى حالة اللامبالاة أو السلبية نتيجة المعلومات والأخبار الكثيرة التي تم نشرها.

ب/ ترابط أجزاء المجتمع كاستجابة للبيئة المحيطة: وتشمل هذه الوظيفة انتقاء وتفسير المعلومات عن البيئة المحيطة، فأحيانا تتضمن الرسائل الواردة في رسائل

الإعلام، بعض النقد وتضع بعض القواعد الخاصة بالسلوكيات التي يجب اتخاذها بشأن الأحداث الجارية، هذه الوظيفية تعزز الأعراف الاجتماعية وتحافظ على الإجماع بين أفراد المجتمع بعرض المنحرفين ومنح المكانة عن طريق إبراز بعض الأفراد في وسائل الإعلام وهم يراقبون الحكومة.

ج/ نقل التراث الاجتماعي: ويقصد بها وظيفة وسائل الإعلام في نقل المعلومات والقيم والأعراف من جيل إلى آخر، أو من أعضاء المجتمع إلى القادمين الجدد، وبهذا يزيد التماسك الاجتماعي عن طريق توسيع قاعدة الخبرة المشتركة، وتساعد وسائل الإعلام بهذا الأفراد على الاندماج في المجتمع عن طريق إكمال عملية التنشئة الاجتماعية.

د/ التسلية: وقد تعد هذه الوظيفة الأكثر وضوحاً في وسائل الإعلام حتى في الصحف المكتوبة، ناهيك عن التلفزيون والسينما، مما يساعد الناس على الهروب من المشاكل اليومية التي تواجههم، ويقتنع البعض بأن هذه الوسائل ترفع أذواق الجماهير، في حين يرى آخرون أنها تخفض أذواقهم وتشجع الهروب من المجتمع، وتعرفل نمو الفنون الراقية" (19).

نلاحظ أنه توجد وظائف عكسية بالنسبة للوظيفتين الثانية والثالثة اللتان أوردهما لاسويل، وهوانه ممكن أن ينشأ تهديد للاستقرار الاجتماعي والتحكم في الرأي العام، كما في الإمكان بقاء بعض الصور النمطية غير المحبذة لبعض الحكام، وبهذا يتم عرقلة التغيير الاجتماعي، ويتم حفظ السلطة وتقوية القائمين عليها بدلاً من محاسبتهم.

كما تنشأ وظيفة عكسية بالنسبة لنقل الثقافة تتمثل في عدم إمكانية وسائل الإعلام نقل واقع الجماهير وتركيزها على فئات محدودة وبالتالي تتم عرقلة النمو الثقافي لبعض الفئات.

هناك باحث آخر اهتم بوضع مفاهيم للوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام وهو (ماكويل دينيس) ويرى أن الوظائف هي :

1/ الإعلام : ويعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث.

ب/ تحقيق التماسك الاجتماعي: وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية.

ج/ تحقيق التواصل الاجتماعي: وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية، ، والنامية، ودعم القيم الشائعة.

د/ الترفيه : ويتمثل في تقديم التسلية، وتهيئة الراحة والاسترخاء، والقضاء على التوتر الاجتماعي.

ه/ التعبئة : وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية، خاصة في الأزمات" (20)

وبذلك فإن دينيس ماكويل حاول أن يقدم ملخصا لهاته الوظائف وتتمثل في الإمداد بالمعلومات، الإرتباط الاستمرارية والتسلية إضافة إلى التعبئة الاجتماعية.

لقد قدم كل من لازرسفيلد وميرتون ثلاثة وظائف أساسية لوسائل الإعلام وتتمثل في : منح المكانة- تعزيز الأعراف الاجتماعية ووظيفية التخدير العكسية وسنتناولها بشيء من الشرح :

"1/ اضعاء المكاة: ففي أي مجتمع يجب أن يكون هناك وسائل تضي شرعية على بعض الأفكار أو القضايا أو الناس أو المنظمات، وفي المجتمع المعاصر تقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة، فمناقشة موضوع ما من خلال هذه الوسائل يجعلها هامة لدى عدد كبير من الناس، ويجعل من الموضوع أكثر شيوعا بينهم.

ب/ تعزيز الأعراف الاجتماعية : يقترح لازرسفيلد و ميرتون أن وسائل الإعلام تقوم بدور إعادة تأكيد الأعراف الاجتماعية عن طريق عرض الانحرافات عن هذه الأعراف، إذ أن نشرها يؤدي إلى التوتر والذي يؤدي بدوره إلى التغيير .

ج/ وظيفية التخدير العكسية : أشار لازرسفيلد و ميرتون إلى الوظائف العكسية لوسائل الإعلام في المجتمع كما أشار إليها لاسويل، ولكنهما أشارا إلى التخدير بصفة خاصة بمعنى حالة اللامبالاة التي قد يشعر بها الجمهور نتيجة للسيل الهائل من الأخبار والمعلومات التي تغمرهم بها وسائل الإعلام والتي تعد أكثر من طاقتهم، والعديد ممن يقضون وقتا كبيرا في المعرفة عن القضايا لدرجة أننا لا يتبقى أمامنا سوى وقت قليل لنفعل أي شيء تجاه هذه القضايا" (21).

بالنسبة لوظيفة إضفاء المكانة قد يتم التركيز على موضوعات تافهة تجذب الناس عن القضايا المحورية والأساسية في حياتهم وبهذا تعد هذه الوظيفة عكسية، أما بالنسبة لتعزيز الأعراف الاجتماعية فمثلا إذا تكرر ظهور الصور المنافية للأخلاق والقيم الانسانية جراء تعذيب وتكثيف الشعب الفلسطيني على شاشات الجرائد الالكترونية، تتحول القضية إلى قضية رأي عام وتعزز هذه الوسيلة الإعلامية قيم المساواة بين الشعوب العربية وكذا التضامن والتكافل.

بعد استعراض هذه الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للمجتمع نود أن نشير إلى أن وظيفة التسلية تكاد تكون من أكثر الوظائف البارزة التي تهتم وسائل الإعلام بها لكننا نتساءل في موضوع بحثنا هذا إذا كان اهتمام الصحفيين الجزائريين بالانترنت والصحافة الالكترونية، بغرض التسلية بالدرجة الأولى أم لتحقيق وظائف أخرى ؟

2-3-2 وظائف وسائل الإعلام التي تحققها للفرد:

بعد العرض السابق لوظائف وسائل الإعلام الخاصة بالمجتمع، يمكننا أن نستنتج مثل هذه الوظائف قد تكون موازية للوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للفرد، ولذا في هذا الجزء سوف ننقل من زاوية أوسع للوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للمجتمع، إلى زاوية أضيق ونركز فيها على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ونلخصها في رؤية سامويل بيكر لوظائف وسائل الإعلام للأفراد والتي نراها أكثر شمولا، حيث يرى أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام قد يخدم هذه الوظائف:

"-الحصول على المعلومات : هذه المعلومات تعتبر جد هامة في حياتنا فهي تساعدنا في اتخاذ القرارات المختلفة لتجنب الكوارث الطبيعية مثلا، إضافة إلى أنها حسب بيكر تساعدنا في طريقة تفكيرنا وتشكل فهمنا للعالم المحيط بنا .

-تطوير مفهومنا عن الذات: وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة كما يلي:

-عن طريق استكشاف الواقع عن طريق وسائل الإعلام

-عن طريق تعزيز القيم الموجودة لدينا.

-عن طريق مساعدتها لنا في مقارنةنا بالآخرين.

-مساعدتنا في وظائفنا: فاستخدام المزارعين مثلا للتقارير الخاصة بالأسواق

وتقارير الطقس والمعلومات عن البذور الجديدة ستفيدهم في نطاق عملهم .

-تسهيل التفاعل الاجتماعي: حيث أن مضمونها قد يعد مادة خصبة للمحادثات مع الآخرين بناء على الأخبار والمعلومات التي نحصل عليها من رسائلها.

-المساعدة في التحرر العاطفي: أي تحقيق الاسترخاء والاستمتاع

-الهروب من التوتر والشعور بالاعترا ب

-المساعدة في تحقيق العادة اليومية للتعرض لوسائل الإعلام "(22): فوسائل

الإعلام تخدم وظيفة التعرض التوعدي لهذه الوسائل ومن خلال ما تقدم من مفاهيم وأراء يمكن الخروج بأهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام وهي :

-وظيفة الإخبار - وظيفة الإعلام والتعليم - وظيفة ترابط المجتمع - الترفيه -وظيفة الرقابة أو الرقيب العمومي - الإعلان والترويج - تكوين الآراء والاتجاهات - الوظيفة التنموية وأخيرا التنشئة الاجتماعية.

نستنتج مما سبق أنه عند دراسة المدخل الوظيفي لابد من التمييز بين محتوى وسائل الإعلام وخصائص الوسيلة نفسها، فهناك وظائف مرتبطة تماما بالمحتوى الذي تعرضه وسائل الإعلام وهناك وظائف أخرى مرتبطة ارتباطا وثيق بنوع الوسيلة المستخدمة أو بظروف الاستخدام دون ارتباط قوي بالمحتوى، فمثلا عندما يريد فرد من أفراد الجمهور متابعة حدث عالمي وقت حدوثه، وبسرعة قياسية، فلا يوجد أفضل من القنوات الفضائية أو الانترنت لإمكان التغطية وقت الحدث، أما إن أراد معرفة التفاصيل، فيجد ما ينبغي في الصحافة المكتوبة شريطة أن ينتظر إلى الغد، وفي هذا المثال المحتوى أهم من الوسيلة، وفي المقابل عند الرغبة في الترفيه والهروب والبحث عن بديل للتفاعل الاجتماعي، فهو يبحث عن الوسيلة التي تشبع حاجاته بغض النظر عن المحتوى.

من هنا يمكن لنا أن نربط بين المدخل الوظيفي واستخدام الصحفيين الجزائريين للصحافة الالكترونية حيث أن ارتباطهم بالانترنت أصبح أمرا واقعا، وذلك نظرا لما تقدمه الانترنت من وظائف وخدمات إخبارية لا توفرها وسائل الإعلام الأخرى، نظرا لتحررها من أي قيود ونظرا لتحقيقها لاشباعات معينة للصحافيين من خلال ما تقدمه من مضامين نكتشفها من خلال نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها على عينة من الصحفيين الجزائريين.

2-4 الصحف الالكترونية من وجهة نظر وظيفية:

سنتناول في هذه النقطة أهم النظريات التي تركز على وظائف واستخدامات وسائل الإعلام وكيف يتم إسقاطها على الصحافة الالكترونية.

2-4-1 نظرية الاستخدامات والاشباعات :

تعددت الاتجاهات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال واختلقت النظريات التي حددت حجمه ومداه، و ذلك بسبب التطور الاجتماعي والعلمي الذي شهدته مجتمعاتنا وكذلك التطور الذي شهدته وسائل الإعلام نفسها .

فقد اهتم الباحثون بالاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام من خلال تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال، بدلا من الاتجاه الذي يبحث فيما تفعله وسائل الإعلام للناس ومن ثم ظهر مدخل الاستخدامات و الاشباعات الذي اعتمد على الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام، والذي يرى أن تحديد أثر وسائل الإعلام في المجتمع يتم عبر تحديد استخدامات هذه الوسائل من قبل الجمهور.

2-4-1-1 فروض النظرية:

يركز مدخل الاستخدامات و الاشباعات على كيفية تأثير توجه واهتمام الجمهور المسبق على طريقة تعامله مع وسائل الاتصال، فنظرا لأن دوافع الجمهور توجد أصلا في حاجاته الاجتماعية والنفسية، فإن التأثير سوف يكون من الجمهور على وسائل الاتصال لأنه هو الذي يستخدمها لتحديد طرق وأنماط استخدام وسائل الاتصال المختلفة.

ويرتكز هذا المدخل على مجموعة من الافتراضات المترابطة، وغير الثابتة والتي أشار إليها ليندبرج وهولتون *lundberg-hulten* 1968، بأنها تشكل مدخل الاستخدامات والاشباعات وهي: (23)

1- إن الجمهور نشط، ولذلك فإن استخدام وسائل الإعلام يمكن اعتباره هدفا موجها، يقصد به تلبية احتياجات هذا الجمهور وتوقعاته منها.

2- يقوم الجمهور بعملية ربط بين الاحتياجات التي يسعى لتلبيتها من وسائل الإعلام وبين اختيار هذه الوسائل.

- 3- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى، الموجودة في محيط الفرد، كالعائلة والأصدقاء وأنشطة أوقات الفراغ، وذلك لتلبية وإشباع حاجياته.
- 4- تستمد أهداف التعرض لوسائل الإعلام من أفراد الجمهور أنفسهم، فالأفراد يستطيعون دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم لو سئلوا عنها.
- 5- الحكم على الثقافة الجماهيرية التي تنشرها وسائل الإعلام، يجب أن يؤخذ من آراء وتوجهات الأفراد أنفسهم الذين يتعرضون لوسائل الإعلام وليس من هذه الوسائل. من خلال هذه الفروض نستنتج أن ليندربرج وهيولتن حاولا إبراز دور الاتجاهات التي يكونها الفرد الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية في إبراز أو الحكم على الثقافة الجماهيرية فالإتجاه هنا يعبر عن السلوك الناتج عن التعرض للمضمون.

الشكل رقم (1) يبين نموذج الاستخدامات والاشباع، بعناصره الأساسية والمتغيرات التي تحكمه (24)

<u>مصادر غير إعلامية لإشباع الحاجات :</u> 1- العائلة - الأصدقاء 2- الاتصال الشخصي 3- الهوايات 4- النوم 5- المخدرات	<u>حاجات الفرد:</u> 1- الحاجة المعرفية 2- الحاجة العاطفية 3- حاجاته للاندماج الشخصي 4- حاجاته للاندماج الاجتماعي 5- التخلص من التوتر والهروب	<u>البنية الاجتماعية:</u> 1- المواصفات الديمغرافية 2- جماعة الاندماج الاجتماعي 3- السمات الشخصية (الحالة النفسية)
--	---	--

<u>إشباع الحاجات (الوظائف):</u> 1- الإشراف المراقبة 2- التسلية، الترفيه 3- الهوية لشخصية 4- العلاقات	<u>استخدام وسائل الإعلام:</u> 1- نوع الوسيلة (صحف، راديو، تليفزيون...) 2- محتوى الوسيلة 3- التعرض للوسيلة
--	--

الاجتماعية

4-السياق الاجتماعي
للتعرض

وفي فترة لاحقة أشار كل من بالمجرين و روزنجرين ووينر winner،
1985rosengreen palmgreen إلى نظرة معاصرة لمدخل الاستخدامات و
الاشباعات وحددوا ثمانية افتراضات هي :

- 1- أن الجمهور نشط جدا.
 - 2- يمكن اعتبار استخدام وسائل الإعلام نشاطا هادفا .
 - 3- يتنافس استخدام وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع احتياجات الجمهور .
 - 4- تكون مبادرات الجمهور هامة عندما يربط الجمهور حاجاته بخيارات وسائل الإعلام.
 - 5- يستطيع استخدام وسائل الإعلام أن يحقق مجالا واسعا من الاشباعات.
 - 6- لا يمكن استخدام مضمون وسائل الإعلام وحده للتنبؤ بنماذج الاشباعات بدقة.
 - 7- المواد التي تقدمها وسائل الإعلام هي التي تحدد مقدار الإشباع في المرات المختلفة للتعرض .
 - 8- الاشباعات المتحققة قد ترجع أصولها ليس إلى مضمون وسائل الإعلام فقط، بل إلى تجربة التعرض نفسها والموقف الاجتماعي الذي تحدث فيه عملية التعرض .
- ما نلاحظه أن هذه الفرضيات الأخيرة تركز كثيرا على الاشباعات التي تحققها وسائل الإعلام للفرد والتي لا يتم التنبؤ بها من خلال مضامين وسائل الإعلام لوحدها بل هناك عوامل أخرى جاءت من خلال الفرضيات السابقة.

2-1-4-2 عناصر النظرية:

لقد وصف كل من كاتز وبلومر مدخل الاستخدامات و الاشباعات بأنه يدرس
الأصول الاجتماعية والنفسية للإحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الإعلام

أولية مصادر أخرى، تؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام التي ينتج عنها اشباعات للاحتياجات ونتائج أخرى قد تكون في الغالب مقصودة، وقد وضح كاتز وبلومر شكلا يوضح هذه العناصر مبينا فيما يلي(25)

شكل رقم 2 يوضح عناصر نموذج الاستخدامات والاشباعات



لحاجات أخرى

وفما يلي شرح لمختلف عناصر النظرية والتي أوردها كاتز وبلومر فيما يلي:

2-4-1-2-1 الجمهور النشط active audience :

يعتبر مفهوم الجمهور النشط الافتراض الأساسي في نظرية الاستخدامات و الاشباعات لأنه لا يعتبر جمهور المستهلكين لوسائل الإعلام مجرد متلقين سلبيين لمحتوى هذه الوسائل والفرد هنا يسعى للتعرض لبعض هذه الوسائل، ليس لأنها موجودة فقط، بل لأنها تلبي بعض الحاجات التي يسعى إليها، كما أن الفرد يدرك الإمكانيات المتباينة لوسائل الإعلام ومدى قدرتها على تحقيق احتياجاته.

"ويرى ماكويل و جيروفيتش mcquail-gurevitch أنه يمكن النظر لدور الجمهور في عملية الاتصال وفقا لمدخل الاستخدامات و الاشباعات، في إطار منظور الدافع أو الحافز" (26) أي أن هناك دافع لكل سلوك إنساني وهذا السلوك ينبع من حرية الاختيار بناء على المعاني والأهداف التي يدركها الفرد ويسعى لإشباعها.

ويشير بعض الباحثين في هذا المجال إلى أن الاندماج المعرفي هو أحد أنواع أنشطة الجمهور، وهذا النوع من النشاط يمكن فهمه بشكل أفضل من منظور معالجة المعلومات أي إلى حد يقوم الأفراد بمحاولة إضافة معاني معينة للرسائل التي يتلقونها " كما يشير ليفي و ويندال إلى الطبيعة المتغيرة لنشاط الجمهور، ويقولان أن مستوى النشاط في عملية التعرض يتعلق بحجم اكتمال المعلومات المتلقاة، كما يتعلق بنوعية النشاط الذي يقوم به الفرد أثناء عملية الاتصال الجماهيري" (27)، لكن ليفي و ويندال أهمل دور ونوع المعلومات المتلقاة في التأثير على مستوى النشاط وليس الحجم فقط.

-لقد حدد جونز أبعاد مفهوم الجمهور النشط في عدة نقاط وهي :

"الانتقائية selectivity: فالجمهور لديه القدرة على اختيار الوسائل والمضامين التي تحقق حاجاتها ودوافعها النفسية والاجتماعية التي تعكس اهتماماته و تفضيلاته المختلفة بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي لا يتعرض له.

العمدية intentionality: حيث يوجه الجمهور المضمون الذي ينتقيه لخدمة حاجاته ودوافعه المختلفة.

-المنفعة utility: إن استخدام الجمهور للوسائل والمضامين مرهون بما يعرض

عليه من اشباع لحاجاته المختلفة" (28).

الإستغراق involvement: وهي الدرجة التي يدرك فيها فرد من الجمهور وجود رابطة أوصلة بينه وبين محتوى وسائل الإعلام وكذلك الدرجة التي يتفاعل بها الفرد سيكولوجيا مع وسيلة إعلامية أو محتواها .

لقد قدمت بعض الدراسات أدلة تدعم فكرة "الجمهور النشط" إذ كشفت أن اختلاف اختيارات أفراد الجمهور للقنوات الاتصالية يرتبط بالإشباع التي يبحث عنها هؤلاء الأفراد، وكذلك الأشباع التي تتحقق لهم بالتعرض للوسائل المختلفة، ورغم الاتفاق على أن للجمهور دورا نشيطا في عملية الاتصال إلا أن درجة هذا النشاط لا تزال محل خلاف إذ يحدد "ماكويل وجيروفيتش" ثلاثة مداخل لتحديد هذا الدور وهي :

- "المدخل الوظيفي والذي يعنى بالحاجات و الاشباعات - المدخل البنائي الثقافي ويعني بالتنظيم الاجتماعي لمحتوى وسائل الإعلام وسلوك التعرض لهذا المحتوى- مدخل الفعل (المحفز) ويهتم بالفرد باعتباره فاعلا، له هدف يسعى إليه" (29) .

ونلاحظ أن المدخل الأخير يجعل من الجمهور أكثر نشاطا من المدخلان الآخران لأن الفرد يمتلك كامل حريته، بينما في المدخل الوظيفي تقل اختياراته نظرا للعوامل الاجتماعية والنفسية التي تحدد دوافعه واحتياجاته وكذلك الأمر بالنسبة للمدخل البنائي الثقافي الذي يؤكد على الحتمية الثقافية والتي بدورها تحد من اختيار ونشاط الجمهور .

2-2-1-4-2 الأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات:

/ / الأصول الاجتماعية: " تنشأ الكثير من احتياجات الأفراد المرتبطة بوسائل الإعلام ، من وجودهم وتفاعلهم مع بيئتهم الاجتماعية، وهناك مصادر ثلاثة لنشوء الاحتياجات أولها: مضمون وسائل الإعلام. وثانيها: التعرض لهذه الوسائل، ثالثها: السياق الاجتماعي أو الحالة الاجتماعية التي تتم فيها عملية التعرض" (30).

وقد ظهرت دراسات متعددة توضح دور الحالة الاجتماعية في تحديد دوافع التعرض في لوسائل الإعلام، وقدمت دلائل على دور العوامل الاجتماعية و الديمغرافية في التعرض لهذه الوسائل فقد قدم كل من كاتز و جيروفيتش و هاس، تصورا لعناصر احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام من خلال التصنيف التالي(31):

الحاجة المعرفية cognitive need : وهي حاجة الفرد لفهم محيطه وزيادة معرفته وذلك لتطويع البيئة المحيطة به و اشباع فضوله.

الحاجة العاطفية affective need: وهي حاجة الفرد المتعلقة بدعم الخبرات العاطفية والجمالية، والتمتع بكل ما هو محيط به، وهي حاجة يمكن لوسائل الإعلام إشباعها.

حاجة التكامل الشخصي personal integrative need: وهي تتعلق بدعم التواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم المحيط، وتنشأ هذه الحاجة من رغبة الفرد في الاندماج مع الجماعة.

حاجة الاسترخاء escapist need: وهي الحاجة المتعلقة بالهروب والتحرر من التوتر والرغبة في اللهو و التسلية.

ب/الأصول النفسية: بالإضافة إلى العوامل الاجتماعية، فإن العوامل النفسية يمكن أيضا أن تؤدي إلى وجود حوافز، وتحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام. يشير بعض الباحثين إلى أن مدخل الاستخدامات و الاشباعات المرتكزة في بعض جوانبه على مفهوم الإدراك الانتقائي الذي يعتمد نظرية الفروق الفردية، إنما يقوم على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضمون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، وفقا لهذه الفروق النفسية والاجتماعية" (32).

أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات ووسائل الإعلام، "وقد حدد ماكويل تصنيفا يحتوي على ستة عشر نقطة تحدد الدوافع الإنسانية، وهي دوافع وثيقة الصلة بالنظريات المفسرة لاستخدام وسائل الإعلام والتعرض لها" (33).

وقد أجريت دراسات عديدة استهدفت فحص المتغيرات النفسية وعلاقتها باستخدام وسائل الإعلام.

مثل دراسة "روزنجرين وويندال" حول المتغيرات الشخصية، ودراسة "جرينبرغ" عن الاتجاهات وتؤكد عديد من الدراسات أن هناك علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية والسيكولوجية للفرد، وبين استخداماته و اشباعاته من وسائل الإعلام " وهناك ثلاث طرق من الممكن أن تربط بينها، فالظروف الاجتماعية للشخص قد تولد احتياجات لتخفيف الضغوط النفسية الواقعة عليه من خلال تعرضه لوسائل الإعلام، كذلك من الممكن أن تخلق الظروف الاجتماعية توقعات لدى الجمهور مما قد يشبع

احتياجاته من وسائل الإعلام و هو ما قد يؤثر على استخداماته لها، وأيضاً فمتغيرات ومحددات اجتماعية كالمحتوى الاقتصادي قد تؤثر على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام" (34).

ركزت أمانى عمر الحبيسي هنا على ثلاثية الظروف الاجتماعية والمستوى الاقتصادي وكذا الضغوط النفسية في تفسيرها لتعرض الجمهور لوسائل الإعلام .

2-1-4-2 توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

يبدف الفرد المتلقي المستخدم لوسائل الإعلام انطلاقاً من إدراكه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له، ومن ثم تقويمه لهذا المحتوى .
"لقد بقي مفهوم التوقع تعريفات متنوعة، حيث يرى "ماكلويد و بيكر" أن التوقعات هي احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكات متنوعة ويرى، "بليد و كاتز" أن التوقعات هي مطالب الجمهور من وسائل الإعلام ويرى كاتز أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث الجمهور عنها ويرى "ميندلسون" أنها ترقب مثير من الناحية العاطفية، تتعلق باحتمالات وقوع أحداث معينة لها نتائج محددة في حين يرى بالمجرين أن التوقعات هي سيناريويقرر الفرد من خلاله ما يتوقعه من وسائل الإعلام وتحديد مدى إشباعها لهذه التوقعات" (35).

ومهما تعددت التعاريف فعملية التوقع تبقى مبنية على أسس اجتماعية ونفسية وتقوم على أساس أن السلوك الفردي أو النوايا السلوكية للأفراد وحتى الاتجاهات هي نتاج لهذين الشقين:

1- التوقع: و هو اعتقاد الفرد أو إدراكه أن موضوعاً ما له خاصية معينة أو أن سلوكاً ما سوف يؤدي إلى نتائج معينة فعندما يقرأ الفرد كتيباً عن مرض فقدان المناعة مثلاً، فإنه يتوقع أن هذا الكتيب سوف يزوده بمعلومات عن القضايا الصحية المتعلقة بهذا المرض.

2- التقويم: و هو التقدير الإيجابي أو السلبي لخواص أو نتائج معينة وبناءً على المثال السابق، فإذا حصل الفرد على ما كان توقعه من هذا الكتيب فإن الإشباع التي سيحصل عليها سوف تدعم اعتقاده المبدئي عن هذا الكتيب وإلا فإن اعتقاداته سوف

تتغير و هو ما يؤدي إلى تغيير في دوافع البحث عن المعلومات الصحية في هذه النوعية من الكتيبات .

ويشير أدلستين وزملاءه في دراستهم لتوقعات طلاب الجامعة من وسائل الإعلام في مجتمعات الو.م.أ، اليابان، هونغ كونغ إلى زيادة توقع الاشباعات من استخدام الصحف والتلفزيون في مقابل قلة الاشباعات من الأفلام الروائية، والتقارير الرسمية، وتشير النتائج إلى اختلافات في توقعات الطلاب، تعكس الثقافة السائدة في المجتمع، فالطلاب الألمان مثلا يستخدمون وسائل الراديو و المصادر التعليمية والتقارير الرسمية بنسبة أكبر من طلاب الجامعات في المجتمعات الأخرى محل الدراسة وكذلك يستخدمون الكتب والملاحظات الشخصية بشكل أكبر، وذلك عند مواجهة مشكلة ما، وتوقعات طلاب لحل هذه المشكلة من مصادر الاتصال المختلفة" (36) وهذا يعني أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات .

2-4-1-2 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

تعتبر الدوافع من العوامل المحركة للاتصال وهي عبارة عن الرغبات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، من أجل التكيف مع البيئة الاجتماعية التي تحيط به وهذه الدوافع تختلف وتتغير من فرد لآخر بتغير المواقع والأدوار وكذا المعايير الاجتماعية. "وهناك أنماط عديدة من الدوافع والحاجات الفردية، يصنفها الباحثون في خمسة فئات رئيسية، تبدأ بالحاجات الأولية وهي الحاجات الفيزيولوجية ثم تليها الحاجات الثانوية التي تتمثل.

في الحاجة إلى الأمن والاستقرار والبناء، ثم الحاجة إلى الانتماء، بما في ذلك الاتصال والمشاركة، وتأتي بعد ذلك الحاجة إلى التقدير، ثم الحاجة إلى تحقيق الذات". (37).

وهذا التصنيف للدوافع يعتبر إطارا للعديد من الدوافع والحاجات الفردية، والتي يتوسل بها الفرد طريقه إلى تحقيق الدوافع والحاجات الرئيسية، "فالدوافع الفردية تقدم نموذجا للأنماط التي يمكن أن يتم تحقيقها من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام، ويرتبط بتحقيقها تحقيق الرضا والإشباع الذي يعتبر مجالا رئيسيا من مجالات دراسة

اهتمام وتفضيل الجمهور، كمظهر من مظاهر السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام" (38) .

ولقد خضعت الدوافع والحاجات التي يستهدفها الفرد من التعرض لوسائل الإعلام إلى العديد من الدراسات ومن بينها دراسة بيرلسون 1945، التي أجراها عن ظاهرة توقف ثمانية جرائد في نيويورك عن الصدور لمدة أسبوعين واستغل الفرصة للكشف عما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء.

-لقد اقترح "ماكويل وآخرون أربعة فئات للحاجات والدوافع هي :

-التسلية والهروب من الروتين والمشكلات والانطلاق العاطفي، دعم العلاقات الشخصية، اكتساب الهوية الشخصية من خلال دعم القيم والأمن وفهم الذات واكتشاف الحقائق، معرفة الأمور التي تحدث حول الفرد سواء التي تؤثر عليه أم تساعد في حياته وقراراته.

وقد وصف "جون ميريل و والف لوينشتاين العوامل الدافعية للتعرض الانتقائي لثلاث فئات رئيسية هي :

-الحاجة إلى الإنتماء ثم الحاجة إلى الاستطلاع، وكذلك الحاجة إلى تقرير الذات" (39).

-وبشكل عام فإن دوافع التعرض كما قسمها روبن rubin تنقسم إلى قسمين :

-الدوافع الوظيفية (النفعية) - الدوافع الطقوسية

ويقصد بالدوافع الوظيفية هي تلك التي تتعلق بالمضمون الذي تبثه الوسيلة الإعلامية ومدى تفضيل الفرد له بشرط أن يشبع حاجاته من المعرفة والمعلومات، أما الدوافع الطقوسية وهي تلك التي تستهدف تضييع الوقت، الإسترخاء والهروب من الروتين اليومي.

2-4-1-2-5 تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

من افتراضات نظرية الاستخدامات و الإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام حتى يتحقق لهم الإشباع الذي يبحثون عنه، وذلك على اعتبار أن وسائل الإعلام تعتبر مصدرا من مصادر عديدة تسهم في إشباع حاجات الجمهور.

وقد أكدت دراسات كثيرة على وجود علاقة ارتباطية بين البحث عن الاشباع والتعرض لوسائل الإعلام وتكون زيادة تعرض الجمهور انعكاسا لنشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تشبع حاجاته وكذلك توجد علاقة ارتباطية بين مقدرة الفرد الذهنية ومدى استيعابه لمضامين وسائل الإعلام(40).

أي أنه كلما زاد مستوى تعليم الفرد، زادت كثافة مشاهدته للبرامج الجادة وهذا طبعاً يرتبط بمقدرته الذهنية على استيعاب المضمون فالطفل الصغير دائماً يفضل مشاهدة المواد الترفيهية لأن قدرته على استيعاب المواد الدسمة التي تبث من خلال البرامج الجادة، قليلة جداً.

2-1-4-2-6 الاشباع المتحققة من وسائل الإعلام gratification:

يهتم مدخل الاستخدامات و الاشباع أساساً بالاشباع التي هي نتاج استخدام وسائل الإعلام، وترتبط متغيرات مثل بنية وسائل الإعلام وتكنولوجيا هذه الوسائل، والظروف الاجتماعية والنفسية والحاجات والقيم والمعتقدات في بعض أنماط الحاجات التي يسعى الجمهور لاشباعها، كما ترتبط نتائج الاشباع بشكل مباشر بالسلوك الإستهلاكي لوسائل الإعلام أو المصادر الأخرى التي يلجأ إليها الفرد لاشباع حاجاته.

"وتشير دراسات الاستخدامات و الاشباع إلى أنه يجب التمييز بين الاشباع التي التي يسعى الجمهور إليها، من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وبين الاشباع التي يحصل عليها نتيجة لهذا التعرض، إلا أن هذا الاهتمام ظل قاصراً على النواحي النظرية، حتى بدأت العديد من الدراسات توضح من خلال أدلة امبريقية العلاقة بين هذين النوعين من الاشباع وتأثير ذلك على استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات في هذا الصدد هي أن الاشباع التي يبحث عنها الفرد ترتبط بشكل معتدل بالاشباع التي يحصل عليها" (41)، ورغم ذلك فإن كلا من النوعين من الاشباع منفصل عن الآخر بمعنى كل واحد منهما يؤثر في الآخر ولكنه لا يحدد مجاله وبمعنى أن الإشباع الذي يبحث عنه الفرد من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ليس بالضرورة هو نفسه الذي سوف يحصل عليه.

وقد أثبتت دراسات عديدة قدرة الجمهور على التمييز بين وسائل الإعلام المختلفة على أساس الاشباع التي يبحثون عنها أو التي يحصلون عليها، إلا أن "لوميتي" يذكر

أن هذه الدراسات تخلط بين خصائص وسمات الوسيلة وبين خصائص وسمات المحتوى ومع ذلك فإن هذه الدراسات كما يقول "بالمجرين" أوضحت وجود علاقة ارتباط بين الإشباع وبين اختيار الجمهور للوسيلة وقد حاولت دراسات أخرى فحص العلاقة بين الإشباع والمحتوى داخل الوسيلة الواحدة، فقد توصل روبن و روبن حسب ما جاء في دراستهما الطبيعية هذا الارتباط إلى أن مشاهدة المسلسلات التلفزيونية المذاعة أثناء النهار، والعروض الرياضية، ارتبطت بالبحث عن الرفقة والاسترخاء، والعادة وقضاء الوقت، في حين ارتبطت مشاهدة أخبار التلفزيون والأفلام التلفزيونية الوثائقية وبرامج الأحاديث والحوارات بدافع التعلم من المعلومات التي تحتويها هذه البرامج .

"وتوصلت دراسة أخرى إلى وجود علاقة بين الإشباع المتحقق والإشباع المطلوب، حيث وجدت أن هناك ثلاثة عوامل مرتبطة تمثل الأسباب الدافعة للقراءة بشكل عام وهي:

-تأثير العادة- خصائص الصحف في علاقتها بوسائل الإعلام الأخرى- الحاجات الأساسية التي تسهم من تحديد دوافع طلاب الجامعة الفردية" (42).

وهذا يدل على وجود علاقة وطيدة بين الإشباع المتحقق والإشباع المطلوب وهما في نفس الوقت يرتبطان بدوافع التعرض للوسيلة الإعلامية التي تخلق حاجات لدى الفرد (الإشباع المطلوب) قد يحققها من خلال تعرضه (الإشباع المتحقق) أولاً يكون الرضا إطلاقاً أثناء التعرض.

2-4-1-3 تقويم النظرية:

بالرغم من الإسهامات الجادة التي قدمتها هذه النظرية، وبعد التطور الملحوظ في البحوث الخاصة بالاستخدامات و الإشباع خلال السبعينيات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور و اشباعاته، ازداد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملاً وسيطاً في إحداث الأثر سواء كان كبيراً أم محدوداً، وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال، إلا أن صوراً من النقد وجهت إلى هذه النظرية وتطبيقاتها كما قوبلت بالرد من قبل آخرين.

النقد الموجه للنظرية :

"يشير بعض الباحثين إلى أن مدخل الاستخدامات و الاشباعات ليس إلا صياغة معادة بجوانب معينة من نظرية التأثير الانتقائي، ويذكرون أن الافتراض الأساسي الذي تقوم عليه النظرية، ألا و هو أن احتياجات الجمهور و اشباعاته تؤثر في أنماط اهتمامه، وبالتالي تعرضه لوسائل الإعلام يعتبر رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية، وينتقد هؤلاء الباحثون هذه النظرية لأنها لم تنتج حتى الآن إلا القليل من المعلومات عن الأسباب (الاحتياجات) التي يبرر بها الجمهور اختياره واهتمامه ببعض المحتويات الإعلامية، أوحى القليل من الاشباعات التي عليها من هذا الاهتمام، ولا يوضح النموذج طبيعة هذه الأسباب (الذاتية التعريف) ما إذا كانت هي الأسباب أو الإشباعات الحقيقية، التي تؤدي إلى الاهتمام بوسائل الإعلام أو لا" (43)، وهذا يعني أن النظرية أهملت مفهوم الإشباع الحقيقي وردت على تعريف هش للحاجات.

"يرى عدد من الباحثين أن هذه النظرية لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافا حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات، بالإضافة إلى أن الأمر لا يتوقف فقط على الحالة العقلية ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد والحالة الاقتصادية، ولذلك فإن الأمر يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات في الاعتبار بالإضافة إلى أن فئات المحتوى التي تعتبر مثيرا في الاستخدام تعتبر فئات عامة بينما يتطلب الأمر أيضا تقسيمها إلى فئات فرعية عديدة قد يختلف الأفراد في استخدامهم لها" (44)، وهذا يعني أنه يجب أن نضع بعين الاعتبار مختلف الظروف المحيطة بالفرد أثناء تعرضه لوسائل الإعلام ولا نقتصر على الحالة العقلية والنفسية له فحسب وربطها بالدوافع التي تثير استخدام الوسيلة الإعلامية .

النقد الذي يقدمه بلومر لهذه النظرية هي عدم تحديدها الواضح لمفهوم النشاط activity الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقتها باستخدام والإشباع، فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم منها المنفعة فوسائل الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات، وهذا يعني أن

وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف، وكذلك معنى العمد intentionality أي أن استخدام الناس لمحتوى الإعلام يمكن أن يوجه من خلال الدوافع، وكذلك معنى الإنتقاء.

وهذا يعني أن استخدام الناس لوسائل الإعلام ربما يعكس اهتمامهم وتفضيلهم القائم، "والمعنى الأخير هو مقاومة التأثير imperviousness to influence والجمهور عنيد لا يقبل سطوة من آخرين ومن أي شيء حتى وسائل الإعلام وبالتالي فإن نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الإعلام" (45)، ولعل هذه البحوث - كما يقول بلومر - ركزت جميعها على الاختيار الكلي للوسائل والمحتوى ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بالمحتوى عندما يختارونه، ويرى أن البحوث الحالية بدأت تركز على نشاط الجمهور كحالة يسقط فيها الجمهور النشاط المعاني على المحتوى لبناء معنى جديد يخدم أهدافه أكثر من أي معاني أخرى قدمت في الرسالة المنتجة.

- لقد عاب سوانسون swanson على النظرية الجزء النظري أو الطبيعة النظرية، حيث يرى أنها تحتوي غموضا في المفاهيم المستخدمة ونقصا في التحديد الدقيق للمفاهيم المفتاحية كما تعاني خلطا في الأدوات التفسيرية، كما أنها فشلت في فهم إدراك الجمهور لمحتوى وسائل الإعلام

- تطبيق هذه النظرية حسب محمد عبد الحميد يطرح تساؤلا حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الإستخدام، وهل يشير ذلك وحده إلى الإستغراق في المحتوى والإحساس بالرضا طوال فترة التعرض، وهل تشير كثافة التعرض إلى قوة الدافع وضغط الحاجات على الفرد المتلقي، بما يتطلب عزلا كاملا لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض وتلبية الحاجات، والفصل تماما بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة والتعرض لأسباب أخرى غير تأثير الحاجات.

- غير أن الانتقاد الأقوى الذي يوجه إلى هذه النظرية، يكمن في طابعها الوظيفي، والذي يعني تكريس الوضع القائم والتكرار للتغيير الاجتماعي.

2-4-2 نظرية نشر الأفكار المستحدثة:

"يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة، حول فكرة معينة أو ممارسة أو موضوع ما تدرك من قبل الفرد على أنها جديدة، وحسب روجرز rogers، فإن نشر الأفكار المستحدثة، يعتبر أساس التغيير الاجتماعي، سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساسا على الاتصال المباشر وغير المباشر، بحيث يظهر أن التغيير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال" (46) وهنا حاول روجرز الربط بين التغيير الاجتماعي وعملية الاتصال في محاولته لشرح معنى نشر الأفكار المستحدثة ولعل مفهوم انتشار المبتكرات هو محاولة للتوسع في مفهوم الاتصال على مرحلتين، لأنه عبارة عن تدفق المعلومة، على عدة مراحل وللاتصال طبعا دور أساسي في انتشار هذا المبتكر والذي يتمثل في فكرة أو أسلوب أو نمط مستحدث يتم استخدامه في الحياة.

وقد تظهر عملية نشر المبتكر في أشكال متعددة، وتمر عبر ثلاث مراحل، تميز كل منها نوع عملية التغيير الحاصل و هي :

- "مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديدا أو مختلفا

-مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء المستحدث لأفراد النظام الاجتماعي

- مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر من قبول المستحدث أو رفضه وتكون إما نتائج وظيفية أو غير وظيفية- مباشرة أو غير مباشرة ظاهرة أو كامنة" (47)

في المرحلة الأخيرة يمكننا الاستخلاص فيما إذا كان التغيير الاجتماعي قد حصل أم لا. وفي حالة حصوله فإن النتائج تكون إما وظيفية أو غير وظيفية أي إمكانية قبول المستحدث في النظام الاجتماعي أم لا، أو تكون مباشرة أو غير مباشرة، ويعني أن هذا التغيير الاجتماعي حاصل عن استجابة فورية للمستحدث أو استجابة للآثار الناجمة عنه أن تكون نتائج ظاهرة أو كامنة ونعني بذلك كون المستحدث مدركا ومقصودا من قبل الأفراد داخل النظام الاجتماعي أم لا.

"يوضح الباحثان روجرز و شوماكير بأن الجمهور يتلقى من وسائل الاتصال الجماهيري المعلومات الكثيرة عن أفكار جديدة لكن هذا لا يعني أنه سيقبلها ويوافق

عليها مباشر ومن هنا يأتي دور الإتصال الشخصي عبر قادة الرأي في تشكيل مواقف الجمهور من هذه الأفكار المستحدثة "(48).

نلاحظ هنا أن روجرز و شوماكير أكدا على دور قادة الرأي في تشكيل مواقف الأفراد حول المبتكر، في حين أنه وفي السنوات الأخيرة من الخمسينيات أخذ مجموعة من العلماء في إعادة النظر في نظرية التدفق على مرحلتين من خلال طرح أسئلة شككت في مصداقية هذا النموذج مثل: هل وجود قادة الرأي ضرورة في إقناعنا بوسائل الاتصال، وهم رواد نظرية نشر المستحدثات؟

2-4-2-1 عمليات نموذج انتشار المبتكرات: وهما اثنتين الانتشار -التبني

2-4-2-1-1 الانتشار:

إن الانتشار هو عملية نقل مستحدث ما، باستخدام قنوات اتصال معينة في وقت معين بين أعضاء النظام الاجتماعي القائم وتتضمن هذه العملية أربعة عناصر أساسية وهي (49)

-المستحدث-قنوات الاتصال- الوقت -النظام الاجتماعي وفيما يلي عرض لهذه العناصر بالتفصيل:

1- المستحدث: وسوف نقدم مفهوم دقيق وشامل للمستحدث وكذا الخصائص التي تميزه *مفهوم المستحدث: " يعرف المستحدث بأنه فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه الفرد على أنه جديد، أي ليس بالضرورة أن يكون المستحدث جديدا، بل إن الحدائة تأتي من إدراك الفرد له بأنه جديد، والمستحدثات ليس بالضرورة أشياء مفيدة ومرغوب فيها بل يمكن أن تكون غير مرغوب فيها وليس بذات نفع للفرد والمجتمع مع ملاحظة أن نفس المستحدث يمكن أن يكون مفيدا ومرغوب فيه عند أفراد أوفي مجتمع معين وقد لا يكون كذلك في مجتمع آخر وتتألف المستحدثات في الغالب من عنصرين اثنتين : الفكرة، والموضوع الذي يمثل الجانب المادي أو الناتج الفيزيائي للفكرة، ويمكن أن تشتمل المستحدثات كلها على مكون فكري لكن ليس من الضروري أن تشتمل كلها على المكون المادي"(50).

ونلاحظ هنا أن معنى حدائة المبتكر عند روجرز هو أن كل فكرة قد تكون في زمن معين وكذلك في مكان معين بالنسبة للبعض مستحدثة، يكون وفي نفس الوقت أناس

آخرون قد تبناها أو رفضوها فقائمة المستحدثات يجب أن تتغير مع الزمن وهي خاضعة للتصنيف هناك ما هي ذات مكون فكري فقط هنا لا يمكن للمتلقي تبنيها بالمعنى الفيزيائي المادي بل يكون لفظيا كتبني شائعة ما، وبالعكس يتطلب النوع الثاني من المستحدثات ذات المكون المادي تبنيها فعليا.

* خصائص المستحدث:

تعتبر خصائص المستحدث، كما يدركها المتلقي عاملا هاما في تحديد المعدلات اللازمة لتبنيها، كما أنها ضمان لعملية الانتشار، وأهم هذه الخصائص ما يلي:

1- الفائدة النسبية relative advantage:

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة ويمكن قياس هذا الأمر حسب روجرز و شوماكير من خلال عدة عوامل، من بينها ما هو اقتصادي المكانة الاجتماعية، الملائمة وإرضاء الآخرين والشيء الملاحظ هنا هو العلاقة الطردية بين سرعة تبني المستحدث ومدى إدراكه للفوائد النسبية له.

2- الملائمة compatibility:

" وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث، والمستحدث الذي لا يتوافق مع العناصر السابقة، لا ينتشر بسهولة، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائدة في المجتمع، وهذا أمر يتطلب الكثير من الجهد، فعلى سبيل المثال فإن تبني وسائل تنظيم الأسرة يتطلب القبول مسبقا بنمط الأسرة الصغيرة" (51)، إذا حاولنا إسقاط هذه الخاصية على دراستنا فإننا نلاحظ أن الصحافة الالكترونية كمستحدث جديد تتطلب توفر لدى الصحفيين الجزائريين خبرة مسبقة حول كيفية التعامل مع الانترنت وإلا كان هذا عائقا أمام انتشار هذا المستحدث بينهم .

3- التعقيد complexity:

حسب (سبنس) فإنه كلما كانت المستحدثات الجديدة سهلة الفهم والاستخدام من قبل الأفراد كان سهلا عليهم تقبلها وتبنيها وهذا طبعا يختلف من شخص لآخر ومن جيل لآخر أيضا، فمثلا نلاحظ بأن الانترنت كمستحدث تبدو سهلة الاستخدام بالنسبة للشباب،

أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى وهذا نفسه راجع إلى الظروف المحيطة بهم والبيئة الإلكترونية التي نشئوا في أحضانها.

4- إمكانية التجريب trialibility :

" إن المستحدثات التي يمكن تجريبها على مراحل، يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد سيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها، وقد وجد رايان وجروس في دراستهما حول انتشار بذور الذرة الهجين، أن من مزارعي (أيوا) الأمريكية من لم يقبل تبني الفكرة إلا بعد تجربتها على مستوى محدود" (52)، معنى هذا أنه كلما كانت إمكانية تجريب المستحدث متوفرة ولو على مستوى محدود، كانت إمكانية انتشاره وقبوله من طرف الأفراد أكبر خصوصا إذا أكدت التجربة إمكانية تبنيه.

5- إمكانية الملاحظة observability :

حسب سبنس دائما إذا توافرت إمكانية ملاحظة المستحدث ومعاينته من قبل الأفراد توافر له حظ أكبر في الانتشار والتبني ومن الأفضل رؤية الناتج من قبل الأفراد أنفسهم حتى تصبح عملية التبني فائقة السرعة كما يضيف سبنس خاصيتين للمستحدثات وهما: الكلفة والفعل الجماعي، ونقصد بالكلفة أنه كلما كان المستحدث يتطلب تكلفة مادية كبيرة كانت عملية تبنيه بطيئة والعكس صحيح، أما الفعل الجماعي فالمراد به اتخاذ قرار التبني على المستوى الجماعي وليس الفردي في بعض الحالات.

ب- قنوات الاتصال :

عن طريق قنوات الاتصال تتم عملية الانتقال وهي تلك التي تذاع وتنتشر بواسطتها الفكرة الجديدة من مصادرها إلى أفراد النظام الاجتماعي.

هذه القنوات إما أن تكون شخصية أو جماهيرية ولكل منها مميزاتها معنى ذلك أن وسائل الإعلام الجماهيرية لها خصائص النشر السريع للمستحدث ولأكبر عدد ممكن من الجماهير، بينما يحمل الاتصال الشخصي على عاتقه تبادل المعلومات حول المستحدث من شخص لآخر بهدف تقديم تفسيرات حوله وبتعداها حتى لتغيير بعض الاتجاهات الثابتة عند البعض كما له هدف آخر وهو الإقناع بغية اتخاذ موقف مؤيد ولعلي أرى أن الجمع بين الوسيلتين يحقق هدف التبني بشكل أمثل.

"ويمكن الاستنتاج من البحوث التي أجريت في هذا المجال، أن الإتصال يقوم بوظائف متعددة في نشر المستحدثات، نذكر من بينها:

-وظيفة الحث والتحفيز-وظيفية التقويم- وظيفة الإخبار- وظيفية التعزيز -وكذا الوظيفة المهنية"(53).

ويقصد بالتقويم تقديم معلومات لأشخاص يحتاجونها لتعديل ما يبحثون عنه أما التعزيز فالقصد منه التأكيد المستمر على أمر مطلوب حتى يتمسك به الأفراد بسرعة.

ج- الوقت اللازم لإيصال المستحدث:

هو عبارة عن الفترة الممتدة منذ وصول الفكرة إلى الفرد وحتى تبنيها وهو عنصر هام في عملية نشر المستحدثات حيث يلعب دورا في مجموعة من العناصر وهي :
عملية اتخاذ قرار تبني المستحدث- المواصفات التجديدية للفرد- معدل تبني المستحدث في نظام اجتماعي وفيما يلي: شرح لمختلف هذه العناصر

1- عملية اتخاذ قرار تبني المستحدث: "لقد خرج ايفرت روجرز بتوضيح عدة مراحل تمر بها الفكرة حتى يقبلها المتلقي وهي: -مرحلة العلم بالفكرة- مرحلة الإقتناع -مرحلة اتخاذ القرار - مرحلة تأكيد القرار (التدعيم)"(54).

بمعنى أن اتخاذ قرار التبني يبدأ بمعرفة المستحدث ثم الاهتمام بمعرفة المزيد عنه، بمحاولة تجربته، وأخيرا قبوله أو رفضه.

مرحلة المعرفة: " في هذه المرحلة يعلم الفرد عن وجود المستحدث إلا أنه يحتاج إلى معلومات تفصيلية عنه، ويقسم البعض هذه المعرفة إلى نوعين، معرفة عن الشيء ومعرفة عن الشيء"(55) يقصد الباحث هنا بمعرفة الشيء هو السماع عن المستحدث، أما المعرفة عنه فهي المعلومات التفصيلية والتوضيحية عنه.

"و ينقسم الباحثون إلى فريقين عند تحديدهم لمن يأتي أولا في مرحلة المعرفة هل المعرفة بالمستحدث أم الحاجة إليه؟

فأصحاب الرأي الأول يفترضون أن المعرفة سبابة على الحاجة أما الفريق الثاني فيرون أن الحاجة تأتي أولا "(56)

فالرأي الأول يستند إلى أن الفرد لا يسعى وراء مستحدث لكي يعلم بوجوده بل تأتي المعرفة أولا ثم تحصل المصادفة نتيجة التعرض العشوائي للفكرة المستحدثة، أما

الرأي الثاني فيستند إلى أن الأفراد يتعرضون للأفكار المهمة بالنسبة لهم (التعرض الانتقائي) ولا يعرض نفسه للمستحدث إلا عند الحاجة.

مرحلة الإقناع : وحسب روجرز فإن المقصود بالإقناع هو تكوين موقف مؤيد أو معارض تجاه المستحدث ولكي يستطيع الفرد تكوين ذلك ، فإنه يسعى لمعرفة المزيد من مزاياه ، ومدى ملائمته أو سهولته أو تعقيده. كما أن عملية التقويم هي عبارة عن نوع من التجريب العقلي للمستحدث، لكن هناك فجوة بين المعرفة وتكوين اتجاه ما، فقد يأخذ الفرد موقفا مؤيدا اتجاه مستحدث ما، لكنه لا يصل إلى مرحلة التبني الكامل .

مرحلة اتخاذ القرار (الاختيار): "في هذه المرحلة يقوم الفرد بعملية اختيار، هل سيقبل المستحدث أم يرفضه؟ وفي حالة القبول يقرر الفرد تجربته لمعرفة فائدته بالنسبة له، وتمثل هذه المرحلة، مرحلة اختبار لمعرفة مدى صلاحية المستحدث وكذلك للتقليل من عدم الشك واليقين به " (57)، هذا يعني أنه لا يمكن الاعتماد على تجارب الآخرين في عملية اتخاذ القرار بل يكون ذلك خاضعا دائما لتجربة الشخص بنفسه.

مرحلة التدعيم: "لا تنتهي عملية تبني المستحدثات عند اتخاذ الفرد، قرار التبني بشكل كامل، فقد دلت الأبحاث أن بعض الأفراد يتراجعون عن قرار التبني، بسبب التعرض لمؤثرات ورسائل تتعارض مع المستحدث ففي هذه المرحلة يحتاج الفرد إلى تدعيم القرار الذي اتخذه، حتى يستمر فيه وينفذه" (58)، هنا نجد أن بعض الأفراد يتخلون فجأة عن قرار التبني، وبالتالي يسعون للبحث عن معلومات إضافية حول المستحدث تشبع البعض من احتياجاتهم أو تكوين فكرة طيبة نحوه أو التخلي عنه نهائيا وهنا نجد أن عنصر قادة الرأي جد هام في إحداث التغيير لتدعيم القرار.

2- المواصفات التجديدية للفرد وفئات التبني:

مفهوم التجريد يعني درجة قيام الفرد بالتبكير نسبيا في الوقت، في تبني المستحدثات مقارنة مع أفراد النظام الاجتماعي، وقد انتهت الأبحاث إلى أن جميع الناس لا يتبنون الأفكار المستحدثة في نفس الوقت وبنفس المدة، وهم ينقسمون بذلك إلى فئة تحدد درجة تقبلهم لهذه الأفكار وهم (59)

المتكبرون innovators : وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن نسبة هؤلاء تصل إلى 2%، 5 من أفراد المجتمع وتتصف هذه الفئة بصغر السن، وامتلاكها روح

المغامرة، والتي تجعلها شغوفة بتجربة أي أفكار جديدة ومن شروط هذه الفئة : القدرة المادية المرتفعة التعليم العالي والانفتاح على الثقافات العالمية والتعرض المكثف لوسائل الإعلام وكذلك القدرة على فهم الأفكار الصعبة والمعقدة.

المتبنون الأوائل early adoptees: تبلغ نسبة هؤلاء 13.5 % من أفراد المجتمع ويتصف هؤلاء الأفراد بالتنظيم الاجتماعي، والاندماج القوي مع أفرادهم أكثر مما يفعل المتكبرون، مما قد يؤهلهم للعب دور قادة الرأي في مجتمعهم، وتتميز هذه الفئة أيضا بأكبر درجة من درجات الريادة الفكرية والتعرض الكثيف لوسائل الإعلام، ويعتبر الباحثون أن المتبني الأول هو الشخص المرجح عند اعتناق أية فكرة جديدة، وهو النموذج الذي يتطلع إليه الآخرون باحترام وتقدير.

الغالبية المتقدمة early majority: تمثل هذه الفئة 34% من أفراد المجتمع، وأفرادها يتبنون الأفكار الجديدة قبل أن يقطن لها عامة الناس، غير أنهم يفكرون مليا قبل تبني الفكرة المستحدثة، لذا فإن فترة التبني لديهم تأخذ وقتا أطول، وهم يعتمدون على الجماعة من أجل إمدادهم بالمعلومات ومن غير المحتمل أن يكونوا قادة رأي، إلا أنهم يمثلون حلقة وصل هامة في عملية نشر المستحدثات لوقوعهم بين المتبنين الأوائل والأواخر.

الغالبية المتأخرة late majority: وتصل نسبة هذه الفئة أيضا إلى 34% من أفراد المجتمع، وأفراد هذه الفئة يتبنون الأفكار الجديدة بعد أن يكون الناس قد فرغوا من ذلك، كما يتميزون بالحذر والتشكك من الأفكار الجديدة، ولا يقررون التبني إلا بعد أن يكون أقرانهم قد فعلوا ذلك، فالتبني يحدث لديهم نتيجة ضغط ليتكيفوا مع الجماعة، وهؤلاء الأفراد يتجهون ليكونوا أكبر سنا ومن ذوي الدخل المنخفض والتعليم المنخفض، وهم يعتمدون على الاتصال الشفهي المباشر أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام الجماهيرية.

المتكئون أو المتخلفون laggards: وتبلغ نسبة هؤلاء الأفراد 16 % وهم أكثر الفئات التزاما بالواقع الضيق، و يتخذون قراراتهم في ضوء الماضي كما لا يملكون أية قيادة فكرية، وعندما يقررون تبني إحدى المستحدثات تكون هذه الفكرة قد تغيرت وأصبحت قديمة بظهور فكرة جديدة مكانها.

يمكن أن أسنتج من كل هذا أن أفراد كل فئة من الفئات السابقة. يتميزون عن أفراد الفئات الأخرى بصفات وخصائص عامة ولعل الخاصية الأكثر أهمية من غيرها هي أن أفراد كل فئة يختلفون عن غيرهم في السلوك الاتصالي من حيث نوع المصادر التي يلجئون إليها وكذلك معدل تكرار اتصالاتهم بالمصادر المفضلة لديهم .

3 - معدل تبني المستحدث: وهو السرعة النسبية لتبني مستحدث ما من قبل أفراد النظام الاجتماعي وهو يقاس بعدد الأفراد الذين تبنوا مستحدثا ما خلال فترة زمنية معينة ومعدل انتشار المستحدث يختلف باختلاف المجتمع، فهو مرتفع في المجتمعات الحديثة أكثر من التقليدية.

د - النظام الاجتماعي social system:

تتأثر عملية نشر المستحدثات بطبيعة النظام الاجتماعي، فإما أن يساعد على انتشارها أو يعوق هذا الانتشار ويرجع ذلك إلى العناصر التالية:

1- معايير الحداثة أو التقليدية السائدة في المجتمع : المعايير هي أنماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع، وقد أثبتت البحوث أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير وقد وجد أن بعض المعايير تقف حائلا دون انتشار بعض الأفكار الجديدة ، بينما يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية.

"يمكن تصور المعايير وهي تتدرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحداثة فالمعايير الحديثة وفقا لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير وهي تدفع الفرد لتبني المستحدثات بشكل أسرع، وبالتالي فإن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف بما يلي :

- تمتعه باتجاه ايجابي نحو التغيير
- يسوده تطور تكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة
- لديه تقدير عال للعلوم والتربية
- لديه تصورات عالمية للعلاقات الاجتماعية، بالانفتاح على الخارج والتفاعل مع الأفكار الجديدة.

وعلى العكس من ذلك يبدو المجتمع التقليدي أقل تقدماً، وأقل رغبة في التغيير والتعامل مع العالم الخارجي، وأقل قدرة على تصور أفرادهم في دور غير الدور الذي يقومون به" (60).

ما ألاحظه هو أن هذا التقسيم للمجتمعين العصري والتقليدي، ليس مطلقاً بالرغم من أنه موجود في الواقع، ولا نأخذ على المجتمع التقليدي من الناحية السلبية فقط بل في بعض الأحيان الإفراط في التغيير يؤدي إلى عدم استقرار المجتمع وإلى حدوث مشاكل ناتجة عن قبول مثل هذه المستحدثات دون إمعان النظر في سلبياتها بغض النظر عن إيجابياتها .

2- دور قادة الرأي ودعاة التغيير: يكتسب قادة الرأي مصداقية الرأي والفعل الذين

يؤثران بهما على الأفراد بالإضافة إلى جملة من المميزات:

- القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة ومصادر المعلومات" فقد أظهرت بعض الدراسات أن قادة الرأي لا يتعرضون لوسائل الإعلام أكثر من غيرهم فقط ولكنهم يتأثرون بها في قراراتهم أيضاً، وأضافت دراسات أخرى أن قادة الرأي يتأثرون أيضاً بالتأثير الشخصي أحياناً، وبالمعلومات والنصيحة التي يطلبونها من الآخرين في أحيان أخرى" (61).

معنى هذا أن وسائل الإعلام تعتبر مادة خام للمعلومات التي يكتسبونها ويحاولون من خلالها التأثير على غيرهم بقبول المستحدث.

- "الإنفتاح على العالم الخارجي وكذا التمتع بمراكز اجتماعية عالية ، ومستوى تعليمي مرتفع" (62)، لكن الملاحظ أن هذه الخاصية لا يمكن الأخذ بها في كل المواقف، فقائد الرأي ليس بالضرورة أن يكون ذو مركز اجتماعي أو مستوى تعليمي، فقد يكون قائد الرأي شخص بسيط وذو مستوى تعليمي متوسط لكن المهم هنا أن يكون له تأثير على الآخرين.

- التمتع بروح تجديدية تقبل على كل ما هو جديد" فقد وجد كاتز عام 1957 أن الأطباء الذين يتمتعون بنفوذ كبير في مجال إقناع زملائهم لكي يتبنوا عقاراً جديداً، وهم أنفسهم المتبنون الأوائل لهذا العقار المستحدث" (63)، في حين أن دعاة التغيير هم في

الغالب فئة غريبة عن المجتمع، ومشكوك في آراءها وسلوكياتها، فهم لذلك يقومون بدور محدود في نشر الأفكار الجديدة.

- والملاحظ أنهم يلعبون دورا هاما في إظهار قابلية تجريب المستحدث واستخدامه، وبإمكانه استخدام قادة الرأي ليحلوا مكانهم في عملية نشر المستحدثات وهذا يؤثر على نظرة الأفراد لقادة الرأي الذي تفقد مصداقيته في عملية التغيير الاجتماعي.

3- أنماط قرارات الأخذ بالمستحدث:

تختلف قرارات الأخذ بالمستحدث المتخذة على المستويين الفردي والجماعي، باختلاف الأفراد والمواقف الاجتماعية واختلاف المستحدثات، وتتشابه عملية اتخاذ هذه القرارات مع عملية التعلم، فالفرد يدرك مستحدثا ما عبر قنوات اتصالية مختلفة خلال فترة زمنية معينة بتراكم تأثيرات هذا المستحدث تراكما مستمرا، ويقوم الفرد بتفسيرها ويقرر قبول المستحدث أو رفضه.

تتمثل هذه القرارات حسب روجرز شوماكير فيما يلي:

قرارات اختيارية-قرارات جماعية- قرارات سلطوية (حكومية) وقرارات مشروطة. والقصد بالجماعية هي تلك التي تؤخذ بشكل جماعي عن طريق اتفاق أفراد المجتمع أما الاختيارية فتؤخذ من قبل الفرد بصرف النظر عن قرارات الجماعة أما السلطوية فهي التي تفرض على الفرد من قبل فئة تملك سلطة القرار والفرد هنا يبدو خاضعا لهذا القرار لذا فعادة يكون معدل تبني المستحدثات في هذه الحالة أسرع، أما القرارات المشروطة، فهي تلك التي تتخذ بقبول أو رفض الأخذ بالمستحدث والفرد هنا حر في قبول أو رفض هذا المبتكر.

2-4-2-1-2 عملية التبني:

"وهي العملية العقلية التي ينتقل فيها الفرد من مجرد السماع عن المستحدث لأول مرة حتى اعتناقه له، فالتبني إذا أمر يتعلق بالفرد نفسه وهو آخر مرحلة من مراحل اتخاذ قرار بالمستحدث" (64).

طبعا هذه العملية تعتبر عملية متشابكة بحيث ينتقل فيها الفرد من مرحلة إلى أخرى بالتدرج حتى يصل إلى فترة التبني وهي آخر مرحلة في العملية.

- تمر هذه العملية بخمس مراحل رئيسية وهي (65)

مرحلة الوعي بالفكرة : في هذه المرحلة يسمع الفرد بالفكرة الجديدة لأول مرة ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي يأتي عفويا أو مقصودا ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق كأي سلسلة تمر بمراحل عملية التنبئي.

مرحلة الاهتمام : في هذه المرحلة تتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة عما كان عليه في المرحلة السابقة، لذلك فإن سلوكه يصبح هدفا.

مرحلة التقييم : في هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة، في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العلمي.

مرحلة التجريب : يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق كلما كان ذلك ممكنا على سبيل التجربة لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجوداها فإنه يقرر رفضها.

مرحلة التنبئي: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجوداها وفوائدها غير أنه يجب أن نتذكر أنه في بعض الحالات ينكص الفرد على عقبيه تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة.

2-4-2 نقد النظرية:

لقد أثارَت نظرية نشر الأفكار المستحدثة الكثير من الانتقادات (66)

1- من الناحية النظرية، يرى الناقد فرج الكامل أن هذه النظرية تتأثر إلى حد كبير بنظرية الرصاصة، أو بتعريف لاسويل لعملية الاتصال بأنها (من؟ ماذا يقول؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وما هو التأثير؟) أي أن نظرية نشر الأفكار المستحدثة تفترض أن الرسالة عن المستحدث تحدث تأثيرا مباشرا على المجتمع، وهذا مالا يمكن تأكيده.

2- هذه النظرية، نشأت وتطورت في ضوء تجارب ودراسات الباحثين في الدول المتقدمة، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية، مما يثير الشك في إمكانية تطبيقها ونجاحها في الدول النامية.

- 3- تستبعد هذه النظرية العوامل الأخرى المتصلة ببناء المجتمع وتركيبه وتركز على دور الإعلام بالذات وهذا ما لا يحدث في الواقع.
- 4- تتجاهل هذه النظرية التأثير السلبي لانتشار الأفكار المستحدثة على الغالبية العظمى من الجمهور.
- بالرغم من هذه الانتقادات التي قدمت لنظرية نشر المبتكرات، إلا أننا لا ننكر أن هذه النظرية ساهمت إلى حد كبير في نشر الوعي باستخدام الأفكار المستحدثة بصفة عامة وإسقاطا على ميدان الاتصال والإعلام فإنها وضحت الرؤية للكثيرين حول حقيقة نشر واستخدام التكنولوجيا الجديدة للاتصال والإعلام .

التهميش:

- (1) حسن عماد مكاوي، نوال محمد عمر: الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998، ص، ص 126-127 .
- (2) اسماعيل زكي محمد: الأنثروبولوجيا والفكر الإنساني، شركة مكتبات عكاظ للنشر والتوزيع، جدة، 1982، ص 240 .
- (3) نيكولا تيماشيف: نظرية علم الإجتماع طبيعتها وتطورها، ت: محمود عودة وآخرون، دار المعارف، د. س. ن، د. م. ن، ص 331 .
- (4) النظرية البنائية الوظيفية، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 13-03-2008 متوفر عبر الرابطة التالية: <http://70.87.83.147/vb1/showthread.php.?t=4214>.
- (5) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 128 .
- (6) عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا الإتصال والإعلام، "النشأة التطورية والإتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية"، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 149 .
- (7) مرجع سابق، ص 150 .
- (8) الإتجاهات النظرية في الأنثروبولوجيا (برونيسلومالينوفسكي)، أركاماتي، مجلة الآثار والأنثروبولوجيا السودانية، العدد الثاني، فيفري 2002، ص1، تم الإطلاع عليها

بتاريخ: 20-02-2008 متوفر عبر الرابطة

التالية: http://www.arkamani.org/vol_2/anthropo.

(9) مرجع سابق، ص2.

(10) برونيسلوما لينوفسكي، الحاجات، النظم، الثقافة، منتدى اجتماعي، مطلع عليه

بتاريخ: 24-02-2008، متوفر عبر الرابطة

التالية: <http://ejtemay.net/showthread.php?t=219> (11) أكرم حجازي: الموجز

في النظريات الاجتماعية التقليدية والمعاصرة، جامعة تعز، كلية الآداب-قسم علم

الإجتماع-اليمن، مجلة العلوم الإنسانية، العدد20، أبريل2005، ص11، مطلع عليه

بتاريخ: 03-03-2008، متوفر عبر الرابطة التالية: www.uluminsania.net.

(12) أحمد القصير: منهجية علم الاجتماع بين الوظيفية والماركسية والبنوية، الهيئة

المصرية العامة للكتاب، 1985، القاهرة، ص، ص134-135 .

(13) أكرم حجازي، مرجع سابق، ص12 .

(14) روبرت ميرتون، دراسات معاصرة في علم الاجتماع، ص1، مطلع عليها

بتاريخ:

2008-03-01 متوفرة عبر الرابطة

التالية: <http://www.dirasat,4t.com/p704.htm>.

(15) مرجع سابق، ص2.

(*) ولد بارسونز (1902-1979) في ولاية كولورادو بالو.م.أ، ودرس علم الأحياء في

كلية أمهرست، وتأثر بفكر فيبر أثناء دراسته في جامعة هارفارد، أهم أعماله "بناء الفعل

الإجتماعي" سنة 1937، "النسق الإجتماعي" سنة 1951 و"نحو نظرية عامة في الفعل"

سنة 1951 و"أنساق المجتمعات الحديثة" عام 1971 .

(16) إحسان محمد الحسن: النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر، ط1 عمان،

2005 ص، ص53-54 .

(17) ياس خضير البياتي: النظرية الاجتماعية، جذورها التاريخية وروادها، الجامعة

المفتوحة، طرابلس، ط1، 2002، ص، ص129-130 .

- (18) أحمد القصير، مرجع سابق، ص 123 .
- (19) عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الإتصال، مكتبة نانسي دمياط، 2006، ص،
ص 129-130 .
- (20) برهان شاوي: مدخل في الإتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الأردن،
2003، ص 91.
- (21) عبد الرحيم درويش، مرجع سابق، ص، ص 121-122 .
- (22) مرجع سابق، ص، ص 132-133.
- (23) محمد لطف علي الحميري: التقنيات المعاصرة في الإتصال (المستحدثات
والإستخدامات، نموذج مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني cerist)، دكتوراه دولة
في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2001 -2002، ص 112 .
- (24) alexis.stan : mass communication thories and research, second
edition john wiley and sons, new york, 1981, p243.
- (25) حسن عماد مكاوي: إستخدامات التلفزيون واشباعاته في تلفزيون سلطنة عمان،
مجلة بحوث الإتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ديسمبر 1992،
ص 104 .
- (26) محمد لطف علي الحميري، مرجع سابق، ص 122 .
- (27) rebecca b.rubin : media use and meaning of music
video, journalism quarterly, vol.64, no,2, new
jersey, summer, 1986, p358.
- (28) مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية، دار الفجر، مصر، 2004، ص،
ص 114-115 .
- (29) حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر،
1991، ص 29 .
- (30) elihu katz, jay g blumer and michael gurevitch : utilization of
mass communication by the individual. in, jay g blumer and elihu

katz,(ed's).cc the uses of mass communication :current perspectives
on gratification research.ca :sage publication,inc,s .tan,op.cit,p 235 .
(31)alexis.s.tan,op.cit,p 235 .

(32)ملفين ديفليير وساندرا بول روكيتش:نظريات وسائل الإعلام، ت:كمال عبد
الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص267 .

(33) حمدي حسن:الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص21 .

(34)أمانى عمر الحسيني:الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، عالم الكتب،
مصر، 2005، ص، ص90-91 .

(35) حمدي حسن، مرجع سابق، ص23 .

(36) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد:الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار
المصرية اللبنانية، مصر، ط2، 2001، ص247 .

(37)محمد محمد عمر الطنوبي:نظريات الإتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر،
2001 ص227 .

(38)محمد عبد الحميد:دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987
ص81 .

(39) محمد عبد الحميد:نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، جامعة حلوان
ط1، 1997، ص220.

(40)أمانى عمر الحسيني، مرجع سابق، ص83 .

(41)حمدي حسن، مرجع سابق، ص21 .

(42)محمد عبد الحميد:قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية
في الإستخدام والإشباع، مجلة العلوم الإجتماعية، جامعة الكويت، العدد الثاني، صيف
1989، ص244 .

(43) ملفين ديفليير، مرجع سابق، ص267 .

(44)محمد عبد الحميد:نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص226 .

(45)مرجع سابق، ص227.

(46) everett rogers and shoemaker floyd :communication of a cross-cultural approach,second edition,the free,new york,1971 ,p7 .

(47) محمد لطف الحميري، مرجع سابق، ص 81 .

(48) برهان شاوي، مرجع سابق، ص 163 .

(49) أفريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنشر، ت: سامي ناشر، عالم الكتب، القاهرة، 1991 ص 24 .

(50) everett rogers and shoemaker,op.cit,p104 .

(51) شهيناز محمد طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية (دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي)، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، ط2، 1986، ص 291 .

(52) everett rogers and shoemaker,op.cit,p23.

(53) شهيناز محمد طلعت، مرجع سابق، ص 294 .

(54) أمال سعد متولي: مبادئ الإتصال بالجمهور ونظرياته، مكتبة الإسراء للنشر والتوزيع ط1، 2007، ص 111 .

(55) محمد الوفاي: الإعلان، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 1989، ص 182 .

(56) everett rogers and shoemaker,op.cit,p104.

(57) ibid,p112.

(58) ibid,p113.

(59) محمد لطف الحميري، مرجع سابق، ص، ص 94-95 .

(60) إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986 ص 320.

(61) جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978 ص 456.

(62) إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص 322 .

(63) أفريت روجرز، مرجع سابق، ص 397 .

(64) مرجع سابق، ص 105 .

- (65) برهان شاوي، مرجع سابق، ص 166 .
- (66) فرح كامل :تأثير وسائل الاتصال :الأسس النفسية الاجتماعية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 151 .

الفصل الثالث : تكوين الإتجاهات

3-1 دراسة الإتجاهات :

- 3-1-1- مفهوم الإتجاه.
- 3-1-2- الفرق بين الإتجاه و بعض المفاهيم المشابهة له

3-2 تصنيف الإتجاهات :

- 3-2-1- من ناحية القوة و الضعف.
- 3-2-2- من ناحية الإيجاب و السلب.
- 3-2-3- من ناحية العلنية و السرية.
- 3-2-4- من ناحية الفردانية و الجماعية.
- 3-2-5- من ناحية التعميم و الخصوصية.

3-3- تكوين الاتجاهات :

3-3-1- مكونات الإتجاه.

3-3-2- مراحل تكوين الإتجاه.

3-3-3- عوامل تكوين الإتجاه.

3-3-4- الوظائف الناتجة عن تكوين الإتجاه.

3-4- تغيير الاتجاهات :

3-4-1- العوامل المؤثرة في تغيير الإتجاه.

3-4-2- طرق تغيير الإتجاهات.

3-1- دراسة الاتجاهات :

تتناول هذه النقطة مفهوم الاتجاه وخصائصه وكذا الفرق بينه وبين المفاهيم المشابهة له.

3-1-1- مفهوم الاتجاه :

و قبل التعرض لتعريفه سنتعرض لأهمية دراسة الاتجاهات.

3-1-1-1- أهمية الاتجاهات : يعتبر المفكر الإنجليزي "هربرت سبنسر" من

أوائل علماء النفس الذين استخدموا اصطلاح الاتجاهات، فهو الذي قال أن الوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل يعتمد إلى حد كبير على الاتجاه الذهني

للفرد الذي يصغي إلى الجدل أو يشارك فيه (1) وقد استعمل هذا المصطلح في كتابه المسمى " المبادئ الأولى " الصادر سنة 1862.

لم يحض هذا المصطلح بأهمية كبرى إلا بعد نشر دراسة ضخمة عن الفلاح البولندي في أمريكا، أين قدم "توماس وزانايكي" هذا المصطلح إلى ميدان علم النفس الاجتماعي بصورة قوية، أرغمت الكثير من الباحثين على الاعتراف به كاصطلاح يجب أن يحتل مركزا ممتازا في الميدان ومنذ ذلك الوقت أصبح استخدامه واسع النطاق، سواء في الدراسات النظرية أو التجريبية، " ويعود هذا الإنتشار إلى أن الإتجاه له صلة وثيقة بالسلوك الصادر عن الشخص فإن معرفتنا له تمكننا من التنبؤ بسلوك الإنسان، مما دفع بعض العلماء من أمثال "بوجاردوس" و"توماس" إلى القول بأن علم النفس الاجتماعي "ما هو إلا الدراسة العلمية للاتجاه" (2).

كما اعتبر المفكر الأمريكي "جوردن ألبرت" أن مفهوم الاتجاهات هو أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي الأمريكي المعاصر، فليس هناك إصطلاحا واحدا يفوقه في عدد مرات الظهور في الدراسات التجريبية، وقد أرجع ألبرت سبب شيوع هذا المصطلح إلى العوامل التالية: (3)

1-"إن هذا المصطلح لا ينتمي إلى أي من المدارس السيكلوجية التي كان يسود بينها النزاع، وهي مدرسة الغرائز السلوكية، مدرسة الجشتالت وعليه فمن الطبيعي أن يتلقفه غالبية علماء النفس الذين كانوا يقفون خارج هذه المدارس.

2-إن هذا المصطلح يساعد المتبني له، أن يتهرب من مواجهة مشكلة البيئة والوراثة التي كان الجدل حولها محتما طوال العقدين الثالث والرابع من هذا القرن.

3-أن لهذا المصطلح قدر من المرونة، يسمح باستخدامه في نطاق الفرد وعلى نطاق الجماعة، وقد استخدم فعلا في كل من هاتين الوجهتين، مما جعله نقطة التقاء بين علماء النفس وعلماء الاجتماع، تسمح لهم بالمناقشة والتعاون في مجال البحث.

4-الرغبة الملحة لدى علماء النفس بوجه عام، وخاصة في أمريكا في أن يتمكنوا من استخدام المقاييس في دراستهم، فالقياس في أذهان الكثيرين هو الذي يجعل البحث جديرا بأن يسمى بحثا علميا.

3-1-1-2- تعريف الاتجاه :يقابل مصطلح الاتجاه باللغة الفرنسية

(ATTITUDE) والذي يستخدم في معاني مختلفة، فقد يقصد به الجهة أو القصد أو الرأي أو الميل أو القيمة، أما في الدراسة العلمية، فيستعمل كمرادف للرأي أو الميل أو القيمة" (4).

و تستعمل كلمة الاتجاه لأكثر من معنى في مجالات العلم والحياة اليومية، ومثال ذلك استعمال الكلمة في الدلالة على وجهة الرياح الطائرة، ووجهة الارتفاع أو الانخفاض في الدراسة العلمية لسعر عملة ما، والمنحنى الذي تأخذه الدولة في مواجهة أمر عام يتصل بسياساتها الداخلية أو الخارجية.

لذلك لم يوجد تعريف واحد مقنع يعترف به الجميع وهذا راجع لتنوع وجهات النظر المتطرفة للمصطلح والمؤسسة نظريا من قبل الباحثين مما نتج عنه كم هائل من التعريفات، سنتطرق إلى أهمها فقط :

إن التعريف الذي شاع أكثر من غيره والذي لا يزال يحوز القبول لدى غالبية المختصين هو تعريف (جوردون ألبرت) والذي يعرف الاتجاه "على أنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة". (5)

و لتقريب المعنى المقصود أكثر إلى الأذهان، يمكن القول أن الاتجاه هو الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو القبول، ومن ثم، فإن هذا التعريف أكد ضرورة تأثير الخبرة الماضية للشخص في تكوين الاتجاه، كما ركز على الاستمرار النسبي فبعض الاستجابات تتميز بأنها وقتية ومن ثم لا تدخل هذه الاستجابات في نطاق الاتجاهات.

و حسب محمد منير حجاب "فالالاتجاه يشير إلى الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد أو الجماعة عندما تكون بصدد تقييم شئ أو موضوع بطريقة منسقة وتميزه أو قد ينظر إليه على أنه تعبير محدد عن قيمة أو معتقد، ولهذا يشتمل

على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً". (6)

أما تعريف (بوجاردس) للاتجاه فهو "ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيداً عنها متأثراً في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة تبعاً لقربه من هذه العناصر أو بعده عنها" (7). وهو يشير بذلك إلى مستويين للتأهب هما أن يكون لحظياً أو قد يكون ذا أمد بعيد وسنحاول فيما يلي مناقشة كل مستوى من هذين المستويين على حدى بإيجاز.

أ / التأهب المؤقت أو اللحظي : وينتج بطبيعته الحال من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها، ويمثل ذلك اتجاه الجائع نحو الطعام، في لحظة إحساسه بالجوع، وينتهي هذا التميز المؤقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع.

ب / التهيؤ طويل المدى : ويتميز هذا الاتجاه بالثبات والاستقرار، ويمثل ذلك اتجاه الفرد نحو صديق له، فهو ثابت نسياً، لا يتأثر غالباً، كمضايقات عابرة، ولذلك فمن أهم خصائص هذا النوع من الاتجاهات أنه تأهب أو تهيو، له صفة الثبات أو الاستقرار النسبي الذي يتبع بطبيعة الحال تطور الفرد في صراعه مع البيئة الاجتماعية والمادية، وعليه فالاتجاهات حسب هذا التعريف هي حصيلة تأثر الفرد بالمتغيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة، والتراث الحضاري للأجيال السابقة كما أنها مكتسبة وليست فطرية.

و في نفس سياق تعريف بوجاردس، يرى حامد زهران أن الاتجاه "هو عبارة عن استعداد نفسي أو تهيو عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة، نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير بها هذه الاستجابة". (8)

كما يرى كلينبارج. أن الاتجاه يعرف "بأنه مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعوراً إيجابياً أو سلبياً، يشمل فكرة الفرد عن الموضوع ومفهومه عنه وعقائده وانفعالاته وأماله وتطلعاته ومخاوفه وآراءه المتعلقة بهذا الموضوع". (9)

و بالتالي حسب هذه المجموعة من التعاريف فالالاتجاه يشكل مجموعة من الأحاسيس المتكونة بداخل الفرد وكذا مشاعره إزاء موقف ما، سواء كان بالسلب أو

بالإيجاب، وهذه المشاعر تعطي فكرة عن الموضوع بالإضافة إلى المعتقدات والقيم وغيرها.

أما تعريف كوتش وكرتشفيلد فهو "تنظيم ثابت دائم من العمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية للاحية خاصة من مجال الفرد وبيئته". (10)

و بالتالي فإن الاتجاه حسب هذا التعريف ما هو إلا تنظيم محكم لخبرات وتجارب الفرد السابقة والحاضرة وكذا المستقبلية، أين يكون هناك نوع من الانسجام والالتحام بين عواطف الفرد وبيئته.

يعرفه أحمد زكي صالح بأنه استجابة إزاء موضوع معين أو رمز هذا الموضوع، وغالبا ما يكون هذا الموضوع جدليا أو اجتماعيا". (11)

و قد ركز الباحث في وضع هذا التعريف على حالة الاستعداد السيكولوجي لدى الشخص، والذي يدفعه للاستجابة بطريقة معينة تجاه موضوع ما.

وورد في معجم العلوم الاجتماعية : "الاتجاه هو تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة، الصادرة نحو الأشياء والأشخاص والمسميات المعنوية من حيث أن هذه الاستجابة استجابة بالقبول أو النفور" (12)

و معنى ذلك أن الاتجاه يقوم أساسا على كم المعلومات والخبرات المتراكمة لدى الفرد العقلية والعاطفية والسلوكية. والتي لها دور فعال في تحديد وتشكيل الاستجابة الإيجابية أو السلبية تجاه المواضيع المختلفة والمواقف المعنية.

لقد ركزت التعاريف السابقة حول الاتجاه على ثلاثة محور أساسية في تشكيل الاتجاه وهي الاستعداد العقلي من خلال العمليات المعرفية التي يكونها الفرد في داخله وكذا الاستعداد العاطفي من خلال العمليات الوجدانية وأخيرا الاستعداد السلوكي من خلال العمليات الإدراكية.

كما نلاحظ أن مختلف التعاريف ركزت على أن الاتجاه يمتاز بالثبات النسبي مع إمكانية حدوث تغييرات على مستواه بتدخل عوامل مختلفة وانفقت على أنه مكتسب وليس فطري، غير أن كل واحد من هذه التعريفات ركز على خاصية أساسية من خصائص الاتجاه والتي سنتناولها بنوع من التفصيل في العنصر الموالي.

3-1-1-3- خصائص الاتجاه: وهي عديدة ومنها :

الاستمرار النسبي : من خلال تعريف ألبورت السابق للاتجاه نستنتج أن من مميزات الإتجاه أنه مستمر لكن ليس بطريقة مطلقة وإنما بطريقة نسبية، وهذا راجع لأن بعض الإستجابات تكون مؤقتة، فلا ندخلها في خانة الاتجاهات، ذلك أن الاتجاهات هي مجموعة من الاستجابات التي كونتها الخبرات الماضية" (13) أي أنها تحقق درجة معينة الدوام والاستمرار ويرجع ذلك أساسا إلى أننا نكتسب الاتجاهات من خلال عملية التعلم.

كونها تنظيم للمعتقدات : ويمكن تعريف المعتقد بأنه قضية بسيطة، شعورية أولا شعورية نستنتجها مما يقوله شخص ما أو يفعله بحيث تكون مسبوقة بعبارة أنا أعتقد أما محتوى المعتقد، فقد يصف موضوعا أو موقفا صحيحا أو خاطئا، كما أنه يطرح تقييما لهذا الموقف باعتباره مرغوبا أو غير مرغوبا "و كلا من المعتقدات والاتجاهات تحدد الاستجابات وهكذا تكون الاتجاهات تنظيما للمعتقدات وكل معتقد يدخل في تكوين هذه الاتجاهات ينبغي أن يشتمل على العناصر المعرفية والعاطفية وكذا السلوكية". (14) وقد أكدت هذه الخاصية تعريفات كل من بوجاردس وحامد زهران وكلينبارج.

خاصية التنظيم : ذلك أن الاتجاه ينطوي على مجموعة من العناصر المكونة له، وينبغي أن نحدد الأبعاد التي يتم وفقا لها، تحديد العلاقة بين هذه المكونات في إطار البناء الكلي الذي يشتمل عليها وتضم هذه الأبعاد : التباين أو التعقيد أي مجموعة العناصر التي يتألف منها الاتجاه والتنظيم المعرفي، أي الصلات المتبادلة بين العناصر المركزية "حيث يمكن إدراك هذه العناصر بوصفها تتمركز حول محور معين تكون له أهمية خاصة والتنظيم في ضوء البعد الزمني أي ارتباط عناصر الاتجاه الماضي أو الحاضر أو المستقبل والخصوصية أو العمومية، ويتصل هذا البعد بالتفرقة بين درجة شمول الاتجاهات والفصل بينها وعلى سبيل المثال نستطيع أن نفصل بين الاتجاه نحو عزل الزوج في مدارس خاصة، أو عزلهم في مساكن خاصة في إطار الاتجاه العام للبيض نحو الزوج في الولايات المتحدة ويتوقف ذلك بالطبع على معايير التباين والتكامل بين مختلف عناصر الاتجاهات". (15)

و قد تجلت هذه الخاصية للاتجاه في تعريف كوتشر وكرتشفيلد.

- احتواء الاتجاهات توجيهها محددًا بالنسبة للموضوعات المختلفة في العالم الخارجي أو القيم وهي بهذا المعنى تختلف عن الانعكاسات الشرطية البسيطة في أنها لا يجب أن تكون مجرد أنماط روتينية أو آلية للسلوك، بل لا تتطوي على درجة معينة من التوتر.

- أنها تختلف من حيث شدتها فقد تكون في بعض الأحيان بالغة التأثير وقد تضعف أو تقل درجة تأثيرها في ظروف أخرى.

-الاتجاه حادث نفسي : أي لا يخضع للملاحظة مباشرة، شأنه في ذلك شأن الذكاء والشخصية، ولكنه يمكن أن يدرس عن طريق ما يؤدي إليه أي عن طريق السلوك الذي يظهر والذي يمكن أن يكون موضوع ملاحظة مباشرة ومن هذه الزاوية كثيرًا ما يقال أن الاتجاه افتراضي ويجري التحقق من وجوده ووجهته عن طريق دراسة أنماط السلوك المنبئة عنه.

-الاتجاه تهيؤ : حيث أنه يبدو على شكل استعداد أو نزوع للقيام بفعل ينطوي على علاقة بين الشخص وموضوع الاتجاه ومن هذه الزاوية يكون اختلافه عن السمات التي يذكر وجودها في الشخصية والتي تكون لاصقة بها وتميزها من حيث هي "كل".

-الاتجاه محوري : أي أنه مستقطب، وله محوران : مع أو ضد، تفضيل أو لا تفضيل تحبيذ أو رفض، ومن هذه الزاوية يقال عن الإتجاه أنه ينطوي على نوع من التحيز الشخصي، وإن فيه تقويما أي منح قيمة من الشخص لموضوع الإتجاه وقد تكون القيمة (أي التفضيل) عالية وقد تكون دون ذلك، ومن هذه الزاوية ينظر إلى الاتجاهات على أنها يمكن أن تختلف من حيث شدتها أكانت "مع" أم كانت "ضد"

-الاتجاه متعلم : أي أنها لا تكون لدى الشخص لعامل وراثي بل هي مكتسبة وتأتي من تفاعل الشخص (بكل ما عنده) مع محيطه (بكل ما فيه) ومن الخبرات الناجمة عن هذا التفاعل، ويدخل في هذه الخبرات المشاعر الانفعالية التي ترافقها وتكون جزاء منها. ومن هذه الزاوية يكون النظر إلى تكون الاتجاهات لدى الشخص مع نموه والنظر إلى التفاوت بين الأفراد في اتجاهاتهم، وإن كان موضوع الاتجاه واحدا.

-الاتجاه متخصص : أي أن لكل اتجاه موضوعه الخاص به، ومثال ذلك الاتجاه لدى الأشخاص نحو عمل المرأة في القوات المسلحة أو الاتجاه نحو النظام الرأسمالي أو نحو الحرية، فالاتجاه الشخص الإيجابي مثلا نحو عمل المرأة في القوات المسلحة يظهر في أنماط السلوك المتصلة بهذا الموضوع والصادرة عن ذلك الشخص، وفيها أقواله وأفعاله، في شرح ذلك، إن تلك الأنماط من السلوك مترابطة ومتجهة نحو موضوع واحد في الأصل ولذلك يقال أن الاتجاه يعبر عن نظام تأتلف فيه أنماط من السلوك وقدم مجتمعة دلالة على وجهة التفضيل في الاتجاه.

-الاتجاه متغير ومتحول : أي أنه ينطوي على درجات، وقد يهتم قياس الإتجاه بثلاث درجات من الشدة وقد يتناول عددا من الدرجات يفوق ذلك، وفي كل الحالات تشمل الدرجات في دراسة الاتجاهات درجات في شدة التفضيل الإيجابي ودرجات في عدم التفضيل أي التفضيل السلبي.

-الاتجاه عقلي عاطفي : أي أنه ينطوي على تفاعل بين جانب عقلي لدى الأشخاص وجانب عاطفي أو انفعالي، ولكن الغلبة في الاتجاهات للجانب العقلي وقوة الجانب العاطفي.

-الاتجاه ثلاثي الأبعاد : ففيه بعد الماضي من حيث تكونه واستمراريته حتى الحاضر، وفيه بعد المستقبل، ويبدو ذلك في استمراره مستقبلا وفي إجراءات اعتماد الاتجاهات للتنبؤ بما يمكن أن يبلغه صاحبها إذا واجهته ظروف تتصل بموضوع تلك الاتجاهات، وفيه بعد الحاضر ويبدو في ظهور الاتجاه حاضرا، عن طريق أنماط السلوك المعبرة عنه، حين وجود استثارة معينة ترتبط بموضوعه أو حين تدعو حاجة حاضرة إلى ذلك. (16) نستنتج أنه هناك خصائص للاتجاه تميزه عن بقية المفردات المتشابهة له كالرأي والاعتقاد.

3-1-2- الفرق بين الاتجاه وبعض المفاهيم المشابهة له :بين الاتجاهات

وعدد من المفاهيم المتداولة خصوصا في الظواهر النفسية أشكال من التفاعل والترابط مع وجود أشكال من التباين والاختلاف، ومما يوفر مزيدا من البيانات في فهم الاتجاهات ومكوناتها الوقوف عند خمس من هذه المفاهيم، وهي : الآراء، الدوافع،

المبول، الاعتقادات، والقيم في محاولة لبيان ما بينها وبين الاتجاهات من اختلاف لتوضيح معنى الاتجاه أكثر.

3-1-2-1-الاتجاه والآراء:

الرأي مصطلح قريب من مصطلح الاتجاه ولا سيما في حديث الإنسان العادي في مناسبات الحياة اليومية يضاف إلى ذلك أن الآراء كثيرا ما تعتمد في الكشف عن الاتجاه لدى شخص ما وضع موضع الملاحظة أو في دراسته علمية عن الاتجاهات لدى مجموعة من أشخاص، وكثيرا ما أوردت قياسات الرأي العام أن نتائجها الخاصة بالرأي العام تعبر عن اتجاهات الناس نحو هذا الحزب أو ذاك ونحو هذا المرشح لرئاسة الجمهورية أو ذاك.

و الرأي: " تعبير لفظي يدل على اتجاه الفرد نحو موضوع أو حدث معين محدد آراءنا وموجهها هو اتجاهنا نحو ما أدلينا برأينا فيه، والاتجاه من هذا المنطق هو الذي يحكم سلوكنا نحو هذا الموضوع أو الحدث" (17).

كما أن يوسف محمد الشيخ رأى أن " الرأي يحكمه الاتجاه ويكون هذا الرأي أو الاعتقاد نحو موضوع معين ومن ثمّ يحكم سلوك الفرد نحو هذا الموضوع " (18) أي إذا أردنا معرفة اعتقاد الجمهور حول موضوع ما مثل الصحافة الالكترونية فإننا مطالبين بالحصول على آراء حول ما يراه هؤلاء المبحوثين حول هذا الموضوع أي نتحصل على رأي الجمهور من خلال الإجابات على الأسئلة المصاغة ثم تأتي عملية التحليل لمعرفة الدوافع التي جعلتهم يرون هذا الرأي.

هناك تعريف آخر للرأي على أنه حكمٌ شخصي يطلق على شخص أو حادثة أو علاقة أو غير ذلك في مناسبة أو ظروف ما ويعبر عما يراه الشخص بشأن ما يطلق رأيه عليه.

ومن هنا نستنتج جملة من الاختلافات بين الاتجاه والرأي وهي: (19)

-الرأي حكم محدد يطلق على حادثة محددة في مناسبة ما، والأمر ليس كذلك في الاتجاه الذي يعد تهيؤاً للسلوك باتجاه ما نحو أمر ما يمكن أن يظهر ضمن شروط متنوعة وفي مناسبات مختلفة،

-الصيغة الانفعالية المرافقة للسلوك المعبر عن الاتجاه هي أكثر بروزاً أو ظهوراً من الصيغة الانفعالية في الرأي، مع العلم أن العوامل الانفعالية مثل المشاعر وغيرها، يمكن أن تتدخل في تكوين الرأي كما يمكن أن تتدخل في تكوين اتجاه ما.

-من الممكن التأكد من صحة الرأي أو الخطأ فيه، أي من التطابق بين حكم صاحب الرأي وواقع الحال أو الأمر الذي يطلق عليه الحكم، أما الاتجاه فلا تتوفر الفرص فيه للتحقق من صحته بعد التأكد من وجوده لدى صاحبه فمن الممكن التأكد من صحة رأي يقول أنّ دولة "س" خسرت مئة دبابه في الأيام الأولى من حربها مع "ع" ولكن مثل هذا التأكد غير وارد حين يعبر شخص عن اتجاهه الذي ينطوي على استهجان الحرب ونفوره منها.

-الرأي سلوك واضح يوضع موضع الملاحظة مباشرة، أمّا الاتجاه فهو تهيؤ ضمني لا يلاحظ مباشرة بل تدل عليه أنماط من السلوك بينها الآراء.

3-1-2-2-الاتجاهات والدوافع:

يتكرر في الدراسات النفسية القول: أنّ وراء كلّ دافعاً أو أكثر يُحرض ذلك السلوك ويستثيره ويوجهه السؤال هنا: ما مكانة الدوافع في الاتجاهات؟

إنّ لدى الشخص الكثير من الاتجاهات، ولكنها لا تعمل باستمرار ولا تكون باستمرار في مستوى الشعور بل يمكن أن تكون وراء الشعور في نوع "من النوم" أو "الحفظ" على أن يأتي ما يستثيرها، وقد يأتي المثير من الداخل وقد يأتي من الخارج، ويكون النظر إلى الاتجاه في الحالتين على أنه "تهيؤ" أو "نزوع" لتحريك السلوك باتجاه معين، فإذا وجد المؤثر، مثل ظهور فكرة تتصل بالكتل السياسية لدى شخص يناقش الموضوع بينه وبين نفسه أو يناقشه مع آخر، فإن هذا المؤثر يستثير الدافع، ومن هنا يقال كذلك إن مثل هذا السلوك سلوك موجه بالاتجاه الموجود لدى شخص، وهو موجه لتنفيذ ما يعبر عن ذلك الإتجاه. والدوافع قوة داخلية وشدته اللاحقة بشدة تحريضه من المؤثر تتعكس على شدة ظهور الاتجاه، والاتجاه نفسه قوة كذلك لما يتضمنه من اعتقادات وقيم وعواطف، فإذا بدأ تحقيق وظيفته وتوجيه السلوك، فإنه يغدو قوة تتفاعل مع قوة الدافع وتتعاون معها، ومع ذلك يبقى الدافع مختلف عن الاتجاه من حيث حالة أو حادثة نفسية.

3-2-1-3- الاتجاهات والميول :

يكشف فحص اهتمام الشخص بشئ ما عن رغبة يحتمل فيها أن تكون واحد من طرفين : الرغبة في الحصول على ذلك الشئ أو الرغبة في البعد عنه وتفاديه (راغب فيه، أو راغب عنه) والرغبة ظاهرة يراها علماء النفس لاصقة بمصطلح الاهتمام أو دالة عليه، فالرغبة في الشئ تعبير عن الاهتمام به أو الميل إليه، أو عن الاهتمام بتفاديه أو الميل عنه، والغالب في الاهتمام أو الميل، الصيغة الانفعالية التي ترافق سلوك الشخص نحو موضوع اهتمامه، إما أن يبدو محبا لذلك الموضوع أو نافرا منه، منجذبا إليه أو مبتعدا عنه، والصيغة الانفعالية كما ذكر من قبل موجودة في الاتجاه، ثم إن في الميل صبغة عقلية تبدو واضحة حيث يقدم الفرد مسوغات عقلية كذلك، ولكن هناك فرقا أو اختلافا مع ذلك بين الحالتين، ويظهر هذا الفرق في أمور أهمها أربعة :

"الأول : أن الصبغة العقلية، تغلب على الاتجاه وتكون الصبغة الانفعالية ضعيفة، وأن الصبغة الانفعالية غالبية على الميل وتكون الصبغة العقلية ضعيفة.

الثاني : الاختلاف في درجة الثبات والاستمرار فالاتجاه أكثر ثبات في النفس واستمرار في حياة الفرد، مما عليه الحال في ميل (الاهتمام).

الثالث : الاختلاف في الموضوع أو الهدف، فالغالب على موضوعات الاتجاهات أنها اجتماعية وأن العناية بها في المجتمع واضحة والحال ليست كذلك في موضوع الميل أو هدفه، إذ يحتمل كثيرا أن يكون موضوع الاهتمام شيئا يخص الشخص وحده.

الرابع : الاتجاه أكثر عمقا في بناء الشخص وأشد أثرا من الإهتمام وذلك بسبب من غلبة الصبغة العقلية على الاتجاه ومن توظيف الاتجاه قناعات الشخص واعتقاداته حين يغدو هذا قائما عنده". (20)

من خلال هذه الفروق بين الميل والاتجاه يمكن أن نعرف الميل على أنه الإقبال على شئ ما يعكس الرغبة، هذه الرغبة تولد ميلا له. فهو يتعلق إذن بما نحب ونكره، والميل هنا وليد الرغبة فحسب.

انطلاقا مما سبق يمكن استنتاج تعريف إجرائي للإتجاه وهو "أن الإتجاهات تعتبر تنظيم الفرد لبعض العمليات السيكولوجية. بحيث يتيسر استنتاجها من سلوكه الفعلي بالنظر لمظهر معين في العالم يميزه عن المظاهر الأخرى، وهكذا تكون الاتجاهات

الاجتماعية لفرد ما معبرة عن الاتساق الكامل لاستجاباته تجاه مجموعة من الموضوعات الاجتماعية أو السياسية، ويعبر عن هذا الاتجاه تغييرا بالموافقة عليه أو المعارضة أو المحايدة ويمكن بإعطاء درجة ما.

3-2-2- تصنيف الاتجاهات : تصنف إلى الأنواع التالية

3-2-1-1- من ناحية القوة والضعف : اتجاه قوي واتجاه ضعيف.

3-2-1-2-1- الاتجاه القوي :

يبدو الاتجاه القوي في موقف الفرد من هدف الاتجاه موقفا حادا لا رفق فيه ولا هوادة، فالذي يرى المنكر، فيغضب ويثور ويحاول تحطيمه إنما يفعل ذلك لأن اتجاهها قويا حادا يسيطر على نفسه، والقوة في الاتجاه تميز شدة الاتجاه الذي ينعكس على نزوع الفرد وتفاعله مع الآخرين، ويظهر من خلال المواقف الاجتماعية أين يكون الرد قوي وهذا بطبيعة الحال ينعكس على شخصية الفرد أم الجماعة.

3-2-1-2-2- الاتجاه الضعيف :

هذا النوع من الاتجاه يتمثل في الذي يقف من هدف الاتجاه موقفا ضعيفا رخوا، خانعا مستسلما، فهو يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه كما يشعر بها الفرد في الاتجاه القوي.

3-2-2- من ناحية الإيجاب والسلب : اتجاه موجب وآخر سالب

3-2-2-1- الاتجاه الموجب :

هو الاتجاه الذي ينحو بالفرد نحو شئ ما ويقربه من موضوع الدراسة.

3-2-2-2- الاتجاه السالب :

هو الاتجاه الذي يجنح بالفرد بعيدا عن شئ آخر ويبعده عنه (21)

3-2-3- من الناحية العلنية والسرية : اتجاه علني وآخر سري

3-2-3-1- الاتجاه العلني:

هو الاتجاه الذي لا يجد الفرد في إظهاره والتحدث عنه أمام الآخرين.

3-2-3-2- الاتجاه السري:

هو الاتجاه الذي يحاول الفرد إخفاءه عن الآخرين ويحتفظ به في قرارات نفسه، بل ينكره أحيانا حين يسأل عنه ويظهر الاتجاه السري حين يكون مخالفا للقيم السائدة في مجتمع (22) والاتجاه السري يحتفظ به الشخص لأسباب خاصة تمنعه من الإفصاح عنه.

3-2-3-4- من ناحية الفردانية والجماعية: اتجاه جماعي وآخر فردي.

3-2-3-1- الاتجاه الجماعي:

هو الاتجاه المشترك بين عدد كبير من الناس، فإعجاب الناس بالأبطال مثلا هو إتجاه جماعي.

3-2-3-2- الاتجاه الفردي:

هو ذلك الاتجاه الذي يؤكد فرد معين في الجماعة بحيث يميز هذا الفرد عن الآخرين، فإعجاب الإنسان بصديق له يعتبر اتجاه فردي.

3-2-3-5- من ناحية التعميم والخصوصية: اتجاه عام وآخر نوعي

3-2-3-1- الاتجاه العام

هو الاتجاه الذي ينصب على الكليات وقد دلت الأبحاث التجريبية على وجود الاتجاهات العامة، فأثبتت أن الاتجاهات الحزبية السياسية، تنقسم بصفة العموم، ويلاحظ أن الاتجاه العام هو أكثر شيوعا واستقرارا من الاتجاه النوعي.

3-2-3-2- الاتجاه النوعي:

هو الاتجاه الذي ينصب على النواحي الذاتية أي يصب اهتمامه على جزء من الموضوع، وتسلك الاتجاهات النوعية مسلكا يخضع في جوهره لإطار الاتجاهات العامة وبذلك تعتمد الاتجاهات النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها.

3-3- تكوين الاتجاهات :

تتكون الاتجاهات لدى الفرد مع نموه ونضجه وتكون نتيجة لخبراته الناجمة عن تفاعل بينه وبين المحيطين الاجتماعي والمادي حوله، وفي جملة ما تصفه هذه الخبرات تأثير الآخرين في الشخص حين يكون ناشئاً يعيش داخل الأسرة ويتلقى التربية التي توفرها له ويتفاعل معها، وحين يكون موضوع تفاعل مع الآخرين خارج محيطه الأسري، وكذلك حين يكون متفاعلاً مع شروط مؤسسات اجتماعية متعددة كالمدرسة والنادي ومؤسسات العمل... وغيرها. وأن يكون متفاعلاً مع وسائل الإعلام ولعل ما يساعد في فهم الأثر الذي يتركه في الشخص ظروف الأسرة والمدرسة والمجتمع الخارجي فحص ما تنطوي عليه توجيهات الأسرة باستمرار، وفحص ما تنطوي عليه أهداف التعليم في مراحل المتعددة، والأهداف التي تعمل من أجلها المؤسسات المختلفة، على أنه من الضروري الإشارة إلى مكانة قدرات الشخص العقلية ومعارفه وبناء شخصيته في تكون الاتجاهات لديه. إذ لهذه القدرات والمعارف الشخصية مكانتها في التفاعل بين الفرد ومحيطه. في مستوى فهمه للأمور وفي محاولته الوصول إلى الكشف والإبداع والإسهام، إذ أن تكون اتجاه ما يعتمد اعتماداً عميقاً على المعارف التي تنطوي عليها خبراته، وعلى قناعاته وإعتقاداته وعلى مستوى تقبله الأشياء والتلقين والنصائح. لذا سنتناول في هذه النقطة مختلف مكونات الاتجاه، إضافة إلى مراحل وعوامل تكوينه وكذا تأثير هذا التكوين على الفرد.

3-3-1- مكونات الاتجاه :

للاتجاه مكونات مختلفة تتحد فيما بينها لتكون الاستجابة النهائية التي يتخذها الفرد إزاء مثير معين وتتمثل هذه المكونات في التالي :

3-3-1-1- المكون العاطفي (الوجداني) :

"يتمثل في مجموع العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع معين متعلق بالاتجاه وهي تظهر مدى حبه لذلك الموضوع أو نفوره منه".

و بالتالي فهو شعور عام يؤثر في استجابة القبول أو الرفض لموضوع الاتجاه ويشير إلى ما يتعلق بالشئ أو الموضوع من نواحي عاطفية إنفعالاته أو وجدانية تظهر في سلوك الفرد بمعنى، كيف يشعر الفرد إذا تعامل مع هذا الموضوع، هل يشعر بالسعادة أم لا ؟، وطبيعة هذا الشعور يتوقف على طبيعة العلاقة بين الموضوع والأهداف الأخرى التي يراها الفرد مهمة، ويصبح هذا الشعور إيجابيا تجاه الموضوع، إذا كان يؤدي بدوره إلى تحقيق أهداف أخرى والعكس صحيح.

3-3-1-2- المكون المعرفي (الفكري) :

" ويتضمن معتقدات الفرد نحو الأشياء، حيث لا يكون للفرد أي اتجاهات حيال أي موضوع، إلا إذا كانت لديه وقبل كل شئ معرفة عنه، فالاتجاهات تعتبر حصيلة ما اكتسبه الفرد من الخبرات والآراء والمعتقدات من خلال تفاعله مع بيئته المادية والاجتماعية، فالاتجاهات هي أنماط سلوكية يمكن اكتسابها وتعديلها وتكون وتنمو وتتطور لدى الفرد من خلال تفاعله مع البيئة" (24).

أي أن المكون المعرفي للاتجاه هو مجموع الأفكار والقناعات والاعتقادات المتعلقة بموضوع معين يمتلكها صاحب الاتجاه، وهو الذي يطور اعتقاده تجاه الأشياء وتظهر واضحة لديه حينما يورده ليدفع إلى تسويغ اتجاهه.

3-3-1-3- المكون السلوكي (النزوعي) :

" ويتضمن هذا المكون جميع الاستعدادات السلوكية التي ترتبط بالاتجاه، فعندما يمتلك الفرد اتجاها إيجابيا نحو شئ ما أو موضوع ما، فإنه يسعى إلى مساندة وتدعيم هذا الإتجاه، أما إذا امتلك الفرد اتجاها سلبيا نحو موضوع أو شئ ما فإنه يظهر سلوكا معاديا لهذا الشئ أو الموضوع" (25) بمعنى أن هذا المكون يمثل أساليب الفرد السلوكية إزاء المثير سواء كانت إيجابية أم سلبية، أي هي عبارة عن نزوع أو ميل صاحب الاتجاه إلى القيام بأنماط من

السلوك تتصل بموضوع يتوافر الموقف أو المجال الذي يقع فيه اتجاه الشخص وموضوع اتجاهه، وذلك حين تدعو الحاجة إلى مثل ذلك الإجراء.

إن هذه الفئات الثلاث مترابطة مع بعضها البعض وهي تشكل سوية مضامين الاتجاه، ولكن الباحثون عادة ما يشيرون إلى أن المكون العقلي هو الأعظم مكانة من

المكونات الأخرى وقد يكون السبب هو القيادة وتحديد الأولويات تقع على عاتق هذا المكون دون الآخرين لأجل بناء الاتجاه.

3-3-2- مراحل تكوين الاتجاه :

يمر تكوين الاتجاهات بثلاثة مراحل أساسية هي :

3-3-2-1- المرحلة الإدراكية (المعرفية) :

يكون الإتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الإجتماعية التي تكون من طبيعته المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه" (26) فمثلا قد يتبلور الإتجاه في نشأته حول أشياء مادية، كالبيت المريح أو الحديقة الهادئة، وحول نوع خاص من الأفراد كالإخوة والأصدقاء والجيران وحول نوع محدد من الجماعات، كالأسرة والنادي أو حول بعض القيم الإجتماعية كالشرف، الكرم، التضحية...إلخ.

3-3-2-2- مرحلة نمو الميل نحو شئ معين :

" وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شئ معين، فمثلا إن أي طعام حتى يرضي الجائع، ولكن الفرد يميل إلى بعض أصناف خاصة من الطعام، وقد يميل إلى تناول طعامه على شاطئ البحر، وبمعنى أدق أن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية" (27) بمعنى أن الفرد في هذه المرحلة يحاول تقسيم نتائج تفاعله مع المثيرات ويكون التقسيم مستندا إلى ذلك الإطار المعرفي الذي كونه الفرد لهذه المثيرات بالإضافة إلى عدة أطر أخرى منها ما هو ذاتي غير موضوعي أي يحتوي على الكثير من الأحاسيس والمشاعر المتصلة بهذا المثير.

3-3-2-3- مرحلة الثبوت والاستقرار (المرحلة التقريرية) :

"الثبوت هو المرحلة الأخيرة وتعني تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه وثبوت الميل نحو الأشياء لتشكيل الاتجاه" (28) أي أن هذه المرحلة تتميز بثبوت الفرد على شئ ما وبالتالي تعد المرحلة الأخيرة التي يتخذ فيها القرار.

3-3-3- عوامل تكوين الاتجاهات :

هناك عدة عوامل يشترط توافرها لتكوين الاتجاهات من بينها :

3-3-3-1- طبيعة الانتماء الجماعي :

" حيث تتشكل الاتجاهات لدى الفرد عن طريق تأثير الجماعة التي ينتمي إليها، والتي يكون نحوها مشاعر ولاء عميقة، ومن ثم تعكس اتجاهاته باستمرار الجماعة ومعتقداتها ولذلك يهتم المختصون في علم النفس الاجتماعي بعملية تكوين الاتجاهات ومعايير الجماعة التي تساهم في هذه العملية إذا كانت لا تتناقض مع المعايير العامة وكانت محل قبول كل أفراد الجماعة" (29).

يعني ذلك أن الفرد عادة ما يقبل اتجاهها ما دون أن يكون له أي اتصال مباشر بالأشياء أو الموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه، وهذا لأن تكوين الاتجاه. لا يكتسب بل تحدده معايير الاجتماعية العامة التي يمتصها الفرد عن غيره دون نقد أو تفكير، فتصبح كجزء نمطي من تقاليده يصعب عليه التخلص منها، ويلعب الإيحاء دورا هاما في تكوين هذا النوع من الاتجاهات فهو أحد الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع.

3-3-3-2- تعميم الخبرات :

" إن الإنسان دائما يستعين بخبراته الماضية ويعمل على ربطها بالحياة الحاضرة، فالطفل مثلا يدرّب منذ صغره على الصدق وعدم الكذب أو عدم أخذ شيء ليس له، أو احترام الأكبر منه عمرا... الخ، والطفل ينفذ إرادة والديه في هذه النواحي دون أن يكون لديه فكرة عن أسباب ذلك، ودون أن يعلم أنه إذا خالف ذلك يعتبر خائنا وغير آمن. ولكنه عندما يصل إلى درجة من النضج يدرك الفرق بين الأعمال الأخرى التي يوصف فاعلها بالخيانة، وحينما يتكون لديه هذا المبدأ يستطيع أن يعممه في حياته الخاصة والعامة" (30) أي أن هناك استمرارية لكم الخبرات المكتسبة في تكوين الاتجاه.

3-3-3-3- تمايز الخبرة :

" إن اختلاف وحدة الخبرة وتمايزها عن غيرها يبرزها ويؤكددها عند التكرار، لترتبط بالوحدات المتشابهة فيكون الاتجاه" (31)، ويعني هذا أنه يجب أن تكون الخبرة التي يمارسها الفرد محددة الأبعاد واضحة في محتوى تصويره وإدراكه حتى يربطها بمثلها فيما سبق أو فيما سيجد من تفاعله مع عناصر بيئته الاجتماعية

3-3-4- حدة الخبرة:

"لا شك أنّ الخبرة التي يصابها انفعال حاد تساعد على تكون الاتجاه أكثر من الخبرة التي يصابها مثل هذا الإنفعال" (32)

فالانفعال الحاد يعمق الخبرة ويجعلها أعمق أثرًا في نفس الفرد، وأكثر ارتباط بنزوعه وسلوكه في المواقف الاجتماعية المرتبطة بمحتوى هذه الخبرة وبهذا تتكون العاطفة عند الفرد وتصبح ذات تأثير على أحكامه ومعاييرها.

3-3-4- الوظائف الناتجة عن تكوين الاتجاه:

تعد الاتجاهات من المكونات الأساسية للشخصية، ويحقق وجودها وتكوينها لدى الفرد مجموعة من الوظائف أهمها ما يلي:

3-3-4-1- وظيفة إرضاء الحاجات وإشباعها:

"يكشف فحص تكوّن الاتجاهات عن أنها ترتبط بمكافآت أو عقوبات رافقت استجابات لدى الشخص بدت في قوله أو فعله مما يتصل بشخص أو فكرة أو مؤسسة أو موضوع اجتماعي، وحين ينال التعزيز دعم استجابته أي قوله أو فعله أو الأمرين معًا، فإن تكون الاتجاه يستمر ويتعمق، فقد غدا يلبي حاجته لدى الفرد، ويبدو النفع أحيانًا أخرى على التكيف مع أوضاع حياته، ويسمح النفع بالقول عن الاتجاه أنه نفعي كما تسمح الخدمة التي يقيمها الاتجاه في تكيف صاحبه مع ظروف طارئة بالقول أنه تكيفي، وظهور السلوك المعبر عن الاتجاه في الحالتين هو دليل على أن السلوك يلبي أو يشبع حاجات لدى الفرد" (33)، مثال ذلك أنّ تفضيل عامل ما، حزبًا سياسيًا بعد أن عرف ذلك الحزب يناضل في سبيل مصلحة الإنسان العامل، كذلك الاتجاه الإيجابي القوي الذي ظهر عند تلميذ نحو مادة اللغة الفرنسية، على صورة تفضيل مرتفع الشدة، والذي بدأ يتكون بعد حصوله على علامات عالية في امتحان اللغة الفرنسية، وبعد تعزيز جاء من ثناء عن المعلم.

3-3-4-2- الوظيفة التقويمية:

"تظهر الوظيفة التقويمية للاتجاه من ناحيتين:

الأولى متضمنة في تفضيل الاتجاه أمرًا - أو عدم تفضيله - مما يدل على أنّ لذلك الأمر قيمة ما لدى صاحب الاتجاه (إيجابية أم سلبية)، أمّا الناحية الثانية فتكون في دلالة

الاتجاه على قيم معينة لدى الشخص، أو نظام قيم، ويبدو الشخص في اتجاهه كأنه يقول معتزاً: هذا أنا" (34).

ويعني الجزء الأول من الوظيفة التقويمية: أنه مثلاً الفرد الذي يكون اتجاهه نحو الديمقراطية، اتجاه تفضيل، وهو يعبر عن حسنات الديمقراطية اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وغير ذلك. يرى أنّ في تفضيله تعبيراً عن تقويم بحال للديمقراطية. أما الجزء الثاني فمثلاً اتجاه شخص ما نحو المساواة بين الرجل والمرأة والذي يكشف فحص الاتجاه أنه موجود لدى شخص تكون العدالة في مكان عال بين قيمه ويكون احترامه لإنجازات المرأة في الأسرة واقتصاد الأسرة إحصاراً يقع في صدارة قيمه.

3-3-4-3 - الوظيفة المعرفية:

"للاتجاهات دور أساسي في تنظيم إدراك الفرد وترتيب معلوماته عن شتى المواضيع، فالفرد عند اتخاذه موقفاً معيناً سواء كان بالسلب أو بالإيجاب، فهو بحاجة للحصول على المعارف والمعلومات عن الموضوع حتى يتسنى له الحكم عليه، وبهذا فالاتجاهات تساعد الفرد على اكتساب المعارف وتتركه يبحث عنها ويستفيد منها" (35).

بمعنى أنّ الاتجاهات توفر للشخص نوعاً من الثبات والوضوح في رؤية العالم وتفسير حوادثه، وهذا لا يعني أنّ الاتجاهات تقدم صورة صحيحة عن العالم، بل يعني أنّ الصورة ذات معنى لمن يدرك العالم بواسطة اتجاهاتنا، وأن هذه الصورة تقدم نوعاً من الأساس لمعارف جديدة يصل إليها صاحب الاتجاه ويسعى إلى إدخالها في نظام اتجاهاته فمثلاً يؤدي الاتجاه الإيجابي لدى الشخص نحو العمل اليدوي خدمة في الوصول إلى مجموعة من المعارف عن قيمة العمل اليدوي في الدخل القومي وفي خدمة المجتمع، ومن هذه الزاوية كذلك يمكن سعي صاحب الاتجاه نحو نظام اقتصادي ما إلى الحصول على مزيد من المعارف عن ذلك النظام.

3-3-4-4 - وظيفة الدفاع عن "الأنا":

"تظهر هذه الوظيفة من خلال ما تؤديه من توضيح نفسية الفرد وحالته العاطفية ومزاجه وبيدولوجيته أي أن الأمور لديه تفهم من طرف الآخرين من خلال اتجاهه نحو المواقف التي تواجهه" (36)

مثال ذلك اتجاه شاب ما نحو مهنة الصحافة، كيف يبدي اتجاهه في مناقشة يسهم بها أثناء تعامله مع الصحفيين والإعلاميين في سلوكه المعبر عن إختياره لهذه المهنة، ولعل هذه الوظيفة يؤديها الاتجاه في توفير تناسق ما بين مكونات (الأنا)، وفي دعم تقرير الذات لدى الشخص وهو يدافع عن نفسه أمام ظروف الحياة ولا سيما حين يكون هذا الإتجاه الحجة التي يواجه الشخص بها ظروف الواقع وفي نفس الوقت يحاول هذا الإتجاه أن يساهم في تخفيف القلق والتوتر حين يقول الفرد "هذا أنا".

3-3-4-5- وظيفة الانتماء والتوحد مع الآخرين :

"يربط الاتجاه بين الفرد ومجتمعه، أو فئة من ذلك المجتمع، ويدعم شعور ذلك الفرد بالانتماء إلى ذلك المجتمع أو تلك الفئة، وشعوره بأنه مثل الآخرين ويؤلف وحدة معهم، بهذه الصورة يمكن فهم وظيفة الاتجاه الإيجابي نحو القومية الموجودة لدى الشخص في توحيده مع الآخرين في مجتمع سادته الفكر القومي، كما يمكن فهم وظيفة الاتجاه الإيجابي نحو حكومة الخدمات في مجتمع يغلب على مظاهر حياته الأخذ بسياسة حكومة الخدمات" (37)، يعني هذا أن الاتجاهات في مراحل تكوينها تعمل على مساعدة الفرد ليتوافق وينسجم مع المواقف والظروف وهذا ما تمليه عليه اتجاهاته فهي تعمل على توجيه سلوك الفرد بما يتماشى مع الظروف المحيطة به.

3-4-4-3- تغيير الاتجاهات :

إن الاتجاهات التي يكتسبها الفرد في حياته، ولاسيما في مراحل ما قبل الشيخوخة، والتي يقال عنها ثابتة نسبيا، يمكن أن تخضع للتعديل والتغيير، فقد ينال الاتجاه بعض التعديل في مدى مضمونه أو شدته، وقد يتغير الاتجاه ويأخذ منحى جديدا مختلفا اختلافا واضحا عن السابق وبسبب من هذه الحال يكون القول بالثبات النسبي في الاتجاهات.

3-4-1- العوامل المؤثرة في تغيير الاتجاه :

أجريت دراسات كثيرة على عملية تغيير الاتجاه، فقد توصل الباحثون إلى أن محاولة تغيير الاتجاه عن طريق إلقاء المحاضرات أو بالجدل المنطقي قليل الجدوى، وقد توصلت هذه الدراسات إلى وجود ثلاثة مجموعات من العوامل يمكن أن تؤثر على عملية التغيير وهي :

3-4-1-1- عوامل متعلقة بخصائص الفرد المراد تغيير اتجاهه (مستقبل

الرسالة): لأجل تغيير اتجاه شخص معين فمن الضروري معرفة مستواه المعرفي ومدى قدراته على التفكير بالمطروح عليه من اتجاه جديد، ومن ثم محاولة إقناعه عن طريق أحد مساري الإقناع وهما :

أولا : المسار المركزي للإقناع : يركز هذا المسار على النقاش المنطقي المتعمق للقضية التي يراد تكوين اتجاه بشأنها، عندما يكون مستقبل الرسالة مدفوع للتفكير في القضية من ناحية وقادر على معالجتها من ناحية أخرى

ثانيا : المسار السطحي للإقناع : يركز هذا المسار على الخصائص السطحية للرسالة، مثل مدى جاذبية عرض الرسالة والمظاهر التعزيزية للرسالة أو لمقدمها، عندما لا يكون المستقبل مهتما كثيرا بالقضية أو غير قادر على النظر فيها بعمق الأسباب لأسباب عديدة منها ضعف مهارته على التفكير في مثل هذا النوع من القضايا، أو نقص الخبرة في مجال القضية" (38)، نفهم من هذا العامل أنه يجب معرفة مستوى إدراك الفرد الذي نريد تغيير اتجاهه للرسالة أو القضية محل النقاش فإن كان المستقبل واعى بالقضية وقادر على معالجتها كان النقاش متعمق حول القضية المراد تكوين الاتجاه نحوها وإذا كان المستقبل غير مبالي بالقضية ركز المصدر على العناصر الجذابة السطحية للرسالة.

3-4-1-2- عوامل متعلقة بخصائص الرسالة (الاتجاه الجديد)

هناك عاملان رئيسيان لخصائص الرسالة وهما :

"أولا : التوازن : أي تقديم نقاط قوة وضعف الرسالة التي تطرحها لضمانة عدم

تغيير

اتجاهاتهم بسهولة مستقبلية.

ثانيا : تكرار الرسالة : التكرار المتوازن (غير الممل) لطرح رسالة معينة على الفرد المراد تغيير اتجاهه قد يأتي بنتائج إيجابية، فتعريض الأفراد إلى مثيرا ما، يمكن أن يزيد من تعلقهم به، فكثرة معاشره الأهل هي أهم أسباب تعلق الفرد بهم" (39) نفهم من هذا العامل أن تكرار الرسالة التي تكون منافية أو مضادة للرسالة الراسخة في ذهن المتلقي عن طريق ذكر عناصر الفرد في الرسالة الجديدة يؤدي إلى تغيير موقف المتلقي وتبنيه للرسالة الجديدة.

3-1-4-3- عوامل متعلقة بخصائص مقدم الرسالة (المصدر) :

لمقدم الرسالة دور بارز في التأثير على تغيير اتجاه المستقبل من خلال نقطتين أساسيتين هما :

"أولا : الموثوقية : فالفرد أكثر ميلا لتقبل رسالة ما وتغيير اتجاهه إذا نقلت له الرسالة عبر من يثق به.

ثانيا : المحبة : يمكن أن يغير الفرد إتجاهه إذا نقل له من يحب الرسالة خاصة إذا كان يحاول إقناع أفراد ما بموقف غير مهم أو مرفوض لديهم" (40).

فمثلا قد تغير عائلة ما اتجاهها بمجرد أن يغير رب العائلة اتجاهه العقائدي رغم أن غالبية أفرادها كانوا من الراشدين الذين انقلبوا من متعصبين لاتجاههم القديم إلى متعصبين لنقيضه الجديد وهذا بدافع المحبة والاحترام الذي يكونه لرب البيت.

3-2-4-3- طرق تغيير الاتجاهات :

يرجع المختصين والخبراء تغيير الاتجاهات إلى عدة طرق أهمها :

3-1-2-4-3- تغيير الإطار المرجعي :

"من البديهي أن اتجاه الفرد نحو أي موضوع يعتمد على الخلفية المرجعية للفرد، حيث أن الاتجاه لا يتكون في الفراغ بل يتأثر بالإطار المرجعي الذي يتضمن القيم والمعايير وغيرها، لكن السؤال المطروح هو هل الإطار المرجعي هو الأسبق ؟ أم الاتجاه ؟ الإجابة على هذا التساؤل غير محددة وذلك بسبب التداخل والصلة الوثيقة بين الإطار المرجعي والاتجاه، فتغير اتجاه الفرد نحو موضوع ما يتطلب تغيير في الخلفية أو في الإطار المرجعي للفرد" (41).

بمعنى أن الاتجاه لا يتكون من فراغ بل يتأثر بالإطار المرجعي الذي يتضمن المعايير والقيم والمدرجات ويؤثر فيه، فالفرد الرأسمالي ينظر إلى جمع الثروة الشخصية نظرة تختلف عن نظرة الفرد الاشتراكي لنفس الموضوع، لذا فإن الارتباط الوثيق بين الإطار المرجعي والاتجاه يؤكد أن تغيير الاتجاه يتطلب إحداث تغيير في الإطار المرجعي للفرد.

3-4-2-2-2- تغيير الجماعة المرجعية :

إذا غير الفرد الجماعة المرجعية التي تنتمي إليها وتحدد اتجاهه وقيمه التي تكونت في ضوء معاييرها وانتمى إلى جماعة جديدة ذات اتجاهات مختلفة فإنه مع مضي الوقت يميل إلى تعديل وتغيير اتجاهاته القديمة مثل دخول الفتاة الريفية إلى الجامعة.

3-4-2-4-3- الاتصال المباشر بموضوع الإتجاه :

"إن الإتصال المباشر بموضوع الإتجاه يسمح للفرد بأن يتعرف على الموضوع من جوانب جديدة ما يؤدي إلى تغيير اتجاه الفرد نحوه وفي معظم الأحوال يكون تغيير الاتجاه نتيجة الاتصال المباشر بموضوع الإتجاه إلى أفضل إذا تكشفت جوانب إيجابية إلا أنه في بعض الأحيان يتضح الإتجاه إلى أسوأ إذا كانت الجوانب التي تتكشف نتيجة للاتصال المباشر سيئة" (42)

يعني أن عملية الاتصال المباشر بالموضوع تمنح، الفرد فرصة أكبر للتعرف على الموضوع من مختلف النواحي واكتشاف جوانب جديدة مما يؤدي إلى تغيير الاتجاه سواء بالإيجاب أو بالسلب.

3-4-2-4-4- تغيير الموقف :

تتغير اتجاهات الفرد والجماعة بتغيير المواقف الاجتماعية فمثلا نحن نلاحظ أن اتجاهات طالب الإعلام تتغير حينما يصبح صحفيا حيث أن تغير اتجاهات الفرد تكون عندما ينتقل من مستوى اجتماعي إلى مستوى أعلى أو العكس.

3-4-2-4-5- أثر وسائل الإعلام وأثر المعلومات :

تلعب وسائل الإعلام بمختلف أنواعها دورا كبيرا في تغيير الإتجاهات وذلك لما لها

من

سمات ومميزات حيث أن هذه الوسائل تنقل المعلومات والأخبار والحقائق حول موضوع ما، وهذا ما من شأنه أن يغير في اتجاه الفرد حول الموضوع سواء كان الاتجاه بالإيجاب أو بالسلب، فوسائل الاتصال أصبحت تحل محل الاتصال الشخصي وهذا ما يسهل عملية التغيير في اتجاهات الفرد.

3-4-2-6- تأثير الأحداث الهامة :

حيث يؤثر تغيير الأحداث في تغيير الإطار المرجعي، وتغيير الإطار المرجعي يؤثر في تغيير الاتجاهات مثل آثار الحربين العالميتين الأولى والثانية وتأثير الثورات وتغيير الأنظمة السياسية.

3-4-2-7- التغيير التكنولوجي :

إن التغيير التكنولوجي يؤدي إلى تغيير العلاقات بين الأفراد والجماعات، فالتطور العلمي الذي شمل مختلف المجالات قد أدى إلى إحداث التغيير في اتجاهات الأسرة في الريف أو في الحضر.

3-4-2-8- المناقشة والقرار الاجتماعي :

"تلعب المناقشة الجماعية دوراً في تغيير الاتجاهات، فالمناقشة لا تقتصر على مجال واحد فقط، بل تتعدى ذلك إلى جميع المجالات فهي تنطلق من الأسرة باعتبارها الركيزة الأساسية في المجتمع ثم تمتد إلى مختلف المنظمات الاجتماعية والمؤسسات الاقتصادية وقد اهتم الباحثون بدراسة آثار المناقشة الجماعية والقرار الجماعي في تغيير الاتجاه والسلوك، ومن التجارب الهامة في هذا المجال نجد تجربة "كوتش وفرنش" وكيف تم رفع مستوى الإنتاج من خلال المناقشة واتخاذ القرارات الجماعية" (43)، يعني أن المناقشة قد تؤدي بالفرد إلى تغيير اتجاهه الذي كونه حول قضية أو موضوع ما، مما يؤدي إلى تغيير سلوكه في حد ذاته.

3-4-3- نظريات تغيير اتجاهات الرأي العام:

ما إن استقر مفهوم الاتجاه، بدأ الاهتمام مباشرة بدراسة كيفية تغيير هذا الاتجاه وظهرت هناك دراسات إمبريقية في هذا المجال في القرن العشرين، وقد ظهرت منذ الحرب العالمية الثانية أربع توجهات نظرية عامة تناولت تغيير الاتجاهات ويمكن إجمالها في: نظرية العلم، النظرية الإدراكية، النظرية الوظيفية وكذا نظريات الاتساق.

إلا أننا سنركز في دراستنا هذه على نظرية الاستجابة المعرفية ذلك أن أفضل وسيلة لتفسير عملية تغيير الاتجاهات هي وضع العمليات العقلية التي تنشأ لدى المتلقي بمجرد تعرضه للمثير الإقناعي في الاعتبار.

وكذا على النموذجين المنبثقين على نظرية الاستجابة المعرفية وهما نموذج (التلقي - القبول - العنية) وكذا نموذج احتمالية إعمال العقل .

3-4-3-1- نظرية الاستجابة المعرفية:

بدأت دراسات الإعلام منذ أواخر الستينات من القرن الماضي تأخذ اتجاهاً معرفياً، حيث ازداد تركيز الدراسات الإقناعية ودراسات تشكيل الإتجاهات على التفاعلات المعرفية والذاتية للأفراد تجاه الوسائل الإقناعية، وبالتحديد في عام 1968، قام أنتوني جرينولد Anthony Greenwald بجمع أجزاء من مختلف نظريات تشكيل الإتجاهات، ودمج بينها في نظرية جديدة أسماها نظرية الاستجابة المعرفية.

Cognitive Response Theory.

"و يفترض جرينولد المؤسس الحقيقي لنظرية الاستجابة المعرفية أن الأفراد عندما يتلقون رسالة ما، فإنهم يحاولون ربطها بالمخزون المعرفي لديهم عن موضوع الرسالة، وهم عند قيامهم بذلك تصدر عنهم استجابات معرفية تختلف عما ورد بالرسالة" (41)، بمعنى إذا كانت هذه الاستجابات مؤيدة فإن المتلقي سيقبل الرسالة، أما إذا كانت الرسالة تثير إستجابات معرفية معادية، فإن المتلقي سيرفض الرسالة، وقد تكون استجابات المتلقي المعرفية، أكثر إقناعاً من الحجج التي تقدمها الرسالة مما قد ينتج عنه رد فعل عكسي تجاه الرسالة.

أولاً : ما هي الإستجابة المعرفية :

"الاستجابة المعرفية هي رسالة داخلية صامتة تصدر عن المتلقي، وهي تعبر عن معلومة متعلقة بموضوع أو قضية معينة وتنتج عن عمليات معرفية معينة، وتشير هذه العمليات إلى معالجة وإعادة بناء المعلومات، وتتضمن إدراك المعلومات، والاستخلاص منها والحكم عليها، وتوليد الأفكار منها وتخزينها ثم استرجاعها من الذاكرة" (45)

نقصد بذلك أن الاستجابة المعرفية تنتج عن عمليات معرفية تثيرها مثيرات اتصالية وإقناعية وقد تكون هذه المثيرات بسيطة كرؤية أضواء معينة، وقد تكون مسترجعة من الذاكرة والبعض الآخر يكون ناتج عن إعمال العقل في مثير معين.

و هناك عدة خصائص لنظرية الاستجابة المعرفية تميزها عن غيرها من نظريات تشكيل الإتجاهات:

- "اعتمادها على ما يسمى بمهمات الإنتاج أي الأفراد الذين يتعرضون للرسالة لديهم الحق في التعبير عن الأفكار التي تراودهم.
- تناول هذه النظرية الإتجاهات باعتبارها متعددة الأبعاد، عكس نظريات أخرى.
- تعتبر هذه النظرية كيفية وليست كمية.
- تعد هذه النظرية قائمة على الذاكرة ذاتها تخبرنا بالأفكار التي يولدها الأفراد عند مواجهتهم لظروف ما وبالتالي فهي تركز على كون المتلقي إيجابي وليس سلبي في تعامله مع الرسائل" (46).

ثانيا : تشكيل الإتجاهات وفقا لنظرية الإستجابة المعرفية :

"يختلف الإتجاه كمفهوم عن المعتقدات التي يبنى عليها، ويفترض عديد من التوجهات النظرية أن الإتجاهات تستمد من المعلومات والمعتقدات التي تتشكل لدى الأفراد عن موضوع الإتجاه" (47)

لكن على الرغم من الارتباط القوي بين الإتجاهات والاستجابات المعرفية فإنهما لا يمثلان شيئا واحدا، فالاستجابات المعرفية ناتجة عن عملية معالجة المعلومات التي تحدث في وقت معين، بينما الإتجاه هو شعور إيجابي أو سلبي تجاه موضوع ما. والإتجاه يمكن أن يؤثر ويتأثر بالمعلومات التي يمتلكها الفرد.

"تقدم لنا أدبيات الاستجابة المعرفية بعض التأييد لفكرة المكون الوجداني للإتجاهات القبلية يعد المحفز الرئيسي لصدور الاستجابات المعرفية، حيث يعتمد بدء وانطلاق هذه الإستجابات على أن يكون المتلقي لديه القدرة على التفكير في القضية، ويأتي الدافع من رغبة الشخص في تبني اتجاهات صحيحة، وتزداد شدة هذا الدافع عندما يكون المتلقي مرتبطا ارتباطا شخويا بالقضية... وتعتبر الاستجابة المبدئية لأي مثير استجابة عاطفية، وتحدد درجة إيجابية الإستجابة العاطفية إتجاه ومستوى إيجابية الأفكار

المرتبطة بالقضية التي تأتي تبعا لها" (48) أي أن الإستجابات المعرفية تتأثر بدرجة كبيرة بالمكون الوجداني للإتجاه القبلي، وبمجرد بدء الإستجابات المعرفية في الصدور عن الفرد، فإنها تلعب دورا وسيطا في تغيير الإتجاهات فهناك ارتباط شديد بين الاستجابات المعرفية وتغيير الإتجاه، كلما كانت القضية (خاصة بتغيير الإتجاه) مهمة بالنسبة للمتلقي زادت شدة العلاقة بين الاستجابات المعرفية ومستوى تغيير الإتجاه، كما أن معالجة الفرد للقضية تؤثر على استجابته المعرفية، وفي نفس الوقت تؤثر على عملية تغيير الإتجاه يعني تقديم الفرد لوسائل إقناعية تدعم موقفه المعارض للرسالة أو القضية له تأثير كبير مقارنة بالتعرض السلبي للرسائل الإقناعية.

و تعد عملية تغيير الإتجاه بمثابة مثير مركب، يبعث في المتلقي استجابات معرفية معقدة، وهناك بعدان أساسيان للإستجابة المعرفية هما محتوى الإستجابة أي درجة القبول أو الرفض للموقف الذي تتبناه الرسالة وكذا شدة هذه الإستجابة إضافة إلى البيئة الإتصالية، المصدر والمضمون.

"ثالثا : تأثير وسائل الإعلام وفقا لنظرية الإستجابة المعرفية :

اهتم أصحاب منظور الإستجابة المعرفية بدراسة العوامل التي تحد من إمكانية صدور استجابات معرفية عن المتلقين ومن بين هذه العوامل البيئات الإتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي والتي تختلف باختلاف وسائل الإعلام" (49)

فمثلا الرسائل الإعلامية الصادرة عن الصحافة المكتوبة تخلق بيئة اتصالية تمكن المتلقي من فحص النصوص بالسرعة المبتغاة كما يمكن له الرجوع إليها متى يشاء كما أنه يستطيع التحكم في البيئة الإتصالية بالرغم من تواجد النص الإعلامي الذي يحمل الرسالة إياها وسط عدد كبير من المواد الصحفية، وبالتالي لا تكون كثرة المواد الصحفية عائقا يحول دون صدور الإستجابات المعرفية عن المتلقي.

بينما في الصحافة الإلكترونية وهي محل دراستنا هذه تنتوع الأشكال التي تقدم من خلالها الرسالة كما أن المادة الصحفية فيها قابلة للتحديث بين اليوم والآخر، كما أن أغلب هذه الصحف الإلكترونية غير متوفرة على الأرشيف الإلكتروني مما يخلق العديد من العوامل التي تحد من إمكانية صدور الإستجابات المعرفية بالدرجة ذاتها الموجودة في الصحف الورقية.

"و من أهم التأثيرات المرتبطة بتشكيل الإتجاهات والتي تخضع لتفسير منظور الإستجابة المعرفية تأثير "مجرد التعرض" والذي يفترض أننا نحس الأشياء والأفراد المؤلفين لنا أكثر من غير المؤلفين وأنه بمجرد تكرار تعرضنا لشيء غير مألوف بداية فإنه يصبح أكثر مألوفية وأكثر تفضيلاً لدينا" (50).

لقد قدم جيشباين وآخرين نظرية في تشكيل الإتجاهات تصف تأثير "مجرد التعرض"، حيث تذهب النظرية إلى أن التعرض المتكرر للمثيرات غير المألوفة يثير عدداً من الإستجابات المعرفية في كل مرة يحدث فيها التعرض.

"أما تكرار التعرض للمثيرات المألوفة فلا يحتمل أن يولد أية إستجابات جديدة وبالتالي فلن يؤثر على الإتجاهات على الرغم من أن عدد الإستجابات والإرتباطات التي يتم توليدها قد يزيد مع التعرض أو يظل ثابتاً إلا أنه لا يوجد دليل تطبيقي على إمكانية انخفاض عدد الإستجابات، أما بالنسبة للمثيرات التي يكون لدى المتلقي اتجاهات سلبية مبدئية تجاهها فإن الإتجاه قد يزداد سلبية مع التعرض إذا أدى هذا التعرض إلى زيادة الإستجابات" (51) وهذا طبعاً ينطبق على موضوع دراستنا حيث أن إستجابة الصحفيين لموضوع الصحافة الإلكترونية واستخداماتها تكون أكثر من إستجاباتهم لموضوع الصحافة الورقية باعتبار أن الصحافة الإلكترونية تعتبر ظاهرة إعلامية جديدة غير مألوفة من قبل مما تستقطب أنظار الصحفيين تجاهها وتولد إستجابة معرفية للتعبير عن اتجاه إما إيجابي أو سلبي، عكس الصحافة الورقية التي تعتبر وسيلة مألوفة ولا تثير لديهم أي إستجابة.

رابعاً : إتجاه الروابط الوجدانية المعرفية في مجال الإستجابة المعرفية :

إن هذا الإتجاه البحثي في مجال الإستجابة المعرفية يؤيده ثلاثة أنواع مختلفة من الدراسات الإمبريقية المبكرة وهي أولاً الأبحاث التي أجريت على المشاركة النشطة في مقابل المشاركة السلبية للمتلقى في البيئة الإتصالية وثانيها الأبحاث التي تناولت نظرية التحصين التي اعتمدت على أساليب مقاومة التأثير الإقناعي للوسائل الإعلامية وكلتا الدراستين كانت نتائجهما موضحة لإستجابات الفرد التي اعتبرها عاملاً وسيطاً مهماً في تشكيل الإتجاهات أما الدراسة الثالثة فجاء فيها قياس المعتقدات وقيم الفرد وإدراج العلاقة بينها وبين الإتجاهات ومحاولة التنبؤ بالتفاعلات وردود الأفعال الوجدانية.

أ - المشاركة النشطة في مقابل المشاركة السلبية :

" ويقصد بالمشاركة النشطة أن يطلب من المبحوث تقديم حجج وبراهين مؤيدة لموقف معارض لموقفه الشخصي أي يطلب منه القيام بدور وقد أوضح عديد من الدراسات أن الأفراد يميلون إلى تقبل الحجج والبراهين التي يرتجلونها، أكثر من الحجج والبراهين التي يرتجلها الآخرون" (52) يعني أن التأثير الإيجابي للقيام بالدور يكون ناتج عن ارتجال حجج مؤيدة لوجهة نظر مخالفة لقناعات المتلقي الشخصية وهذا ما يؤدي إلى رضا داخلي لديه لأن المشاعر الإيجابية الناتجة عن القيام بهذا الدور تتحول تدريجيا إلى الإتجاه نحو القضية ومن ثم فإن القيام بالدور يعد أسلوبا فعالا لتغيير الإتجاهات، كما يدفع القيام بدور المتلقي للتفكير في كل الحجج الإيجابية ويقوم في ذات الوقت بإقصاء كل الحجج السلبية المفترض عدم ارتباطها بالدور المكلف القيام به وهذا ما يسمى بالفحص المتحيز.

ب - نظرية التحصين:

"يفترض ماكجواير أن المتلقين يمكن تحصينهم ضد إمكانية التعرض لرسائل إقناعية مضادة في المستقبل، وقد استمد ماكجواير اسم النظرية من فكرة تحصين الأفراد ضد إمكانية الإصابة المستقبلية بمرض من الأمراض، وتفترض النظرية أن هناك نوعين من التحصين وهما :

التحصين التأييدي : وهو يخلو من التهديد ويقوم على إعطاء المتلقي العديد من البراهين المؤيدة لموقفه.

التحصين التقييدي : وهو الذي يقوم على تهديد المتلقي. أي ذكر العديد من الحجج والبراهين المعارضة لموقف المتلقي، ثم يقوم بتنفيذها بعد ذلك" (53).

نفهم من هذا أن التحصين يكون في وجهين إما أن يقدم العديد من البراهين المؤيدة، وإما أن يقدم تهديدا من شأنه تحفيز الفرد على التفكير في حجج تدعم موقفه، أي تجعل من الفرد يولد استجابات معرفية مؤيدة لموقفه ومفندة للموقف المعارض مما تمكنه من مقاومة الرسائل الإقناعية المضادة التي قد يتعرض لها مستقبلا أكثر كفاءة من المتلقي الذي لم يتم تحصينه.

" وقد أوضح ماكجواير وتانينبوم ونوريس أن الجمع بين التحسين هو الشكل الأكثر تحسینا للمتلقى " (54).

ج - العلاقة بين الإتجاهات والمعتقدات :

ركزت كثيرا من الدراسات المبكرة على تحديد ما إذا كانت هناك علاقة بين التغييرات التي تحدث في الإتجاهات من ناحية والتغييرات في قيم ومعتقدات الأفراد التي تبنى عليها هذه الإتجاهات، وقد أكد المنظرين الأوائل أن تغيير الإتجاه يرجع في الأساس إلى التغييرات التي تحدث في معتقدات الفرد تجاه موضوعات الإتجاهات. و قد أكد بعض المنظرين مركزية المعتقدات حيث تتوسط تأثير العاطفة على الإتجاه، أمثال فيشباين وأجزين اللذان تناولوا محددات الإتجاه وذكرنا أن البناء المعرفي الذي يركز على المعتقدات البارزة لدى الفرد يحدد اتجاه الفرد ويتوسط تأثير العوامل الأخرى مثل العاطفة على الإتجاه" (55).

3-4-3-2- نموذج احتمالية إعمال العقل : (ELM)

"يقدم نموذج احتمالية إعمال العقل (ELM) هيكلًا عامًا متكاملًا لتنظيم وتصنيف وفهم العمليات الأساسية المتضمنة في تأثير الوسائل الإعلامية ويحدد عددا من الطرق التي من خلالها يمكن لكل من المصدر والرسالة وغيرها من المتغيرات المتعلقة بالعملية الاتصالية إحداث التأثير المطلوب وتغيير الإتجاه، كما يركز النموذج على فكرة مؤداها أن الأفراد يسعون لتكوين اتجاهات صحيحة (أي اتجاهات تفيد في التكيف مع البيئة المحيطة) ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينهم في كم المجهود العقلي الذي يحتمل أن يبذلوه في معالجة الرسائل التي تستهدف تغيير اتجاهاتهم، وذلك باختلاف الظروف المتعلقة بالرسالة والظروف المحيطة بها، وهو ما يشير إليه مصطلح إعمال العقل Elaboration الذي يقوم على الربط بين المعلومات التي تحملها الرسالة والمعرفة السابقة لدى الفرد وتحقيق التكامل بينهما" (56).

بمعنى أن عملية إعمال العقل تبدأ من عدم الاكتراث نهائيا بالمعلومات المقدمة وتنتهي عند التفكير العميق والتام في كل تفاصيل المعلومات المقدمة في الرسالة وتخزينها في العقل البشري في شكل بناء معرفي هو ما يطلق عليه بعد ذلك اتجاهها.

أولا : فرضيات النموذج : (57)

*الفرضية الأولى : توجد لدى الأفراد الدافعية لتبني اتجاهات صحيحة.
*الفرضية الثانية : بالرغم من ميل الأفراد لتبني اتجاهات صحيحة، فإن مستوى وطبيعة التفكير في القضية التي يقوم الأفراد بتقييمها يختلف حسب العوامل الفردية والظروف المحيطة.

*الفرضية الثالثة : تؤثر المتغيرات المختلفة على مستوى واتجاه التغيير في الاتجاهات إما لكونها براهين وحجج إقناعية أو مفاتيح هامشية، أو عن طريق التأثير على درجة واتجاه التفكير في القضية والبراهين المقدمة من خلالها.
*الفرضية الرابعة : إن التأثير على دافعية الأفراد على معالجة الرسائل بأسلوب يتسم بالموضوعية يتم من خلال تعزيز أو تقليل درجة التفكير.

*الفرضية الخامسة : كلما انخفضت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل ازدادت أهمية المفاتيح الهاشمية، كمحددات لعملية تغيير الاتجاه، والعكس صحيح، فكلما ازدادت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل انخفضت أهمية المفاتيح الهاشمية كمحددات لعملية تغيير الاتجاه.
*الفرضية السادسة : إن المتغيرات التي تؤدي إلى المعالجة المتحيزة للرسالة تقوم بذلك من خلال التأثير على الدافعية أو القدرة على معالجة الأفكار المرتبطة بالقضية إما بصورة ايجابية أو سلبية.

*الفرضية السابعة : إن تغيير الاتجاه الذي ينتج عن معالجة البراهين المرتبطة بالقضية، يؤدي إلى ثبات الاتجاه بدرجة أكبر، وإمكانية التنبؤ من خلاله بالسلوك، كما أن الاتجاه يكون أكثر مقاومة للهجوم المضاد من تلك الاتجاهات الناتجة عن المفاتيح الهاشمية.

ثانيا : متغيرات النموذج :

يصنف النموذج المتغيرات وفقا لدورها في عملية معالجة الرسائل، ومن ثم في تغيير الاتجاهات كما يلي :

متغيرات مرتبطة بدافعية الفرد لمعالجة الرسالة.

متغيرات مرتبطة بقدرة الفرد على معالجة الرسالة.

متغيرات مؤدية للمعالجة المتحيزة.

متغيرات ذات تأثيرات مزدوجة.

لكننا سنعرض المتغيرات المرتبطة بدافعية الفرد لمعالجة الرسائل ويمكن إجمالها

في التالي:

متعيز الإنغماس :

"يقدم نموذج ELM تفسيراً لتأثير الإنغماس يتمثل في أنه كلما ارتفع مستوى الإنغماس في القضية أصبح الفرد أكثر دافعية لمعالجة البراهين والحجج المتضمنة في الرسالة المقدمة.

و قد قدم كل من شريف وكانتريل للإنغماس تعريف يتمثل في "أنه الارتباط بمجموعة من القيم الاجتماعية التي يتمثلها الفرد وتشكل جزءاً لا يتجزأ من ذاته، ولها سمات وجدانية ذات درجات مختلفة الشدة و الأهمية" (58) نفهم من هذا التعريف أن درجة وقوة الإنغماس تحدد الإتجاه الذي يتبناه الشخص، وقيام الشخص بالدفاع عن وجهة نظره، ونلاحظ أن ارتفاع مستوى الإنغماس يدعم المعالجة الدقيقة والموضوعية للرسالة، عندما يكون الفرد غير مطلع على القضية بصورة كافية بشرط أن يكون اتجاهه المسبق عنها إما محايداً أو ضعيفاً. وتصبح المعالجة متحيزة إلى السلبية إذا كانت لديهم معلومات كافية تؤيد الإتجاه.

متغير الحاجة للمعرفة : قدم (كوهين) متغير الحاجة للمعرفة وعرفه بأنه "الحاجة لتنظيم المواقف المرتبطة بأسلوب مفهوم ومتكامل، وهو أيضاً الحاجة إلى فهم ومنطقة العالم.

و يتم تعريفه أيضاً بأنه متصل للفروق الفردية، والتي تندرج من عدم الحاجة إلى

المعرفة إلى الحاجة الشديدة لها..." (59)

نعني بذلك خبرات الفرد هي التي تشكل متغير الحاجة للمعرفة، هذه الخبرات تكون ممزوجة بالمعلومات المخزنة في الذاكرة وتظهر في التجارب الحالية وتؤثر تأثيراً كبيراً على معالجة المعلومات المتعلقة بالقضايا والأزمات المختلفة.

متغير الميل إلى الجدل : يعرف إنفانت وريزر الميل إلى الجدل بأنه سمة ثابتة

لدى الفرد تجعله ميالاً في المواقف الاتصالية، لتبني مواقف بشأن القضايا الخلافية،

ومهاجمة المواقف التي يتبناها الآخرون بشأن هذه القضايا مهاجمة لفظية وبناءا على هذا التعريف... فإن السمة هي عبارة عن التفاعل بين ميل الفرد لخوض المناقشات وميله لتجنب المناقشات" (60).

نلاحظ أنه توجد علاقة طردية قوية بين الميل إلى الجدل والتفكير في حجج مضادة وذكرها أثناء المناقشة، بينما توجد علاقة عكسية بين عدد هذه الحجج وتغيير الإتجاه ويرتبط هذا المتغير إيجابيا بالقدرة التأثيرية للمتحدث بينما يرتبط سلبيا بقبالية المتلقي للتأثير.

متغير نوع الوسيلة : " لقد حاول الباحثون في مجال الإعلام دراسة خصائص كل وسيلة والتعرف على مزاياها النسبية بحيث يمكنهم توظيف كل وسيلة التوظيف الأمثل لها لتحقيق الأهداف الإعلامية المختلفة، ولقد أجرت جوبال دراسة لمعرفة تأثير استخدام الوسائط المتعددة على تشكيل الإتجاهات وتوصلت إلى أن هناك فروقا ذات دلالة بين اتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لرسائل بها صوت وحركة من ناحية واتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لنصوص مكتوبة وصور ثابتة من ناحية أخرى، حيث كانت اتجاهات المجموعة الأولى أكثر إيجابية نحو الموضوع الذي تم التعرض له" (61) و هذا ينطبق على دراستنا والتي سنكتشف نتائج الجانب الميداني منها ان كان اتجاه الصحفيين الجزائريين نحو الصحافة الإلكترونية أكثر إيجابية أم أكثر سلبية من إتجاههم نحو الصحف الورقية على اعتبار الفروق الواضحة بين الوسيلتين.

ثالثا : طرق تغيير الإتجاهات وفق النموذج.

"يفترض نموذج احتمالية إعمال العقل EML، أن هناك طريقتين لتغيير الإتجاه، الأول هو الطريق المركزي والثاني الهامشي.

- فالأفراد الذين يتبعون الطريق المركزي يدققون في الأفكار، التي يتعرضون لها ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية ويفكرون مليا في دلالاتها.

أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشي... فإنهم يسلكون طرقا مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التي يتعرضون لها، حيث يعتمدون على مجموعة مفاتيح، تمكنهم من الحكم على ما يتعرضون له دون بذل مجهود عقلي مرهق" (62).

- قد نتبع الطريق المركزي في حالة القضايا التي ترتبط بذات الفرد، ارتباطا قويا حيث يعتمد الأفراد في هذه الحالة على الأدلة القوية، بينما نتبع الطريق الهامشي لتغيير الإتجاه في حالة القضايا التي ترتبط بذات الفرد، ارتباطا ضعيفا حيث يعتمد الفرد على المفاتيح الهامشية كالمصادقية والحب والإجماع، ولعل الإتجاهات الناتجة عن إتباع الطريق المركزي تكون أكثر قوة واستمرارية من تلك الناتجة عن إتباع الطريق الهامشي والسؤال المطروح هنا هل الإتجاه الذي يتم تغييره عبر الطريق الهامشي، يمكن أن يستمر؟ وبما يحدث هذا لو تم تدعيمه ببراهين مؤيدة وعقلانية.

رابعا : نقد النموذج : (63)

- عدم قدرة النموذج على تحديد أي المفاتيح الهامشية ثم استخدامها، والإعتماد عليها في عملية الإقناع وتغيير الإتجاه.

- لا يضع هذا النموذج في الإعتبار إمكانية الحدوث المتزامن لكل من أسلوبَي المعالجة وتأثيرات ذلك على عملية تغيير الإتجاه.

- يعرف النموذج البراهين القوية بأنها تلك التي تحدث تأثيرات إيجابية. والبراهين الضعيفة هي التي تلك التي تحدث التأثيرات المطلوبة، ولم يقدم النموذج المعايير التي يجب توافرها في هذه البراهين لتحدث التأثير المطلوب.

3-3-4-3- نموذج التلقي - القبول - العينة (RAS) :

"يحاول النموذج الجمع بين مزايا اتجاهين مختلفين في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، الإتجاه الأول يربط بين التغييرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي، والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الإعلام، وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة فإنه يمكن قياس تأثير كل من هذه الإتجاهات على الرأي العام، وأما الإتجاه الثاني فيركز على ديناميكية تغيير الإتجاه على المستوى الفردي موضحا اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين هما مرحلة التلقي ومرحلة القبول، إضافة إلى هذا فإن النموذج يقيس الفروق الفردية في كل من عملية التلقي والقبول للرسائل الإقناعية" (64).

و المقصود من ذلك أن هذا النموذج يعتمد على خطوات في معالجة المعلومات تتمثل في تلقي الفرد للمعلومات، ثم قبوله لها أو رفضها ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه.

أولاً : متغيرات النموذج :

"متغيرات خاصة بالفرد: يتناول النموذج تأثير متغيرات مثل :

الوعي السياسي وتوجهات الفرد السياسية مثل انتمائه الحزبي والإيديولوجي كما يتناول تأثير بعض السمات الشخصية مثل : تقدير الذات والسلطوية ومتغيرات ديموغرافية مثل مستوى التعليم والسن والنوع... إلخ.

متغيرات خاصة بالرسالة :

من بينها كثافة (انتشار) الرسالة وكذا مألوفية القضية" (65) والمقصود من كثافة الرسالة قدرتها على اختراق وعي الفرد ونستنبط هذا من خلال التغطية التلفزيونية للقضية أو مدى احتلالها للصفحات الأولى في الصحف، أما مألوفية القضية فهي مدى إدراك أفراد الجمهور للقضية ومعرفتها.

ثانياً : مراحل النموذج : يتضح من النموذج أن عملية تغيير الاتجاه تمر بثلاثة

مراحل أساسية هي :

- المرحلة الأولى (مرحلة التلقي) : وتشمل على متغيري التعرض والفهم وعلى الرغم من قدرة العمليات الانتقائية على الحيلولة دون حدوث تأثير للرسائل الإعلامية فإن تلك العمليات لا يمكن أن تحدث على مستوى واسع في حالة انتشار الأفكار الأساسية المهمة، وبالتالي لا تمثل خطورة على الفكرة التي يقوم عليها نموذج "التلقي - القبول - العينة" وذلك لعدة أسباب :

اعتماد معظم الأفراد على التعرض للعديد من المصادر ويتمثل أغلبها في وسائل الإعلام العامة في المجتمع.

يتطلب التلقي الانتقائي مستوى معيناً من اليقظة والحذر، لا تتوفر لدى معظم المواطنين الذين يتسمون بالامبالاة نحو الشؤون العامة.

إن الأحداث المهمة التي تجذب الباحثين لإجراء الإستطلاعات حولها تتسم باتساع النطاق والإستمرارية بحيث إن الأفراد الذين يولون حداً أدنى من الاهتمام للشؤون

العامة لا يحتمل أن يظلوا جاهلين بها حتى لو لم يكونوا متابعين لكل ما يستجد من تفاصيل.

- المرحلة الثانية (مرحلة القبول) : (أو عدم القبول) وهي تترتب على المرحلة الأولى بما فيها من تعرض وفهم، فالقبول يحدث إذا تم التعرض والفهم للرسائل الإعلامية... ولكن أحيانا تحدث مقاومة للرسائل الإقناعية في حالة التعرض لكل من الرسائل السائدة والمضادة وهذه المقاومة تأخذ ثلاثة أشكال " (66)
المقاومة المولية - المقاومة الذاتية - المقاومة المضادة.

المقصود بالمولية هي رفض الأفراد للرسائل المعارضة لتوجهاتهم نحو السياسة، أما الذاتية فتعني اصطدام قبول الرسالة الجديدة من قبل الأفراد بالاعتبارات المختزنة من قبل وأما المضادة فتحدث عند استيعاب الأفراد للرسائل المضادة أثناء تغيير الإتجاه. المرحلة الثالثة : "تتغير اتجاهات الرأي العام نحو القضايا العامة استجابة للتغيرات التي تحدث في الكثافة النسبية للرسائل السياسية المتعارضة وهناك نوعان من تغيير الإتجاه هما: التحول والتلاشي" (67)، بمعنى أن التحول هو مدى تقبل الفرد لرسالة معارضة مقارنة بعدم قبوله لرسالة مؤيدة، فإن الفرد بذلك يتحول إلى الإتجاه المعارض، أما التلاشي فيحدث إذا لم يتقبل الفرد أية رسائل في فترة ما أو تقبله لرسائل مؤيدة ورسائل معارضة في نفس الوقت، فإن الإتجاه المبدئي للشخص يتلاشى ويصبح عديم الإتجاه نحو القضية.

ثالثا : تفسير النموذج لظاهرة تذبذب إجابات المبحوثين عبر استقصاءات

الرأي: تعد ظاهرة تذبذب إجابات المبحوثين عبر استقصاءات الرأي والتي يتناولها نموذج التلقي -القبول، جزءا لا يتجزأ من أسلوب أكثر شمولية في التفكير في ظاهرة تشكيل الرأي العام.

و قد طور زيلر وفيلدمان نظرية تتناول ظاهرة تذبذب استجابات المبحوثين حيث أشار إلى أن المبحوثين في استقصاءات الرأي لا يحملون معهم إجابات جاهزة وإنما يكونون إجابتهم بناء على مجموعة الإعتبارات المتنوعة والمتاحة في مقدمة أذهانهم والمرتبطة بالقضية موضع السؤال وقت إجراء الإستقصاء مما يترتب عليه تغيير إجابتهم كلما تغير هذا المزيج من الإعتبارات" (68).

هذا ما نلاحظه من تأثير الإجابات بترتيب الأسئلة وأسلوب صياغاتها أي تذبذب اتجاهات الفرد هو ناتج عن إعادة تشكيل هذه الإتجاهات في كل مرة يسأل فيها الفرد عن اتجاهه، فالأفراد لا يعبرون عن اتجاهات مسبقة لديهم ولكنهم يستخدمون استمارة الإستقصاء لتحديد هذه الإتجاهات.

و هناك عدة أسباب ومظاهر لتذبذب إجابات المبحوثين من بينها غموض الأسئلة، الإدلاء بإجابات دبلوماسية لتجنب ترك انطباعات سلبية لدى الباحث كذلك عدم التيقن الراجع لنقص المعلومات حول القضية بسبب وجود قصور في نقل المعلومات من الصفوة إلى الجمهور العام.

رابعاً : نقد النموذج : (69).

لم يضع هذا النموذج في الإعتبار أن المعرفة السابقة قد تؤثر على إدراك الرسائل التي يتعرض لها الأفراد، فمن الممكن أن يتعرض أفراد مختلفون للرسالة ذاتها ولكنهم يتلقون رسائل مختلفة وقد لا يتلقون شيئاً، لكن حالياً نلاحظ أن هذا النموذج في صورته الحالية تجاوز هذا الانتقاد، حيث يولي أهمية كبيرة لمستوى المعرفة السابقة لدى الأفراد.

يفصل هذا النموذج بين مرحلة التلقي ومرحلة القبول فصلاً تعسفياً نظرياً.

لا يضع هذا النموذج في الإعتبار شدة الإتجاه.

التهميش

- (1) مصطفى سويف : مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ط2، 1966، ص 326
- (2) مرجع سابق، ص 327
- (3) مرجع سابق، ص 328، 329
- (4) صلاح مخيمر وعبدو ميخائيل : علم النفس الاجتماعي، مكتبة الأنجلو مصرية، ط2، 1968، ص 147.
- (5) عبد الرحمان محمد عيسوي : دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية القاهرة، 1964، ص 201.
- (6) محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 1، القاهرة ط1، 2003، ص 18.
- (7) محي الدين مختار : محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.س.ن، ص 207.
- (8) لعصيفر نجمة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية، المنشاوي للدراسات والبحوث متوفر في الرابطة التالية : <http://www.minshawi.com/other/nedjma.htm>
- (9) عبد الرحمان محمد عيسوي : مرجع سابق، ص 433.
- (10) أحمد زكي صالح: الأسس النفسية للتعليم الثانوي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1972، ص 97.
- (11) أحمد زكي صالح: علم النفس التربوي، مكتبة النهضة العربية المصرية، ط9، 1966، ص 20.
- (12) نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين، معهد العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص 5.
- (13) سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، دار المعرفة جامعية، الإسكندرية، د.س.ن، ص 32.
- (14) مرجع سابق، ص 321.

(15) مرجع سابق، ص 321 - 322.

(16) الاتجاهات، الموسوعة العربية الإلكترونية، ص 2، متوفرة عبر الرابطة التالية

<http://www.Arab.ency.com/index.php?module=pnencyclopedia>.

(17) زكي محمد وهاشم : الجوانب السيكولوجية في الإدارة. وكالة مصر، القاهرة،

ط3، د.س.ن، ص 113

(18) يوسف محمد الشيخ وآخرون : سيكولوجية الفروق الفردية، دار النهضة العربية،

1964، ص 509.

(19) الاتجاهات، الموسوعة العربية الإلكترونية، مرجع سابق، ص 109.

(1) شبكة النبا المعلوماتية : الاتجاه الاجتماعي، الخميس 3 تموز 2006،

متوفرة عبر الرابطة التالية : <http://www.annabaa.org/nba>

[news/58/257.htm](http://www.annabaa.org/nba/news/58/257.htm)

(20) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة،

ط2، 2004، ص 329.

(21) مرجع سابق، ص 331.

(22) أحمد يحيى الزق : علم النفس، دار وائل للنشر. ط1، 2006، ص 273.

(23) غازي المطرفي: الاتجاهات وتدریس العلوم تم الإطلاع عليها بتاريخ

2007/11/16 متوفرة عبر الرابطة التالية :

<http://mohtrev.com/v6/showthread.php?p=69649=1>

(24) مرجع سابق.

(25) سعيد فودة : الاتجاهات النفسية الاجتماعية وعلاقتها العضوية بالسلوك البشري،

مطلع عليها بتاريخ 2007/11/20، متوفرة عبر الرابطة التالية :

<http://science.arabic.com>

(26) مرجع سابق.

(27) حنان سعيد الرحو : أساسيات في علم النفس، الدار العربية للعلوم، ط1، 2005،

ص 78.

(28) شهاب محمد علي : السلوك الإنساني في التنظيم، القاهرة، د.س.ن، 1976. ص78.

(29) سعيد فرد، مرجع سابق، ص 3.

(30) مرجع سابق، ص 3.

(31) مرجع سابق، ص 4.

(32) الاتجاهات، الموسوعة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 6.

(33) مرجع سابق، ص 7

(34) لونيس كامل مليكة : سيكولوجيات الجماعات، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ط3، 1973، ص 80.

(35) علي السلمي : العلوم السيكولوجية في التطبيق الإداري، دار المعارف، مصر، 1975، ص 69.

(36) الاتجاهات : الموسوعة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 8

(37) أحمد يحي الزق، مرجع سابق، ص 276.

(38) هشام محمد علي، الاتجاه، الموصل، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2007/12/29
متوفر عبر الرابطة التالية :

<http://www.thkafar.com/modules.php?name=news>

(39) مرجع سابق.

(40) عذراء جمعة: الاتجاهات النفسية الاجتماعية، موقع جريدة الصباح،
2007/04/18، ص2، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2007/12/29.

(41) مرجع سابق، ص 2.

(42) مرجع سابق، ص 3.

(43) شيماء ذو الفقار زغيب : نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية
اللبنانية، القاهرة، 2004، ص 29.

(44) مرجع سابق، ص 32.

(45) مرجع سابق، ص 39.

- (46) مرجع سابق، ص 34.
- (47) مرجع سابق، ص 35.
- (48) مرجع سابق، ص 57.
- (49) مرجع سابق، ص 58.
- (50) مرجع سابق، ص 62.
- (51) مرجع سابق، ص 41.
- (52) مرجع سابق، ص 42 - 43.
- (53) مرجع سابق، ص 43.
- (54) مرجع سابق، ص 45.
- (55) أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار زغيب : دراسات في نظريات الرأي العام،
المدينة برس للطباعة والنشر. ط 1، مصر، 2004، ص 223.
- (56) مرجع سابق، ص 226.
- (57) شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سابق، ص 169.
- (58) مرجع سابق، ص 182.
- (59) مرجع سابق، ص 191.
- (60) أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سابق، ص 233، 234.
- (61) شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سابق، ص 150، 151.
- (62) مرجع سابق، ص 222، 223.
- (63) أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص 234، 235.
- (64) مرجع سابق، ص 235، 236.
- (65) مرجع سابق، ص 236، 237.
- (66) شيماء ذو الفقار زغيب، مرجع سابق، ص 98.
- (67) مرجع سابق، ص 119.
- (68) مرجع سابق، ص 138.

الفصل الرابع: الصحافة الالكترونية

1-4-1 التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال

- 1-1-4- مفهوم التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال.
- 2-1-4- شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية.

2-4-2 الصحافة الالكترونية: (المفهوم و الأبعاد)

- 1-2-4- مفهوم الصحافة الالكترونية و محدداتها.
- 2-2-4- الخلفية التاريخية لظهور الصحافة الالكترونية.
- 3-2-4- واقع الصحافة الالكترونية بالجزائر و آفاقها.

3-4-3 رهانات الصحافة الالكترونية في الوسط الإعلامي

- 1-3-4- طبيعة علاقة الصحافة الالكترونية بالصحافة الورقية.
- 2-3-4- تأثير النشر الالكتروني على معدلات استهلاك الورق.
- 3-3-4- l'ypertexte و شروط اكتساب صفة الصحفي عبر الانترنت.
- 4-3-4- الصحافة الالكترونية و حرية التعبير.

4-1 التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

إن الغاية من هذا المدخل هو تقديم تصور شامل للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بحيث يتيح لنا ضبط بعض المفاهيم التي تخدم موضوع الصحافة الالكترونية ومعرفة خصائصها، كالانترنت وتقنيات النشر الالكتروني والتي تعتبر من مفرزات ثورة المعلومات التي جلبت ما أصبح يسمى الآن بالتكنولوجيات المعاصرة للإعلام والاتصال.

4-1-1- مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال:

إن مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال لا يمكن وصفه بالجامع المانع لأنه لا يوجد حتى الآن ضبط لهذا المفهوم وإنما تم دمج مفهوم التكنولوجيا والتي يراد بها علم التقنية بمفهوم الاتصال وبالتالي نشأ لدينا مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والذي يعني "مجملة المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات" (1).

هذه النظرة الشمولية لمحددات هذا المفهوم تتأثر من كون الاتصال يخضع لكافة أعمال الإنسان المعاصر من ناحية وقدراته على التحويل وإخضاع الأدوات لاستخدامها في إحداث ثورة في مجال الاتصال.

لقد أفقدت ثورة الاتصالات المكان محليته وداخلتيه ليكتسب كونيته كمجال مفتوح أو كنقطة للربط والاتصال على مدار الساعة على حد تعبير مي عبد الله سنو "إننا نشهد نهاية الجغرافيا، بحيث لا مكان منعزل ولا وطن مستقل ولا ثقافة محصنة" (2).

و ما يمكن استنتاجه هو أن مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال يعتبر مفهوم متغير وديناميكي حيث أن ما يمكن اصطلاح عليه اليوم جديدا سيصبح غدا قديما، فكيف بجديد عقد من الزمن، وبالتالي فإن هذا المفهوم أضحي مقيدا بالتسارع المذهل في مجال الإعلام والاتصال، ففي الخمسينيات كانت وسائل الإعلام المتعددة من قبيل التكنولوجيات الجديدة وكانت تعني "جميع التقنيات التي تسمح ببث رسائل مهما كان نوعها إلى مستمعين كثر موزعين ومنطلقين وغير متجانسين، فكان الإعلان والاسطوانة الصامتة والفلم وخصوصا الصحافة المكتوبة ومحطات البث هي معا تسمى الاسم نفسه" (3).

هذا في وقت مضى، أما الآن فقد خلقت الثورة التكنولوجية الحديثة في ميدان الاتصال وسائط اتصالية جديدة ذات ميزات غير مسبوقة، لعل أهمها الانترنت واقتراها بما يسمى بالنشر الالكتروني ليكونا معا ما أصبح يسمى بالصحافة الالكترونية.

2-1-4 شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية:

لقد أحدث ظهور شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) ثورة معرفية في مجال الاتصالات والإعلام، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية، وقلبت العالم رأسا على عقب، حيث أمكن لها إطاحة العديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت لسنوات عديدة وإظهار مفاهيم جديدة تحاول تفسير عمليات الاتصال الجديدة، بما فيها وسائل الإعلام التي حاولت إبعادها في شكلها التقليدي ونقلها إلى عالم الالكتروني جديد حيث أصبح من الممكن ظهور توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق ليحل محلها ما يسمى بحضارة الوسائط المتعددة.

1-2-1-4 تطور الانترنت:

"قد ظهرت الانترنت إلى الوجود كثمرة لمجهود حكومي أمريكي بدأ تنفيذه عام 1960 وتحقق وجوده النهائي عام 1969 وقد سمي (الأريانت) *arpanet* . كلفت بتنفيذه وكالة مشروعات البحوث المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية" (4)، ومن هنا اكتسبت الشبكة التسمية المشار إليها، وقد استخدمت في البداية للأغراض المتعلقة بعلوم الكمبيوتر والمشروعات الهندسية المرتبطة بشكل مباشر بالأمور

العسكرية، وقد أصبحت هذه الشبكة رابطة اتصال حيوية فيما بين المتعاونين من أماكن نائية في تنفيذ المشروعات، لكنها ظلت من الناحية العملية غير معروفة خارج نطاق نشاط وكالة مشروعات البحوث المتقدمة.

في سنة 1989 قررت الحكومة الأمريكية وقف تمويل الأربانت ووضعت خطط لإنشاء خلف تجاري لها في شكل شبكة تقرر تسميتها الانترنت وقد اشتق الاسم من اسم البروتوكول الأساسي للاتصالات وظل أغلب مشركي الانترنت من بين العلماء داخل الجامعات والشركات العالمية في صيانة الكمبيوتر الذين يستخدمونها لتبادل البريد الالكتروني.

"في مطلع التسعينيات طور الباحث (*Tim Barners lee*) مؤسسة أبحاث سويسرية شبكة *Tim Word Wid Web* وهي شبكة أبحاث عملاقة تجمع الملايين من أجهزة الحاسوب في أرجاء المعمورة مما سهل التواصل بين الباحثين في المؤسسات ومناقشة النتائج وتبادل المعلومات، ومن ثم أخذت الشبكة شكلها الذي تعرفه الآن الانترنت، وقد وصل العدد سنة 1995 إلى ستة ملايين حاسب، وبالنسبة لعدد المستخدمين فيمكن القول أنه ينظم ستة وأربعين مستخدماً جديداً للشبكة كل دقيقة على مستوى العالم.

أما في عام 2005 فقد وصل عدد المستخدمين إلى 45 مليون مستخدم وأغلب الزيادة كانت من خارج الولايات المتحدة الأمريكية." (5)

و نلاحظ أن هناك تطورا ملحوظا في عدد المستخدمين الذي تصاعد بشكل مطرد في شتى أنحاء العالم، أما في الوطن العربي فقد ظهرت خدمة الانترنت متأخرة عن ظهورها في البلدان الأخرى، حيث ظهرت في السنوات الأولى من التسعينيات مجموعة من المواقع العربية التي تتعامل باللغة الانجليزية، " ويعتبر موقع الشبكة العربية (*ARAB Net*) من المواقع العربية الأولى التي دخلت عالم الانترنت والذي تأسس من قبل الشبكة السعودية للأبحاث والتسويق في لندن، وظهر هذا الموقع تقريبا في أواخر 1994 وبدايات 1995 ويقدر عدد المواقع العربية باللغة العربية والانجليزية ما بين 7-9 آلاف موقع، ولكن 80% منها مازالت تستخدم الانجليزية" (6)

و هذا دليل على أن العرب حاولوا اللحاق بركب أمريكا والدول المتقدمة من خلال ولوج هذا العالم الالكتروني من بابه الواسع وبالرغم من كل الصعوبات التي تلقوها إلا أنهم حققوا نسبة معتبرة من عدد المستخدمين.

4-1-2-2- مفهوم الانترنت:

تعرف الانترنت بأنها: "توصيات تعاونية لعدد من شبكات الحاسبات الآلية أي هي الشبكة الرئيسية التي تجتمع تحتها جميع الشبكات الأخرى أي كان نوعها أو الغاية منها". (7) نلاحظ أن هذا التعريف أغفل الدور الذي تقوم به الانترنت وركز على تعريفها تقنيا فقط.

كما يعرفها رضا عبد الواحد أمين بأنها شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله، من شبكات حكومية، شبكات جامعات، مراكز بحوث، شبكات تجارية وخدمات فورية، نشرات الكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات.

خدمات الانترنت: تقدم الشبكة العنكبوتية جملة من الخدمات الاتصالية والإعلامية

منها:

أ/ خدمة البريد الالكتروني: حيث يسمح بتبادل الرسائل ونقل الملفات بين الأفراد، وبسرعة فائقة، وتعد هذه الخدمة من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا على الانترنت.

ب/ خدمة المجموعات الإخبارية: وتتيح هذه الخدمة الانضمام إلى الجماعة أو الجماعات المهتمة بأي موضوع لمعرفة المزيد من الأخبار عنه، وقراءة ومشاركة الآخرين في الحوار والمناقشة حوله من خلال شبكة تدعى *Usenet*، وتستخدم هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشكل دائم بالانترنت وتعرض على مدار 24 ساعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء كما يمكن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف عبر شبكة الانترنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة، أو من داخل مواقع إعلامية وغيرها.

ج/ القوائم البريدية: وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلى عدد معين من المنضمين

إلى هذه القوائم وتقترب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش.

د/ خدمة الدردشة: بحيث يمكن لأي شخص أن يدخل في المحادثة أو يستمع إليها دون اختيار الآخرين.

ه/ خدمة نقل الملفات: تسمح بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الانترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام. (8)

و/ الصفة الإعلامية العالمية (www): "أو الويب وهي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبر الشبكة ويعد أكثر تطبيقات شبكة الانترنت شعبية، وكلما زاد عدد مشتركها زاد المحتوى الذي تتضمنه." (9)

ي/ خدمة الأرشفة الإلكترونية: تمكن من البحث عن ملفات معينة قد تكون مفقودة في البرامج المستخدمة في الحاسب.

هذه المجموعة من الخدمات التي تقدمها الانترنت تعتبر من أهم الخدمات التي تستعين بها الصحف الإلكترونية في نشر محتوياتها واستقطاب أكبر عدد من القراء وتعتبر همزة وصل بينها وبين المستخدمين مما يجعلها أكثر تفاعلية من الصحف الورقية.

4-1-2-3- الاستخدامات الصحفية للانترنت:

لقد شهدت التسعينيات تطورا كبيرا في تقنيات وبرامج الانترنت، كما تزايد عدد مستخدميها، وبدأ عدد كبير من شركات خدمات المعلومات تجد من الانترنت وسيلة جديدة للاتصال بمستخدميها، كما أصبحت وكالات الأنباء تعتبر عمليات الاستثمار في الانترنت من بين مشاريعها المستقبلية الأساسية، وبدأت الانترنت تدخل إلى دور المؤسسات الصحفية، كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، وأصبح استخدام الانترنت يعد أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف الصحفي، ووجد الصحفيون أنفسهم أمام وسيلة جديدة تفرض عليهم تحديات صحفية من نوع مختلف عن الممارسات التقليدية، وتتعلق إما بكيفية تطويعها لخدمة الصحيفة المطبوعة أو ارتيادها كمجال صحفي إلكتروني جديد، إضافة إلى هذا فقد قدمت الانترنت عدة وظائف للصحافة، فهي بخلاف كونها وسيطا يحمل المضمون إلى القارئ فإنها أفادت الصحافة والصحفيين من وجوه متعددة: (10)

- الحصول على فيض متجدد ومتدفق من الأخبار الصحفية، من مصادر متعددة، وبلغات متباينة.

- الاستفادة منها كأداة مساعدة لتغطية الأخبار.

- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.

- استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا المطروحة.

- استخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي، يحوي موضوعاته الصحفية، ومواعيده وعناوينه الخاصة.

- الاستفادة من الانترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال نشر الصحيفة أو ملخص لها، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع.

- الاستفادة منها كوسيلة اتصال تفاعلية وذلك عن طريق مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار.

- تطوير المهارات الصحفية.

- استخدام الانترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة.

- تطوير وسائل جمع المادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد والدرشة ... الخ.

من خلال هذه الوظائف التي تحقها الانترنت للصحافة والصحفيين يمكن القول بأنها بالفعل فتحت الباب على مصرعيه نحو الانتشار السريع للصحف واستقطابها لأكبر عدد ممكن من القراء دون أي اعتبار للحدود الجغرافية وبالتالي فقد قامت بتفعيل عملية الاتصال جذريا واكتسبت مميزات جديدة لم توفرها وسائل الإعلام التقليدية قبلها أهمها عنصر التفاعلية والمشاركة النشطة للجمهور والفورية بالنسبة لمضمون الرسالة وكذا عنصر رجع الصدى المغيب في الوسائل الإعلامية التقليدية.

4-2-1-4- مشكلات استخدام الانترنت صحفيا:

بالرغم من المزايا العديدة للانترنت، فإن هناك العديد من المحاذير، التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند استخدام هذه الوسيلة إعلامياً، خصوصاً من طرف الصحفيين الذين ينتمون للوطن العربي من بينها: (11)

- أغلبية المواقع على شبكة الانترنت باللغة الانجليزية ومعدة وفقاً لمناهج الفكر الغربي وفلسفته الصحفية والإعلامية، وهو أمر يضع قيوداً على انتشار استخدامها من قبل الصحفيين الذين لا يجيدونها.

- مشكلة المصادقية، حيث لا يستطيع المستخدم تقييم مصداقية المعلومات التي يحصل عليها من الانترنت لضمان القيام بتغطية موضوعية.

- مشكلات الملاحة عبر الانترنت *Navigation*، فيمكن أن تستهلك وقتاً كبيراً بلا جدوى ودون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث.

- كما توصلت مجلة "انترنت العالم العربي" من خلال الدراسة الميدانية التي أجرتها على الصحف والمجلات، ومحطات الإذاعة والتلفزيون وكذلك وكالات الأنباء العربية

إلى هذه النتائج: (12)

- قصور شبه عام في فهم الناشرين والمؤسسات الصحفية لدور شبكة الانترنت في محاكاة الوظيفة التقليدية للصحيفة مثل توجيه الرأي العام، زيادة الرقعة الجغرافية لنشر الخبر، حيث سعة أغلبية هذه الصحف لإثبات حضورها، لا غير.

- طغيان أسلوب النشر التقليدي، وخاصة ما يتعلق بالشكل العام للموقع.

- لم ينته القائمون على مواقع الصحف إلى عالمية الانترنت، فتحولوا إلى التحدث على الذات دون مخاطبة الآخرين.

وبالتالي يمكن استنتاج أن الإعلام الغربي لم يغيب عن الانترنت إلا أنه وصل إليها متأخراً عن بقية وسائل الإعلام العالمية الأخرى، زيادة إلى أن هذه المواقبة مازالت تعاني من الضعف في التقنيات المستخدمة في بناء هذا الموقع، ولم يستفد الإعلام العربي إلا من حجز مواقع له على شبكة الانترنت.

2-4 الصحافة الإلكترونية: المفهوم والأبعاد

لقد فرضت الانترنت نفسها كوسيط إعلامي جديد مغاير لما سطرته أجدديات الإعلام وفرضت تغييرات جذرية في مفهومه التقليدي، حيث طورت علاقة الفرد بمحيطه لا سيما علاقة القائم بالاتصال مع المتلقي، أين أصبح هذا الأخير في تفاعل دائم مع النصوص الإعلامية وحتى الوسيلة الحاملة لهذا النص. فكيف يمكن أن نطلق على نصوص سمعية بصرية تبتث على الانترنت؟ وكيف نسمي المطبوعات المنشورة على صفحاتها بصورة دائمة؟ طبعا أكثر المصطلحات ملائمة لهذا الإعلام الجديد هو مصطلح الإعلام الإلكتروني.

"يأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تمس أيضا كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة". (13)

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

كما يرى شريف درويش اللبان "أن الإعلام الإلكتروني هو عبارة عن محتويات يتم إصدارها ونشرها على الشبكة الدولية سواء كإصدارات الكترونية للصحف الورقية أو موجز لأهم محتوياتها أو كمجلات وجراند الكترونية أصلية ليس لها إصدارات عادية على الورق". (14)

غير أن هذا الإعلام لديه أوجه متعددة حيث يتميز بالتنوع في الرسائل والمواقع الإعلامية وفي هذه النقطة سنتناول نوع واحد من هذا الإعلام وهو الصحافة الإلكترونية. فما هي مميزات الصحافة الإلكترونية وأنواعها؟ وما هو واقعها في الجزائر؟

4-2-1 مفهوم الصحافة الإلكترونية ومحدداتها:

شهدت الصحافة المكتوبة منذ ظهور المطبعة، هذه الثورة التي يعتبر النشر الإلكتروني أهم محرركاتها، وفي المنطلقات الجديدة لثورة النشر تأثرت صناعة الصحافة

كأحد أشكال الإعلام بشكل ملحوظ فظهر ما يسمى بالصحيفة الالكترونية *Electronic News Paper*، والتي أخذت عدة تسميات أخرى: الصحيفة الخيالية *Vertual News Paper*، الصحيفة على الخط *News Paper on line*، الصحيفة خارج الخط *News Paper out line*.

و في النقطة الموالية سنسلط الضوء على مفهوم الصحيفة الالكترونية، مميزاتها، أنواعها، المعايير الضابطة لها وكذا ايجابيات وضع النسخة الورقية على الخط .

4-2-1-1 مفهوم الصحافة الإلكترونية:

لقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الالكترونية كالتالي:
يعرفها محمود علم الدين بأنها: "تلك الصحافة التي تستعين بالحاسب في عمليات الإنتاج والنشر الالكترونية" (15)، بالرغم من أن هذا التعريف جاء قبل أن تظهر الصحيفة الالكترونية، إلا أنه يتنبأ بظهور نوع جديد من الصحافة تقوم على الكمبيوتر في شتى عملياتها، من الإعداد إلى الإنتاج إلى التحرير، التوضيب حتى الوصول إلى إخراجها من خلال الأوعية الالكترونية.

و يعرفها سعيد الغريب النجار بأنها: " تلك التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أو إصدارة الكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة الكترونية ليست لها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم". (16)

هذا التعريف يركز على تعريف الصحافة الالكترونية استنادا إلى تقسيمها لنوعين هما النسخة الالكترونية للصحيفة الورقية، وكذا الصحيفة الالكترونية المحضة.

و يضيف الباحث عماد بشير في تعريفه للصحافة الالكترونية على أنها: "تتطبق عليها مواصفات الصحيفة اليومية المطبوعة، لجهة وتيرة الصدور ولجهة تنوع المواضيع بين السياسة، الثقافة، الاجتماع والرياضة، ولجهة تنوع شكل المادة الصحفية بين الخبر، المقابلة، التحليل والمقالة، لكن أهم ما يميزها عن الصحيفة المطبوعة هو توافر المادة الصحفية على شكل نص الكتروني يمكن البحث فيه وتحريره من جديد بعد

استرجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحفية جديدة، ومن المزايا الأخرى سرعة الوصول إلى مادة صحافية بأكثر من طريقة". (17)

في هذا التعريف يحاول الدكتور عماد بشير تبيان الفروق الموجودة بين الصحيفتين المطبوعة والالكترونية والذي يجعل من هذه الأخيرة متميزة بسرعة وصول مادتها وكذا القدرة على معالجتها وخزنها.

يعرفها جواد راغب الدلو بأنها: "الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الالكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة، وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الانترنت". (18)

هنا يحاول الباحث الربط بين الصحافة الالكترونية ونشرها عبر ما يسمى بوسائل النشر الالكتروني كالحواسيب التي تعتبر أهم قناة تمر عليها عملية النشر الالكتروني كما ركز على مفهوم نظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة في منشور الكتروني دوري أو غير دوري.

نلاحظ أن كل هذه التعاريف تتفق على النقاط التالية:

- أن الصحيفة الالكترونية تأخذ طابعا متغيرا، دوريا.
- أنها لا تأخذ الشكل الورقي.
- أنها تنقسم إلى قسمين.
- أن المادة المكونة لها ليست نصوص كتابية فحسب بل يمكن أن تكون مزودة بالصوت والصورة المتحركة.
- أن الصحافة الالكترونية تبقى دائما متميزة على الورقية بسرعتها وقدرتها على معالجة النصوص وخزنها وإعداد أرشيف لها.

4-2-1-2- مميزات الصحافة الالكترونية:

تتسم الصحافة الالكترونية عن مثيلتها الورقية بعدة خصائص أهمها:
-التفاعلية: وهي نوعان: "اتصال تفاعلي مباشر كمشاركة القراءة في غرف الحوار وخدمة المراسل التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسؤولي الصحافة ومحرريها ومراسليها وكذا اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الالكتروني،

والاستفتاءات أو القوائم البريدية" (19)، ويقصد بذلك أن الصحافة الالكترونية ليست بثا أحاديا وتلقيا إجباريا، ولكنه ذو صبغة تفاعلية يختار فيها الملثقي احتياجاته ويشارك في الوقت ذاته في الرأي والبت، وهذا التواصل يكون عن طريق فتح باب التعليقات أو النقد وتوجيه الأسئلة، مما يساعد على تحسين مواطن القوة ومواطن الضعف في النص المنشور، كما تتيح هذه الخاصية للصحفيين تكوين علاقات جديدة تفاعلية مع صحفيين آخرين في بقاع جغرافية متعددة عبر البريد الالكتروني.

-الديناميكية: فالصحافة الالكترونية ليست ساكنة، وهذه الطبيعة الديناميكية هي التي تيسر إمكانية استخدام تقنية الهيبرتكست (Hypertexte)، وهو نظام تقديم للنص يستطيع منه المستفيد أن يكون حرا في توجيه حركيته بطريقة تكون منطقية له بدلا من أن يكون محصورا في الشكل التتابعي المنطقي للكاتب، أي أن القارئ حسب عماد مكاي يستطيع القفز قفزات سريعة من مكان لآخر في النص إلى آخر عن طريق روابط لينكس (Links).

-المباشرة والتحديث المستمر: يقصد بذلك تقديم الصحف الالكترونية خدمات إخبارية آنية **Online**، تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات وينطلق عمل الصحف الالكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالانترنت التي تعد المباشرة والفورية أحد سماتها.

-الشيوع والانتشار: "أي أنه يخلق مساحات جديدة للنشر، فوجود الصحافة الالكترونية يخلق مساحات جديدة للناشرين والمؤلفين معا، وذلك عن طريق إزالة الحدود الجغرافية، بحيث أن الصحافة الالكترونية تدخل بقوة في مجال الدولية متجاوزة المحلية والإقليمية". (20)

أي أن سرعة وسهولة نشر المواد الكترونيا مقارنة بالطريقة التقليدية ساهم في انتشار الصحيفة الالكترونية وشیوعها لدى مستخدم الانترنت بحيث تتم عملية النشر بسرعة كبيرة مقارنة بالوقت الذي يأخذه نشر وتوزيع الورقية.

-تعدد خيارات التصفح: حيث أدى تعدد مجالات النشر الالكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضافت اهتماماتها. ما تتطلع إليه من خدمات

إخبارية ومعلوماتية إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقا لما تطلب، وهي التي يطلق عليها

(21) News Paper on demant

و انطلاقا من هذه الميزات التي تتسم بها الصحافة الالكترونية، يمكن استنتاج بعض الفروق الموجودة بين الصحيفة الالكترونية والصحيفة الورقية وهي:

- معظم الصحف الالكترونية متاحة للقارئ بالمجان عكس الصحيفة الورقية التي يحتاج القارئ لشرائها أو الاشتراك بها.

- إمكانية تصحيح الأخطاء المطبعية بكل سهولة بعكس الورقية التي لا يمكن التصحيح فيها بعد النشر.

- الصحيفة الورقية تعتمد في انتشارها على قوة شركات التوزيع وقد لا تصل إلى بعض البلدان لأسباب متعددة بينما الالكترونية تصل إلى كل أنحاء العالم بكل مرونة.

- حققت الصحافة الالكترونية إمكانيات النقل الفوري للخبر ومتابعة تطوراته وتعديل

نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي، وبذلك أنهت هذه التقنية واحدا

من أبرز ثغرات الصحافة التقليدية في منافستها للراديو والتلفزيون، بل أنها باتت تنافس الوسيئتين في عنصر الفورية الذي احتكرته.

- يتطلب البث الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنت إمكانيات مالية أقل بكثير

مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية. (22)

بمعنى أن الصحف الالكترونية تستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق والعدد الكبير من الموظفين والمحررين، وبالتالي أمكن إصدار صحف الكترونية بإمكانات محدودة يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد.

- الصحافة الالكترونية توفر فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مقالات قديمة بسرعة قياسية وتعتمد بعض الصحف إلى بيع معلومات أرشيفها الالكترونية بينما تنشر نسختها اليومية مجانا. عكس الصحف الورقية التي يكون دوما أرشيفها معرض للتلف وغير قابل للحفظ مدة طويلة نظرا لطبيعتها الورقية.

- "لا توجد مشكلة في المساحة في الصحافة الالكترونية حتى تختصر الموضوعات كما يحدث أحيانا في الصحف الورقية وهذا راجع لتقنية النص الفائق". (23) يكون ذلك بتناول النص وبيان شتى أنواع العلاقات بين أجزاءه وبين النص ذاته والنصوص الأخرى، فبواسطته يمكن أن ترفق الصحيفة على الخط بالعديد من الملاحق التي لا يمكن نشرها في الصحيفة الورقية تبعا لنفس العقبات، وعلية فان حجم المعلومات التي توفرها الصحيفة الالكترونية أهم بكثير مما توفره الصحيفة الورقية.

- تقدم الصحف الورقية خدمة التغطية الصحفية العادية وبشكل واحد. بينما تقدمها

الصحف الالكترونية في عدة أشكال وهي: (24)

* التغطية الصحفية الفورية.

* التغطية الصحفية الحية.

* التغطية الصحفية المتعمقة (حيث تعالج عدد من المواقع موضوعا واحدا بزوايا متعددة ويوجد العديد من الروابط التي تحيل المستخدم إلى مصادر ووثائق متعمقة حول موضوع واحد).

* التغطية الصحفية التفاعلية.

* التغطية الصحفية الرقمية (حيث توفر العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام).

* التغطية الصحفية متعددة الوسائط (و ذلك بعرض المادة الصحافية مصاحبة لوسائط أخرى غير النص مثل الصوت والصورة والألوان).

* التغطية الصحفية الذاتية (حيث يستطيع الصحفي القيام بكل مفردات العمل

الصحفي بمفرده.

* التغطية الصحفية المستمرة.

*التغطية الصحفية اللامحدودة (لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الانترنت بالرغم من تلك الفوارق الموجودة بين الصحيفتين الالكترونية والمطبوعة والتي جعلت من الصحيفة الالكترونية تتميز وتتفوق في بعض مجالات الحياة من خلال الواقع الالكتروني أو ما يطلق عليه بالواقع الافتراضي، إلا أن الصحافة الالكترونية تواجه العديد من المشكلات في مسيرتها).

4-2-1-3- أنواع الصحف الالكترونية:

يمكن تقسيم الصحافة الالكترونية وفقا لعدد من الاعتبارات:
أولاً: أنواع الصحف الالكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه وهي تنقسم إلى:

أ/ الصحافة الورقية بدعامتها الالكترونية: "هذا النوع من الصحافة هم ما نطلق عليه الصحافة على الخط أو الصحافة الالكترونية المكملة نظرا لطبيعة الوظيفة المنوطة بالانترنت تجاه الصحيفة الورقية وهو "نشر الصحيفة الكترونيا وعلى أساسه تقوم صحيفة معينة بوضع مضمونها على شبكة الواب بإصدار يومي منتظم بالنسبة لليوميات أو الأسبوعيات " (25) وتكون إما:

- صحف الكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني، بالمحافظة على نفس المضمون من خلال نقل نفس المواضيع ونفس المعالجة الإخبارية، بنفس الخط الافتتاحي لها ورقيا، ويتم عرضها في صفحتها الأولى. والتي هي نفسها التي تكون في واجهات المحلات والأكشاك مع اختلاف في التسميات، النشر بدل التوزيع والقارئ العادي أصبح يطلق عليه المستعمل، كما أن طبيعة العلاقة بين الصحيفة وبين القارئ باتت تفاعلية حية .

- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي فقط .

ب/ الصحافة الالكترونية المحضة (المستقلة): وهي الأخرى توجد في صورتين:

- صحف الكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة "و يتمتع "هذا النوع من الصحافة الالكترونية المحضة بجهاز إداري وتنظيمي وفرق عمل تقنية وطاقم صحفيين ومراسلين، بعبارة مختصرة مؤسسة صحفية تستغني عن عمليتي الطبع والتوزيع، وتستبدلهما بالنشر الالكتروني. وهي شركة لها مخرجات من دفع

استحقاقات كراء المقر، دفع الكهرباء ومنح أجور العمال والصحفيين وتوفير أجهزة كمبيوتر شخصية ودفع اشتراكات الانترنت.....، أما المدخلات فلقد كانت شبه منعدمة إلى أن تعززت بفكرة الإشهار الالكتروني" (26) هنا بالجزائر أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم الجيريا . باللغة الفرنسية والانجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الانترنت ودون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر. ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الانترنت.

- صحف الكترونية لها إصدار مطبوع ولكنها لا تشترك معه في محتواه ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية.

ثانياً: أنواع الصحف الالكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع: وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الانترنت وتنقسم إلى أربعة أنواع:

أ/ "الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (GIF)، والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت" (27) هي تقنية غير جديدة إضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية مثل معظم الصحف الالكترونية الموجودة بالجزائر.

ب/ الصحف الالكترونية التي تستخدم النص المحمول (PDF):(*) هي تلك التي تتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية "و تعمل تقنية PDF على تنسيق الصفحة الذي وضعه مصمم الوثيقة أصلاً أثناء تصميمه لوثيقته، كما أن ملفات PDF لا يتم إعادة تنسيقها من قبل القارئ عن طريق برنامج التصفح كما أن القارئ لا يمكن له أن يغير الخطوط التي يحويها ملف PDF، وهذا الأمر ضروري في مجال النشر والتصميم". (28) من أمثلة هذا النوع من الجرائد الالكترونية جريدة السفير اللبنانية.

ج/ الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML :

(Hyper text markup Format) وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الالكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانيات

الانترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص. " (29)
د/ الصحف الالكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين.

4-1-2-4- معايير وضوابط الصحيفة الالكترونية (**):

مع الانتشار المتسارع لتكنولوجيا الصحف الالكترونية وتزايد أعدادها بشكل مطرد أصبح من الضروري وضع معايير وضوابط تميز الصحيفة الالكترونية عن غيرها من المواقع التي تعج بها الانترنت، وقد اقترح ما يلي من معايير:

1/ معايير مهنية :

أ- استعمال قوالب العمل الصحفي مثل الخبر والتحقيق والحوار.....الخ
و هذا لا يعني عدم التعامل مع قوالب مغايرة تفرضها طبيعة الوسيلة الجديدة.
ب- إنتاج موضوعات ميدانية كتغطية الندوات والمؤتمرات وغيرها.
ج- الاحتراف بمعنى أن يكون الصحفيون العاملون في المواقع محترفين لا هواة
ومن ابرز محددات الاحتراف هي :

- التفرغ

- الكفاءة المهنية

- الخبرة التراكمية والمؤسسية بمعنى انتماء إلى مؤسسة صحفية على الانترنت.

2/ معايير تتعلق بالمؤسسة أو الصحيفة وتتمثل في :

أ- معايير فنية: وتبرز في :

- وجود نظام بالموقع للأرشفة والتكشيف .

- وجود سيرفر خادم مستقل للموقع.

- وجود نظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية ويقصد

بذلك وجود نظام وخطط وليس ضمان عدم الاختراق.

ب- معايير تتعلق بعدد الزوار: وهو ما يمكن تحديده من خلال مواقع متابعة

التصفح العالمية مثل موقع *Alexia* ومن خلال هذه المواقع يمكن التعرف على :

- عدد الزوار

- عدد الجلسات التي تمت على الموقع

- معدل الزيارات التي تمت للموقع وكذا البلدان التي تمت زيارة الموقع منها.

ج- معايير مالية : ويشمل في وجود نظام تمويلي واضح ومحدد للمؤسسة أو الموقع وقابل للمراجعة من قبل الجهات المختصة.

د- معايير قانونية : تتعلق بالوضع القانوني للمؤسسة بالصورة التي تضمن الوفاء بالحقوق المالية والقانونية للعاملين فيها، ويكفي أن تصدر من خلال أي شكل يتيح القانون ويضمن محاسبة أصحاب المؤسسة ماديا وقانونيا عليه.

4-2-2- الخلفية التاريخية لظهور الصحافة الالكترونية :

4-2-2-1- نشأت الصحافة الالكترونية في الغرب :

يعيد الكثير من الباحثين تاريخ ولادة الصحيفة الالكترونية إلى بداية السبعينات ، وظهر خدمته التيليتكست *Teletext* عام 1976 كثمرة تعاون بين مؤسستي *BBC* واندبندنت

برود كاستينغ *IBA*، وسمي النظام الخاص بالمؤسسة في ظهوره الأول *Ceefax*، "و يعد التيليتكست *Teletext* نقلا للنص إلى المشاهدين في اتجاه واحد، وذلك عبر إشارة تليفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة موجودة بجهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص يستطيع المشاهد أن يتخير من بينها ما يشاء". (30)

و قد ولدت خدمة الفيديو تكست الأكثر تفاعلية والتي أبصرت النور في بريطانيا مع نظام *Prestel* على يد مؤسسة برينتش تلفون اتورتي، "و ببداية إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979، قدمت هذه الخدمة نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران ومعلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التلفزيون". (31)

و بناء على النجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين، وظل عدد من المؤسسات الصحافية الأمريكية في منتصف 1980

على هذا الخط وبدءوا العمل على توفير النصوص الصحافية التي تنتجها بشكل الكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر من بين هذه المؤسسات. إلا أن محاولات هذه المؤسسات لم تلق النجاح المطلوب لأن تبني التيليتكست كان بطيئاً، حيث لم تصل هذه الخدمة إلى ما نسبة 30% من المنازل البريطانية في 1981، ونتيجة ذلك توقفت المشاريع الخاصة بهذه المؤسسات الصحافية بعد عام واحد، وكان هذا الإخفاق في البداية للجريدة الالكترونية راجع لعدم توافر تقنيات متطورة بما فيه الكفاية تسمح بوصول غير مكلف وسهل إلى المحتوى الالكتروني، إضافة إلى نقص الاهتمام بهذا النوع من الخدمات الإعلامية من قبل المعلنين والمستفيدين على حد سواء. بعد ذلك أصبحت الجريدة الالكترونية تصل إلى المنازل من خلال الخدمات المباشرة لقواعد البيانات مثل خدمة (برودجي)، والتي صممت لكي تصبح جريدة قومية أمريكية تصل مباشرة إلى المنازل نظير اشتراك شهري.

و في التسعينات من القرن الماضي بدأ الظهور الحقيقي للصحافة الالكترونية وكان ذلك بعد اختراع الشبكة العنكبوتية العالمية، وظهور تقنية النشر عبر تلك الشبكة وهو ما يعرف حالياً بالنشر الالكتروني، حيث بدأ يتبلور المفهوم الحديث للصحافة الالكترونية، وقد أتاح استخدام الانترنت ظهور الصحف والمجلات الالكترونية، وهي التي إصدارها ونشرها عبر الانترنت، وجرب آخرون من قبل نقل نسخ بالفاكس إلى القراء، وتقديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر، بالإضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمة الصحفية باستخدام الأقمار الصناعية والبريد الالكتروني.

و هناك خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الالكترونية الأولى التي ظهرت على شبكة الانترنت "فقد رأى الدكتور محمود علم الدين أن صحيفة (هيلزنبورج داجيلاد) السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل عبر الانترنت". (32)

بحيث أن السويد تعتبر من البلدان التي تشهد نشاطا كبيرا في الانترنت في حين رأى الدكتور حسين نصر أن صحيفة تريبيون (Tribune) الأمريكية التي تصدر من ولاية نيومكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج إلى الانترنت وتؤسس لها موقعا على الشبكة عام 1992 "كما كانت صحيفة يو أس إيه توداي (USA Today) الأمريكية اليومية أول صحيفة كبرى تخرج إلى الانترنت مستخدمة تقنية النص الفائق". (33)

و في أواسط العام 1994 بدأت جريدة (الواشنطن بوسط) الأمريكية تدشين مشروع كلف تنفيذه عشرات ملايين الدولارات، قامت خلاله ببث العديد من موضوعاتها من خلال شبكة الانترنت (On line)، مقابل مبلغ شهري لا يتجاوز 10 دولارات، "و يتضمن نشرة تعدها الصحيفة، يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبنوية وإعلانات للخدمة المتبادلة، أطلق عليها مشروع اسم (الحبر الرقمي)(***)". (34)

طبعا كان هذا فاتحة لظهور الصحافة الالكترونية التي تخلت عن الورق والحبر لتستخدم جهاز الكمبيوتر.

و قبل انقضاء عقد التسعينات كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصا الكبرى منها، قد أسست لنفسها مواقع على شبكة الانترنت وبدأت بإصدار نسخ الكترونية من طبعتها الورقية التي بقيت محتفظة بمكانها دون أن تسجل تراجعاً جدياً في أرقام توزيعها اليومية، وقد غدى من النادر الآن أن توجد صحيفة تصدر مطبوعة دون أن يكون لها نسخة الكترونية.

"لكن إدارات الصحف سرعان ما وجدت أن النسخة الالكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبى احتياجات القراء، حيث ظهر 10% فقط من زوار موقع الصحيفة على شبكة الانترنت يهتمون بموضوعات الطبعة الورقية، فيما يبحث 90% عن معلومات جديدة". (35) هذا ما جعل من هذه الصحف تشرع في إنشاء إدارات تحرير خاصة تتولى تحرير الصحيفة مختلفة بنسبة تتجاوز 60% عن النسخة الورقية، ويبدو أن الأهمية المتزايدة للصحافة الالكترونية شجعت على ظهور اتجاه ثاني من هذه الصحف وهي الصحف الالكترونية المحضة، وبمرور الوقت أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة حيث بلغ عدد الصحف الالكترونية عام 2002 ما يقارب 5000 صحيفة على الانترنت.

4-2-2-2- نشأة الصحافة الالكترونية في العالم العربي: في ظل التحدي الذي

فرضته الانترنت كوسيط إعلامي اتصالي متعدد المزايا، لا يضاهيه في ذلك وسيط آخر، وجد الناشرون العرب أنفسهم في وضع لا يسمح لهم بتجاهلها، وبالتالي دخلوا مجالها دون أن يتأخروا كثيراً عن العالم.

"و لعل التواجد الصحفي العربي على شبكة الانترنت يعود إلى تجارب الشباب العربي الذين يعيشون في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا في بداية التسعينيات، حيث كان هؤلاء يتراسلون عبر شبكة الانترنت وتطبيقاتها الأولى مع بعضهم البعض حول قضايا وأخبار الوطن الأم بما يشبه تلك النشرات الصحفية التي توزع في المقاهي والمنتديات العربية في تلك البلاد". (36) هذا أدى إلى اتساع النطاق اللغوي لمفهوم الصحافة الالكترونية ليشمل اللغة العربية بالرغم من أن مفهومها لم يتم إستيعابه بعد بالقدر الكافي من قبل الناشرين العرب.

"إن أول وجود عربي مؤسس في شبكة الانترنت كان باعلان جريدة الشرق الأوسط في عددها الصادر في 6 سبتمبر 1995، بأن الصحيفة ستكون متوافرة عبر شبكة الانترنت في 9 سبتمبر 1995 حيث توافرت الصحيفة اليومية العربية الكترونياً لأول مرة على الشبكة، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءاً من 1 جانفي 1996، تلتها جريدة الحياة في الأول من جانفي 1996 والسفير في نهاية العام نفسه" (37). بالنسبة لأول صحيفة عربية على الانترنت كان توافرها في شكل صور فقط ويمكن القول بأنها بداية معقولة إذ ما ذكرنا بأن عدد الصحف في الانترنت في تلك الفترة كان محدوداً جداً، وهذه الصحف تعتمد في بثها للمادة الصحافية على تقنيات متفاوتة ولكن أياً من هذه التقنيات لم يرتفع بالصحافة العربية إلى مستوى الصحيفة الالكترونية المتكاملة.

بعد ذلك تنامت الصحف العربية على الانترنت وأصبحت تقريبا في كل البلدان العربية توجد صحف الكترونية، غير أن الاستفادة من خدمات الانترنت في الوطن العربي قد تأخرت نوعاً ما وقد أرجعت دراسة معينة إلى أن هذا راجع لضعف البنية الأساسية لشبكات الاتصالات، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وهذا ما أثر بشكل رئيسي على سوق الصحافة الالكترونية.

أما فيما يخص الصحف غير العربية الأصل والتي تصدر باللغة العربية نجد "الصحيفة الالكترونية التي أطلقها هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) عام 1998 وهي تبث مادتها على مدار الساعة، من تطورات سياسية وكذا أحداث عربية وعالمية

بالصوت والصورة والأفلام التسجيلية.... الخ، جامعة في وقت واحد أمام المتصل بالموقع متعة القراءة والاستماع والمشاهدة بسرعة وكفاءة تكنولوجية كبيرة، الأمر الذي جذب جمهورا عربيا جديدا وبشكل متزايد، خصوصا في السعودية ومصر وعدد من دول الخليج، فضلا عن العرب الذين يعيشون بالمهجر في الغرب الأوربي وأمريكا وأستراليا... الخ". (38) والرهان القائم الآن من قبل مسؤولي الـ **BBC** البريطانية، هو تطوير هذه الصحيفة الإلكترونية لكي تصبح الصحيفة العربية الأولى في العالم العربي.

أما فيما يخص الصحف العربية الإلكترونية المحضة والتي كان منشؤها في شبكة الانترنت، فقد جاء متأخرا نوعا ما إذ كان أول حضور من خلال صحيفة (الجريدة) **Aljareeda.com** التي انطلقت في جانفي 2000 للصحفي محمد جبر شرع، "بعد ذلك صدرت صحيفة (إيلاف) اعتمادا على نظام تحرير جديد صممه شركة (نودلج فيو) حسب متطلبات (إيلاف) بالاستناد إلى تقنية جافا (Java) المتطورة للنشر الإلكتروني، وعلى الرغم من أن إيلاف ليست أول جريدة تصدر على الانترنت، إلا أنها أول جريدة صممت خصيصا للانترنت بواسطة نشر متعدد لعرض النصوص والصور والأصوات، كما يوفر هذا النظام ربط غرف أخبار وتحرير متعددة تابعة لإيلاف تنتشر في مناطق مختلفة كبيروت ولندن والمغرب، مرتبطة بشبكة تحرير واحدة تسمح للمحررين بالعمل سويا وكأنهم في قاعة واحدة" (39). ما نلاحظه هو أن جريدة إيلاف الإلكترونية تعتبر أول صحيفة عربية على الانترنت هدفها الحصول السهل على المعلومات ذات النوعية العالية، وكذا استخدام آخر التقنيات والانتقال بالتجربة الصحفية باستخدام الانترنت إلى أرقى مستوى.

يتضح مما سبق أن الصحافة الإلكترونية العربية تواجهها العديد من التحديات تعوق تميزها ومنافستها لمثيلاتها الأجنبية أهمها:

- ضعف عائد السوق من المعلنين والقراء.
- عدم تأهيل الصحفيين العاملين بها.
- عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة.

4-2-3- واقع الصحافة الإلكترونية بالجزائر وآفاقها:

سنحاول في هذه النقطة التعرض لواقع الصحافة الالكترونية في الجزائر من خلال استقراء وضعيتها على ضوء ما توفر لدينا من معلومات ومعطيات وهي قليلة فقد عرفت الجزائر منذ سنة 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية والانترنت عن طريق النشر الالكتروني ابتداء من جريدة "الوطن" لأن إنشاء موقع على الواب لم يعد بذلك الشيء الصعب، خاصة في ظل إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للانترنت منذ سنة 2000 فالإجراءات اللازمة للاستفادة من موقع على شبكة الانترنت بالنسبة لأي جريدة يتطلب من الناحية التنظيمية المرور بعدة مراحل، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان "DZ":

-سجل تجاري لكل هيئة ذات طابع تجاري- وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر كما يجب دفع مبلغ مالي كل سنة بقيمة 1000دج ولأن الصحافة الالكترونية صحافة تحتاج إلى مقر وإلى هيئة عمالية فيجب الحصول على وثيقة التسجيل من أجل الحجز عند المركز الوطني للبحث العلمي الذي يوفر ثلاث عروض:

المبلغ السنوي	العرض
10.000دج	50 MO
19.550دج	100 MO
28.500دج	200 MO

"جدول رقم (9) يبين العروض المقدمة من مركز البحث العلمي والتقني لإنشاء موقع" (40).

نلاحظ أن هذه العروض تعتبر معقولة بالنسبة لمختلف المؤسسات ويبقى على الصحيفة الالكترونية أن تخضع من الناحية الإدارية إلى طاقم صحفي وتقني وإداري متخصص ومدرب.

4-2-3-1- أنواع الصحافة الالكترونية في الجزائر:

تعرف الجزائر منذ منتصف التسعينات أولى بدايات الصحافة الالكترونية من خلال أول تعامل بين الصحف الوطنية والنشر الالكتروني سنة 1997 والنشر الالكتروني مباشرة وبصورة مستقلة لصحف الكترونية محضة منذ سنة 1996 هذا التعامل مع هذا النوع من النشر سمح بظهور نوعين من الصحافة في بلادنا وهما:

أ/ صحافة الكترونية مكملة للطبعة الورقية:

تعتبر يومية الوطن أولى اليوميات الجزائرية التي وضعت على الخط سنة 1997 ثم تبعتها 8 يوميات أخرى خلال العامين 1997 و 1998 هي: Liberté - اليوم - الخبر - الشعب - المجاهد - Le Matin - Le Soir D'algerie - El Acil - وبعدها وفي مدة قياسية دخلت معظم الصحف الجزائرية على الخط ما عدا عدد قليل منها:

تاريخ إنشاء الموقع	الموقع على الانترنت	الصحيفة
نوفمبر 1997	www.ElWalan.com	الوطن
جانفي 1998	www.liberté-algerie.com	Liberté
فيفري 1998	/	اليوم
أفريل 1998	www.elkhabar.com	الخبر
جوان 1998	www.el-chaab.com	الشعب
جويلية 1998	www.ElMoudjahid-dz.com	El Moudjahid
أكتوبر 1998	/	Le Matin
نوفمبر 1998	www.LeSoirD'Algerie.com	Le Soir D'Algérie

مارس 2000	<i>www.El Acil.com</i>	<i>El Acil</i>
--------------	------------------------	----------------

جدول رقم (10) يمثل أولى الصحف الوطنية الموضوعة على الانترنت (41)

ما نلاحظه هو أن أغلب الصحف الوطنية الموضوعة على الخط لا تختلف كثيرا عن نسخها الورقية من ناحية المضمون فهي عبارة عن نسخ كربونية كانت في البداية تعرض كخدمة نصية، ثم أصبحت ديناميكية وسنتناول أكثر تفاصيل حول جريدتين فقط، الأولى باعتبارها أول جريدة توضع على الانترنت في الجزائر والثانية باحتلالها المركز الأول من حيث السحب.

- تجربة جريدة El Watan:

تعتبر الوطن أول جريدة وطنية اكتسحت عالم الانترنت منذ 1997 ولقد كان مطعمها أن تكون حاضرة على الواب من خلال موقع خاص بها.
هذه العمليات مرت بـ :

- وضع تصور للموقع من طرف G.E.C.O.S

- تكوين موظفين من الصحفيين والعمال في ميدان الإعلام الآلي، والعمل فعليا على الموقع من مقر الجريدة والتزود بالانترنت في جميع قاعات العمل.
- عملية تحميل الموقع وتحديثه بالمعلومات اليومية انطلاقا من الجريدة نفسها، وبعد مرور ثلاث سنوات من إنجاز الموقع، استطاعت الجريدة أن تتجح في تقديم الأخبار بطريقة يومية بتركيبيتي: HTML و PDF. كما تم تحديث الموقع معتمدين على تحديثه وتحويله وتعديله من موقع ساكن كخدمة نصية إلى موقع متحرك سنة 2004، أما إعلاميا فأصبحت الجريدة تتمتع بخاصية التفاعلية والتواصل عبر البريد الالكتروني.

و قد نجحت جريدة الوطن من خلال طاقمها الصحفي والتقني وكذا الفوروم الذي يستطيع أي فرد أن يعلن بأرائه بكل حرية.

- آفاقها:

* تطمح جريدة الوطن الالكترونية إلى إنشاء مصلحة أرشيف مقابل الدفع وهذا الأمر من شأنه أن يجلب عائد مالي هائل.

* الحصول على رخصة لاستقبال مواضيع وملفات مقابل الدفع في رغبة من الجريدة تحقيق سبق صحفي هام ليزيد من قيمة وعراقة وحجم مبيعات الجريدة.

* إنشاء معرض صور فوتوغرافي وكاريكاتوري تعده الجريدة بنفسها. (42)
من هنا نتساءل هل هذا النجاح الذي حققته جريدة الوطن الالكترونية يعود إليها أو الفضل راجع لطبعتها الورقية التي صنعت لها أرضية صلبة لدى الجمهور؟.

- تجربة جريدة الخبر اليومية:

تواجهت جريدة الخبر على الانترنت منذ سنة 1998 بتعاون مع مؤسسة جيكوس، وجاء استجابتنا إلى :

* طلب السفارات والهيئات الرسمية بالداخل والخارج لتقديم طبعة الكترونية من شأنها تسهيل عملية الاطلاع على الأحداث الوطنية والدولية، باعتبارها أنها الجريدة الناطقة باللغة العربية الأكثر مقروئية.

* تلبية رغبة قرائها خصوصا في الخارج من الجالية الجزائرية في المهجر ومن يتعذر لهم وصول طبعة ورقية في الوقت المناسب أو تتغيب نهائيا بسبب مشاكل التوزيع لاسيما بالجنوب الجزائري. (43)

- تقييمها:

في الحقيقة تعتبر جريدة الخبر الالكترونية تجربة لازالت في طور التطور، إلا أنها لازالت متأخرة بالنظر لمكانتها وسط قرائها فتطورها بطيء ولا يليق بمكانتها على الأقل من حيث أنها أكبر جريدة تسحب ورقيا، "في حين وفي الآونة الأخيرة صنفت الشروق كأحسن موقع لجريدة جزائرية بالرغم من أنها تحتل المرتبة الثانية من حيث السحب بعد جريدة الخبر". (44)

و إذا كانت هذه تجارب أقوى الصحف المكتوبة الوطنية من حيث قدرة السحب والمقروئية، فإن الساحة الإعلامية باتت تعرف تراجعا في عدد الصحف الوطنية الموضوع على الخط، مثل جريدة اليوم وما حدث مع مؤسسة جيكوس، التي أوقفت

خدمات الجريدة على الخط بسبب دين قدر بـ 20 مليون سنتيم، هو ما اضطر جريدة اليوم للانسحاب من الشبكة منذ تاريخ 12 جوان 2005.

ب/ صحافة الكترونية جزائرية مستقلة:

و نقصد بها الصحافة التي ليست لها دعامة ورقية، والجدول التالي يبين هذا النوع من الصحافة في الجزائر:

اسم الصحيفة الالكترونية	الموقع الالكتروني	الملاحظة
<i>Algeri-Interface</i>	http://www.algeria-interface.com	توقفت عن الصدور لظروف مالية
<i>Algeria-watch</i>	http://www.algeria-watch.com	تم صدورها عام 1998
<i>Le Souk</i>	http://www.lesouk.org	أصبحت مؤخرا لها طبعة ورقية توزعها بأعداد محدودة وغالبا ما يتم داخل كلية الطب
<i>Auto Algerie</i>	http://www.autto-algerie.com	
<i>Algerie la grand Kechfa</i>		أول صدور لها كان في 14 جويلية 2003
<i>Planet DZ</i>	http://www.planet-dz.com	الموقع المجمع

الجمعيات	لمواقع	
	الجزائرية	

جدول رقم (11) حول أهم الصحف الالكترونية المحضة بالجزائر.

و في ما يلي سنستعرض تجربتين هما صحيفة: **Algerie-Interface** و **Le Souk**

- تجربة جريدة **Algerie-Interface** :

"في عام 1996، كانت انطلاقة المشروع لجريدة عامة تتناول كل القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، تحت إشراف وبدعم من دبلوماسي سويدي يدعى **Gauffin** الذي دعم المشروع على أساس أنه اشغل كصحفي وزار الجزائر ويعرف أجواء العمل بها، ولظروف مالية ناتجة عن عمليتي الطبع والتوزيع، تغيرت فكرة إنشاء الجريدة الورقية الى جريدة الكترونية.

فورا بعد ذلك قامت الوكالة بمنح المال لإدارة الجريدة بدعم من المركز الدولي للتعاون وبدأ فريق العمل بالعمل انطلاقا من باريس، وانطلقت الجريدة فعليا على الخط سنة 1999، تحت شعار نقل الأخبار بكل حياد.

و قد سجل الموقع عدد كبير من الزيارات " (45) وبالرغم من كل هذا النجاح إلا أنها واجهتها مشاكل عديدة أهمها:

- لم يكن في ذلك الوقت سوى ممول واحد للانترنت وكان تابع للدولة وبالتالي
فخدمة توزيع الانترنت كانت محتكرة.

- أن الانترنت لم تصبح بعد من ضمن أولويات الفرد الجزائري.

- نقص المورد المالي.

- تجربة صحيفة **Le Souk** :

" انطلقت الجريدة سنة 1995، وهي تابعة لجمعية للطلبة من كلية الطب تهدف لخلق جو تفاعلي بين الجميع، وذلك بتحسين الاتصال بين طلبة الطب من جهة، ومختلف شرائح المجتمع لإرجاع البسمة للأطفال المصابين، ويبلغ عدد زوارها حوالي 1000 زائر يوميا واعتبرت عام 2004 كأحسن موقع". (46)

لعل استعراض هاتين التجربتين للصحافة الالكترونية الجزائرية المحضة يجعلنا نتساءل عن التواجد المحتشم لمثل هذه المواقع وربما ذلك يرجع لعدة اعتبارات ومشاكل نتناولها في النقطة التالية:

4-2-3-2- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية بالجزائر:

تواجه الصحافة الالكترونية في الجزائر مشاكل عديدة تجتمع لتشكل عقبة أمام ازدهارها

ورقيها ومن أبرز هذه المشاكل مايلي:

أ/ عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة للانترنت:

"حيث أن المجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصى مضارب الأرض، والتي تلغي الزمان معها والمكان وتجعل البعيد قريب، وتفتح العالم على بعضه، وتسافر معها بدون جواز سفر، فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة 62%، تم الجرائد بنسبة 22% وأخيرا الانترنت بنسبة 10% ". (47) هذا إن دل على شيء إنما يدل على نقص الوعي من طرف الفرد الجزائري بأهمية الانترنت إضافة الى اعتبارات أخرى كالجانب المادي فاستعمال الانترنت يعني توفر جهاز كمبيوتر مجهز بمودم، وتكلفته في بلادنا تصل الى 50.000 دج وهو ما يعادل تقريبا 4 مرات الأجر القاعدي للفرد الجزائري في حين لا تتجاوز تكلفته في الغرب 20% من الأجر الوطني الأدنى.

ب/ ضعف التكوين المعلوماتي:

إذا كانت الأمية عموما منتشرة في الجزائر بقدر 07 ملايين أمي في التعريف التقليدي لها أي ما يعادل نسبة 70% من المجتمع الجزائري فما بالك بالأمية الالكترونية والتي تعتبر عائق للصحافة الالكترونية.

ج/ تنامي قرصنة المواقع الالكترونية:

لقد مرت الصحافة الوطنية المنشورة على الواب بهذه المشكلة منها:

* "جريدة الوطن: حيث تعرضت لهجوم من قرصنة الانترنت ولم تكتشف ذلك إلا حين قام قراءها الإلكترونيون الجزائريون والأجانب بتبنيها عن عدم قدرتهم للاستفادة

من الموقع، وبعد إجراء تحقيق في الأمر تم تحديد الخلل باكتشاف طريقة عمل هؤلاء".
(48)

* جريدة البلاد: اكتشف الأمر حين بلغ عدد المصوتين 10 مرات أعلى من عدد الزوار الفعلي.

د/ غياب الإطار القانوني للصحافة الالكترونية في الجزائر:

تعاني الصحافة الالكترونية من غياب الإطار القانوني حتى وإن اعتبره الكثير فرصة للهروب من مقص الرقابة أو الحذف، هذا القانون الذي ينظم سير العملية الإعلامية من خلال الدعامة الالكترونية، حيث هناك جهود في الأردن ولبنان وعدد كبير من الدول على المستوى الدولي إلا أن المشرع الجزائري تناول هذا الموضوع حين تحدث عن الجوانب التقنية للانترنت وحدد قواعد لفتح موزعين خواص، من خلال مراسيم مصادق عليها من طرف الحكومة.

ه/ سياسة الإشهار الالكتروني في الجزائر:

" تستمد الجريدة الالكترونية بقاءها من الإشهار الالكتروني ويرتبط هو بسخاء أصحاب المال والأعمال ومدى قناعتهم بالانترنت ودورها في تسويق منتجاتهم، والمجتمع الجزائري مجتمع لم يعرف الخصوصية إلا منذ سنوات قليلة، لذلك وبالنظر لحداثة التجربة الإعلامية الجزائرية الالكترونية لنا أن نتصور كيف يتعامل الفرد الجزائري مع الانترنت". (49)

أي أن عدم اهتمام الفرد الجزائري بما ينشر الكترونيا، ينعكس على مدى إقبال الشركات المعلنة في الاعتماد على الدعامة الالكترونية في الإشهار عن السلعة أو الخدمة.

3-4 القضايا والرهانات التي تطرحها الصحافة الالكترونية في الوسط

الإعلامي:

إن الصحيفة الالكترونية التي يتزايد حضورها ويتسع كل يوم على صعيد العالم، تفرض نمطا مهنيا جديدا في كل شيء، بدءا من التحرير وانتهاء بالوصول الى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه، وبالرغم من أن الصحف التقليدية مازالت تتسيد الساحة

المهنية وتشهد ذروة ازدهارها منذ ظهور أول صحيفة قبل عدة قرون، إلا أن كل ذلك لا يمنع التساؤل الملح حول حجم تأثير الصحيفة الالكترونية على القراء من خلال معرفة طبيعة العلاقة بينها وبين الصحيفة الورقية وكذا تمويلها وطبيعة الكتابة فيها ورهانات وقضايا أخرى سنسلط الضوء عليها في هذه النقطة.

4-3-1- طبيعة علاقة الصحافة الالكترونية بالصحافة المطبوعة:

إن الوقت لا يزال مبكرا لأن نجزم على أن الصحافة الالكترونية ألغت الصحافة المكتوبة، أم تقوم بدور تكميلي لها أم هما في حالة صراع والبقاء للأقوى وفي هذا الشأن انقسمت آراء الإعلاميين والباحثين وأصحاب الاختصاص حول طبيعة هذه العلاقة الى ثلاث اتجاهات.

4-3-1-1- الصحافة الالكترونية مكملة للصحافة الورقية:

أصحاب هذا الاتجاه ينطلقون من فكرة أن الصحافة الالكترونية ما هي إلا دعامة الكترونية تعتمد الصحافة الالكترونية عليها لتتمة عملية توزيعها من خلال النشر الالكتروني، ربحا للوقت والجهد والوصول الى أكبر عدد ممكن من القراء. "ويتوقع أصحاب هذا الاتجاه أن تسير الصحافة الورقية مع الصحافة الالكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير أو الاتصالات أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة". (50)

هذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو والتي يزداد فيها استخدام الحواسب الآلية.

إن الصحافة الورقية تتمتع بالطابع الملموس الذي له أثر كبير على نفسية القارئ، لذلك فهي لم تفقد نشاطها ولا تخشى من منافسة الصحافة الالكترونية والدليل على أنها غير مهددة بالزوال مايلي:

- "لم يقل الطلب على ورق طباعة الصحف بدليل ارتفاع أسعاره لزيادة الطلب عليه حيث تقدر الزيادة السنوية المالية الحالية على طلب ورق طباعة الصحف بحوالي 3%.

-لو اطلعنا على ما يجري بالمصانع المنتجة لآلات طباعة الصحف لوجدنا استثمارات كبيرة في الأبحاث للوصول الى معدات متطورة ترتفع فيها الإمكانيات والسرعة وجودة الطباعة الملونة". (51)

-كما أن الإقبال على الصحيفة الورقية يزداد لارتباطها بعوامل خاصة بكل بلد وكل مجتمع وعليه فان الصحافة المكتوبة يجب عليها استغلال أي تطور تكنولوجي حتى تحقق الرواج والانتشار وبالتالي تكون هذه التقنية بمثابة السند لها.

4-3-1-2- الصحافة الالكترونية منافسة للصحافة الورقية:

في إطار الجدل القائم حول العلاقة بين الصحافة الورقية والالكترونية ذهب الكثيرون الى الحديث عن انقراض الصحيفة الورقية الى أن عبر احد علماء المستقبل الأمريكيين بقوله إننا على المدى الطويل سوف نصبح دون ورق بالطريقة نفسها التي أصبحنا فيها دون خيول ويذهب أصحاب هذه النظرة في تبرير أفكارهم الى الحديث عن الامتداد المنطقي للتاريخ الطويل للاتصال فمثلا استعملت جلود الغزلان وأوراق البردي بعد أمد طويل من النقش على الحجر في الكهوف لا بد أن تحل بكل تأكيد وسائط أخرى محل الورق هذا الأخير "الذي لم يعد الوسيط الأمثل لحفظ المعلومات.... فهو بسيط استاتيكي ساكن لا ينبض بالحياة يقتصر على الكلمات والصور وهذا المزيج من الكلمات والصور في أفضل حالاته ليس سوى بديلا رديء للرسائل السمعية البصرية"(52)

هذا إن دل على شيء إنما يدل على أن الورق لم يصبح قادرا على استيعاب التضخم الكبير في حجم الإنتاج الفكري الإنساني لذلك أوجب الأمر إيجاد حل لمثل هذا التضخم عن طريق "إيجاد وسائل أكثر كثافة لتخزين البيانات والمعلومات وإيجاد مداخل سريعة لهذه البيانات المخزنة تستطيع استيعاب أكثر من 75000 كتاب و50000 دورية ومليوني مصغر فيلمي ومليوني مادة سمعية بصرية وأعداد لا يمكن حصرها من التقارير العلمية والفنية... وغيرها من المواد التي يتم إنتاجها كل عام" (53)

هذا ما أدى الى تراجع وسائل الإعلام التقليدية وخصوصا الصحافة المكتوبة خلال الأربعين سنة الماضية وانطلاقا من هذا الواقع الذي يعكس تنامي واضح في تطور الصحافة الالكترونية وحسب شريف درويش اللبان يتوقع أن تقل خدمات الصحافة

الورقية بشكل تدريجي ليزداد الاعتماد على الحسابات الرقمية للاستفادة من الخدمات الصحفية والإخبارية التي تقدم من خلال الانترنت أو من خلال الجرائد الالكترونية التفاعلية وذلك وصولا الى ما يطلق عليه اسم الجريدة تحت الطلب مع العلم بأن عدد الصحف على الانترنت ازداد بشكل ملفت للانتباه ويقدر معدل هذا التزايد ب 1500 صحيفة سنويا.

و في إطار هذا السيناريو ستأخذ الصحف الالكترونية في المستقبل شكلا آخر غير الشكل الحالي الذي نراه على شاشات الحاسب الآلي حيث يتوقع "روجر فيلدر" أحد خبراء مؤسسة نايت رايدر الأمريكية أن تكون جريدة المستقبل مطبوعة الكترونياً تمزج المظهر التقليدي للجريدة المطبوعة بالحركة الكاملة التي تعطيها الوسائط المتعددة من لقطات الفيديو والصوت بحيث يتم استرجاعها على جهاز عرضي محمول بحجم المجلة يطلق عليه القرص الإخباري وبالتالي سيصبح إصدار الجريدة الورقية صفوياً ومحدوداً مثل الأسطوانات التقليدية والفونوغراف أو الذهاب إلي دور السينما الآن بينما تزدهر الجرائد الالكترونية الفورية على شاشات الحاسبات الالكترونية تمهيدا لاختفاء شكل الجريدة التقليدي، وظهور الجرائد التي يحدد الشخص محتوياتها بنفسه" (54).

بمعنى أن إصدار الجريدة الورقية أصبح تدريجياً محدوداً في الوقت الذي ازدهرت فيه الجرائد الالكترونية تمهيدا لظهور صحف جديدة تجسد مبادئ جريدة القراء، أين للقارئ الحرية الشاملة في تحديد محتويات الصحيفة بنفسه ولا يتوقع ازدهار هذا السيناريو إلا في مجتمعات تجاوزت مرحلة مجتمع المعلومات، الى مجتمع ما بعد المعلومات، أو الافتراضي وهذا ما لم يتحقق في مجتمع كالمجتمع الجزائري.

و في هذا الصدد يتوقع الكاتب أحمد شبلول في كتابه ثورة النشر الالكتروني أنه وقريباً جداً وبالتحديد في عام 2010 تختفي الصحف الورقية، والأكشاك التي تبيعها في الشوارع لتحل محلها أكشاك الكترونية يمكن للقارئ أن يقتني منها صحيفة الكترونية.

و يبرر أصحاب هذا الاتجاه تفوق الصحافة الالكترونية على الورقية بعدة حجج

منها:

- "أن الصحافة الورقية تحتاج الى تكلفة ضخمة لإنشائها بدءا بشروط الحصول على ترخيص لفتح الصحيفة وصولا الى الإجراءات التنظيمية ومرورا بالقوانين الإعلامية التي تحمّن حرّيتها، إضافة الى ارتفاع تكاليف الورق الذي يكبدها مشقة مالية عالية.

- مشاكل الطبع والتوزيع، نظرا لكلفتيهما الجد عالية، ففي أوروبا مثلا تحتل كل من سويسرا وفرنسا المراتب الأولى في ارتفاع تكلفة التوزيع" (53).

- تتمتع الصحافة الالكترونية بمميزات تجعلها تتفوق على الورقية من بينها، محاولتها جلب انتباه القارئ عن طريق النص والصور والأشرطة الاشهارية مما يعزز الخبر لديه.

- الخبر يحتفظ بجديته وأنانيته.

- غياب مقص الرقيب.

- تدني مستوى مقروءية الصحافة الورقية فالقارئ يفضل استخدام الانترنت من بيته أو عمله بدل التنقل إلى الأكشاك لشراء الجريدة وعن طريق الانترنت يوفر الجهد والمال أيضا.

- انخفاض في سحب الصحف بسبب مشاكل التوزيع.

- تراجع عدد المبيعات فقد أشار الاتحاد الدولي لناشري الصحف عن تراجع في

عدد

المبيعات سنة 1994 كالاتي:

المنطقة	النسبة المئوية لتراجع مبيعات الصحف
الاتحاد الأوروبي	1.78%
الو.م.أ	1.23%
اليابان	0.17%

جدول رقم (12) يبين نسب تراجع مبيعات الصحف سنة 1994 (56).

لعل هذه الأرقام تنبئ باندثار الصحف الورقية نهائياً مع مرور الوقت إذا ما بقيت هذه الصحف على كلاسيكيتها في متابعة الأخبار.

- "كما أن الأرشفة الذي يمكن البحث فيه عن الموضوعات المختلفة والإعلانات المبوبة يمكن أن يساعد الجريدة الالكترونية في أن تصبح بنكا للمعلومات كما أن الوصلات الفائقة *Hyperlinks*، طورت الجريدة وحوالتها من مصدر وحيد للمعلومات إلى مصدر حافل بشبكات المعلومات دون نقطة نهاية واضحة". (57) بعكس الجريدة الورقية التي لا تتوفر على هذه الخدمة (الأرشفة الالكتروني) بحكم أن الأرشفة يقوم القارئ بحفظه وتركيبه بنفسه وهو قابل للتلف، هذا ما يجذب انتباه القارئ ويحوّله إلى الصحيفة الالكترونية بدلاً من الورقية.

4-2-3-1-3- التآثير متوازن بينهما:

هناك من الآراء ما ترى أن التأثير متساوي بين الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية وهذا راجع:

- "الانترنت ستجعل من الصحافة تلعب أدوار مختلفة على كل المستويات.

- الانترنت ستظهر متعاملين جدد (صحفيين الكترونيين من جمهور القراء) لنشر أفكارهم بما يسمى صحافة الهواة.

و بالتالي فان كل وسيلة ستكون مستقلة عن الأخرى، لأنها ستكون جمهور خاص بها و

مضامين متنوعة ومعالجة إعلامية مختلفة هي الأخرى.

- كما أن الصحف الورقية تستفيد من التقدم التكنولوجي الذي تشكل الانترنت أكبر

حلقة به، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم" (58).

في الحقيقة أكدت الكثير من الدراسات في تاريخ التقنيات المكتوبة والمسموعة والمرئية، أن المستجدات التكنولوجية تراكمية، ولا أي بعد إقصائي بداخلها، فالجديد لا يلغي السابق ولا يتجاوزه، حتى وإن سلمنا بإمكانية التأثير في دوره أو التقليص من مكانته، لذلك لا يجب قراءة التطورات التكنولوجية في ميدان الإعلام والاتصال على خلفية من القطيعة أو التأثير السلبي، أو من وجود علاقات منافسة ولعل أبسط مثال على

ذلك ما نشهده من انصهار بين المكتوب، المرئي والمسموع، لذلك فان الصحيفة الالكترونية تعتبر تطورا تاريخي جد منطقي للصحيفة الورقية هذا ما يجعلها أكثر مواكبة لتغيرات العصر ومستجداته.

يجب أن نقر بأنه بات من الصعب الحكم حاليا على اختفاء الصحافة الورقية كلية وعلى الحكم على طبيعة العلاقة بينها وبين الصحافة الالكترونية، وهذا راجع لحدثة هذه التجربة، غير أنه يجب أن نذكر أن تفوق الصحافة المكتوبة على الالكترونية شهدناه في بعض الأحيان: كما لاحظنا تفوق الصحافة الالكترونية على المكتوبة في أحيان أخرى، لذلك يصعب الحكم على طبيعة العلاقة بينهما.

من خلال ما تقدم يمكن لنا استنتاج بعض المشاكل والتحديات التي تعترض طريق الصحافة الالكترونية وهي:

- التحدي الذي يواجه الصحافة الالكترونية هو المصادقية، "فالصحف الالكترونية التي نجحت بالفعل، إما أنها نوافذ لصحف أو مؤسسات إعلامية قائمة بذاتها ومشهورة، أو أن خلفها شخصيات وهيئات معروفة أما تلك التي تصدر وأصحابها غير معروفين، فإنها لاتحظى بثقة الكثيرين ولا تلقى زيارات عديدة حتى وإن كانت تقدم خدمة جيدة" (59). هذا راجع لأن القراء تعودوا على القراءة لصحف معروفة وكتاب معروفين أما في الصحافة الالكترونية فهم في الغالب لا يعرفون الكتاب مما يجعل هذه الصحيفة تفقد مصداقيتها لدى القارئ.

- أما الصحفي العامل بالصحيفة الالكترونية في كثير من البلدان يفقد الهوية القانونية داخل الصحيفة التي يتعامل معها كما تفقد الصحيفة الالكترونية هويتها القانونية أيضا، بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلق موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن الملتقي، وقد جاء على لسان عمر حسين، مدير تحرير موقع محيط، "بأن الصحفي يمكن أن يتعرض لملاحقات أمنية والفصل التعسفي والجزاءات المالية، والاضطهاد من مرؤوسيه واستغلال صاحب العمل له، وحرمانه من أي حقوق تمنح لزميله في الصحافة الورقية دون أن يجد من يحميه". (60)

هذا راجع لأن موقع الجريدة الالكترونية ليس خاضعا لأي قانون يحمي الصحفي العامل بهذه الصحيفة.

- قراءة صحيفة على شاشة كمبيوتر، لم يعد بعد أمرا معتادا لدى جمهور الصحافة المكتوبة، كما أن الاشتراك في الانترنت مازال أمرا مكلفا للغاية بالنسبة للكثيرين، ويرجع الدكتور رفعت سيد أحمد استحالة اندثار الصحيفة الورقية، في ظل المستقبل المشرق الذي تنبأ به الباحثون للصحافة الالكترونية، إلى كون هذه الأخيرة تفتقد تماما إلى كل ما تمتاز به الصحيفة الورقية من دفء إنساني وحميمية.

- "عدم امتلاك إستراتيجية تسويقية واضحة لأسباب كثيرة أهمها عدم وضوح معالم سوق الانترنت بشكل يغري بضخ العديد من الاستثمارات ناهيك عن عدم إمكانية توقع جني الأرباح في عالم لم تتشكل ملامحه بعد" (61). ولعل هذه المشكلة تتعلق خصوصا بالبلدان النامية.

- بالنسبة للصحف الالكترونية العربية يرى الدكتور عماد بشير "أنها لا تحتوي إلا على المواد الصحفية المنشورة في النسخة المطبوعة، أي أنها لا يمكن أن تحقق سبقا صحفيا على توأمها المطبوع، وأن معظمها لا يعتمد على الوسائط المتعددة في تدعيم الخبر ماعدا الصورة الثابتة مع المواضيع الصحفية في عدد من هذه الصحف" (62). هذا يعني أنها مجرد نسخ طبق الأصل من النسخة الورقية مما يجعل القارئ يعزف عنها لأنه لا يجد أي شيء مستحدث فيها.

4-3-2- تأثير النشر الالكتروني على معدات استهلاك الورق:

" إن البريد الالكتروني سوف يحد من التكاليف، كما أن أوجه التقدم المختلفة في بناء شبكات الكمبيوتر والبرمجيات سوف تقود الشركات ومؤسسات الأعمال الى مكاتب دون ورق، بالطريقة نفسها، التي أصبحنا بها دون خيول كما يقول أحد علماء المستقبل الأمريكيين، ولكن على الرغم من ذلك، فإن العصر الالكتروني قد زاد في الحقيقة من استخدام الورق في بعض المجالات، ولحسن الحظ فإن عديدا من المجتمعات تقبل ورق طابعات الكمبيوتر لإعادة تشغيله مرة أخرى فالعصر الالكتروني الحالي سوف يؤدي على المدى البعيد إلى وفر هائل في حجم استهلاك ورق الطباعة لأن هذا العصر ينبئ بظهور الصحيفة اللا ورقية" (63).

هذا ما جعل الصحافة الورقية تواجه مجموعة من التحديات في استمراريتها، من خلال دعوة بعض الناشرين إلى التخلي عن النشر الورقي وإحلال محله النشر الإلكتروني، والبعض الآخر يدعو إلى التمسك بالنشر الورقي ويرون أنه لا يوجد تأثير للنشر الإلكتروني على الصحافة المطبوعة.

لا شك أن التطورات المتلاحقة في عدد الصحف الإلكترونية وصنوعات الطباعة الإلكترونية من الصحف المطبوعة سيؤدي على المدى الطويل إلى خفض استهلاك الورق بصورة كبيرة، لأن مطالعة القراء للصحيفة الإلكترونية سوف تغنيهم عن مطالعة الصحيفة المطبوعة، وسوف يؤدي خفض استهلاك ورق الصحف إلى ميزات لدور الصحف لاسيما في ظل الارتفاع الهائل في الأسعار العالمية للورق. وإلى الحفاظ على البيئة، خاصة إذا علمنا أن الورق يتم الحصول عليه انطلاقاً من قطع الآلاف من الأشجار، وهذا ما يؤدي إلى اختفاء الغابات والذي بدوره يؤدي إلى الاختلال البيئي.

"كما أن عنصر ورق الصحف يتميز بالندرة النسبية، بحيث يتم الحصول عليه من الخشب، وبالتالي يجب الحد من قطع الأشجار من خلال البحث على خامات جديدة لتصنيع الورق" (64). طبعا هذه الخامات تتمثل في أوعية معلوماتية إلكترونية، تعتمد على القراءة المباشرة من شاشات الحواسيب.

"فقد أصبح المجتمع اللاورقي مصطلحا يعكس عصر المعلومات والحاسبات عند العديد من الدارسين، وأصبح النشر اللاورقي مصطلحا يعكس مستقبلا تكون فيه الكتب والدوريات والصحف قطع متحفية" (65).

يعني ذلك إتاحة الفرصة لكل فرد ليتحصل على جهاز كمبيوتر شخصي يفيدته بشتى أنواع المعلومات أيا كان شكلها، لكن ما نلاحظه هو أن هذه الرؤية مبالغ فيها نوعا ما وفي الواقع قد يزيد استخدام الحاسوب من معدل استهلاك الورق وذلك نظرا لوجود بعض المواد التي تحتاج للطباعة ولا نكتفي فيها بالعرض الإلكتروني، وإذا أردنا التحول التدريجي فلا بد من تغيير سلوك المستفيدين كلية عن طريق تغيير علاقتهم مع الواقع إلى واقع آخر هو الواقع الافتراضي بحيث يكون التعامل في شتى مناحي الحياة مرتبط بعالم المعلوماتية، فيجب أن تظهر الحكومات والإدارة الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية، كما يجب أن يستقي أخباره ومعلوماته من الصحف الإلكترونية وهذا ما

سيؤدي إلى اتساع دائرة النشر الالكتروني، والذي سيؤدي بدوره إلى إحداث اهتزازات في النشر الورقي.

فنلاحظ مثلا "أن بعض الناشرين في أمريكا والغرب وعددهم في ازدياد مطرد قد تركوا - بالفعل - التعامل مع الورق كوسيط لنقل المعلومات والأفكار وألوان الإبداع واستخدموا بدلا من ذلك النشر الالكتروني، ليوفر أموال طائلة كانت تصرف على نشر الورق، وما يصرف أو يخصم من نسب البيع في توزيع المطبوعات المختلفة في البلدان، وفي الوقت ذاته ستخفف تكلفة الكتاب أو المجلة بالنسبة لمستخدم جهاز الكمبيوتر في القراءة، وتزداد كمية التوزيع باتساع فرص الوصول إلى الشبكة من جانب مئات الألوف من القراء المحتملين" (66). وهذا يدل على أن العالم حاليا بصدد التحول تدريجيا إلى النشر الالكتروني.

"فقد أمسى الاتجاه المستقر والمتدفق نحو الاستخدام الآلي في انجاز الأنشطة المختلفة للإنسان يبشر بمجتمع يعيش بلا ورق مطبوع، وبعبارة أخرى يمهد لقيام مفهوم جديد للمجتمعات وهو المجتمع اللورقي . فمثلا في مطلع التسعينات وصل ما هو متاح من المطبوعات الحكومية في الو.م.أ وهي التي تعتبر أكبر ناشر للمطبوعات في العالم إلى 35% فقط بينما يمكن الدخول إلى الجزء الأكبر المتبقي الكترونيا" (67). إضافة إلى هذا فإن السبب في التحول إلى النشر الالكتروني هو ندرة الورق أصلا وغلاء أثمانه وفرض قيود في توزيع المنتجات الورقية، ففي الصيف مثلا أدى انخفاض الورق إلى قيام الحكومة بفرض قيود صارمة على توزيع الصحف والمجلات، مما أدى إلى ارتفاع حاد في أسعار تلك المطبوعات، الأمر الذي أدى إلى تقلص من مقروئية تلك الصحف، ومن ثم حذت حذو الكثير من الدول العربية بوضعها الصحف على الانترنت.

"ففي دراسة قام بها « إديتور أندبيلشرز » بالتعاون مع TiPP في بداية عام 2001 اتضح أن 50% من شركات الصحافة المساهمة، و38% من شركات الصحافة ذات الملكية الخاصة، قامت بإجراء تخفيضات في العمالة، وكان ذلك نتيجة للضغوط من قبل المساهمين وقلة صبرهم حيال تحقيق الأرباح، وقد ذكرت معظم شركات الصحافة المساهمة التي شملتها الدراسة بالإضافة إلى أنهم سيعملون خلال الفترة القادمة على

زيادة دخل التوزيع والإعلانات، فإنهم أيضا سيلجئون الى وسائل أخرى لزيادة الدخل، ومن ذلك التركيز بشكل أكبر على الانترنت والتحالف مع شركات إعلام أخرى كالتلفزيون والراديو" (68).

هذا ينبئ بعصر جديد يتم فيه توفير حجم الورق المستهلك لا سيما ورق الصحف، كما أن جل المؤسسات الصحفية ستقوم بأعمالها من خلال الوسيط الالكتروني مما يؤدي الى تخفيض في أعبائها المالية التي تتكبدها جراء شراء ورق الصحف، وكذا الضغوطات التي تتعرض لها من طرف أنصار البيئة وغيرها من العراقيل التي تواجهها.

و لعل الانتشار الكبير للانترنت والإقبال المتزايد عليها سوف يؤدي لا محالة الى فقدان الصحافة المطبوعة الى الكثير من المزايا التي تتمتع بها، والى اتجاه قراء الصحف الى الوسائط الالكترونية كمصدر بديل، إضافة الى المعلنين مما يشدد من مسألة المنافسة بين النشر الالكتروني والنشر الورقي.

L'hypertexte -3-3-4 وشروط اكتساب صفة الصحفي عبر الانترنت:

و سنتطرق في هذه الجزئية الى ماهية النص الفائق وكيفية الكتابة الالكترونية وشروط اكتساب صفة الصحفي.

L'hypertexte -1-3-3-4- النص الفائق

الهيبرتكتست هو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الالكترونية، وهو يشكل نصا الكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص، والكلمة *Hypertext* يمكن ترجمتها حرفيا (النص الفائق)، وهي ترجمة غير معبرة عن صفات الهيبرتكتست، ولذلك آثرنا كتابتها بالحروف العربية كما تنطق في لغتها الأصلية.

"و يشير مصطلح الهيبرتكتست حسب الدكتور محمود علم الدين الى الربط الديناميكي بين الأفكار أو أجزاء وفيرة من المعلومات في وثيقة مع الأفكار والأجزاء في وثائق أخرى مع السماح بسيطرة القارئ بالنسبة للمادة المدونة، إن القارئ مع هذه التقنية يكون حرا في متابعة الأفكار التي تقترن مع النص بواسطة التفريغ الى مواد ذات علاقة، أو تعتبر ذات طبعة تكميلية". (69)

يمكن استخلاص خاصيتين للهيبرتكتست من خلال ما تقدم، الأولى في أنه يمكن قراءته على الشاشة بطريقة غير متتابعة، فهو عبارة عن نص مرتبط بنصوص الكترونية مرتبطة بدورها بنصوص أخرى، فهي في الحقيقة عبارة عن نص كبير يمكن للقارئ أن يقرأه من أي مكان فمثلا في حالات الأنسكلوبيديا المقدمة بأسلوب الهيبرتكتست، يمكن للقارئ اختيار أي مرجع أو مصطلح بواسطة التأشير عليه بالفأرة وستظهر المقالات ذات الصلة بالمصطلح في نافذة على شاشة الحاسوب، أما الخاصية الثانية للهيبرتكتست تتمثل في إمكانية ربطه بملفات الصوت والصورة مما جعل البعض يفضل تسميته الهيبرميديا بدلا من الهيبرتكتست، وهذا هو الهيبرتكتست الذي قدمه (تيدنيلسون) من هارفارد في بداية التسعينات.

"كما أن الكلمة الالكترونية عكس الكلمة المكتوبة، ليس لها وجود مادي، فما يظهر على الشاشة هو التعبير الافتراضي لاستدعاء المناظر الرقمي Digitale للحرف وبالتالي تعتبر هذه الكلمة الالكترونية فاقدة لعنصر الثبات والاستقرار الذي كان للكتابة النسخية والطباعة، وبالتالي فان المعرفة المستقاة منها متطايرة وفاقدة لعنصر اليقين" (70). حيث أن القارئ يدرك أنه ليس أمام كلمات مادية حقيقية مثل النص المكتوب، بل هو أمام حزم الكترونية تتدفع خلف الشاشة لكي تتشكل على سطحها خيالات هي أشبه بالكلمات، وما إن يفصل التيار حتى تختفي الكلمات ولا يمكن استعادتها.

"و بعكس النظم التقليدية فان الهيبرتكتست يقدم أسلوب بحث يحاكي فيه عمليات التفكير لدى الإنسان، فالإنسان لا يفكر بقواعد التكشيف أو التصنيف وإنما يفكر بوسائل الربط بين النصوص والأفكار وبين المعلومات والصور، وهذا النظام يتيح للمستفيد أن يبحث عن عقد (Nodos) من المعلومات بواسطة مؤشرات (links)" (71). معنى ذلك أن هذه المؤشرات وهي تشبه مؤشرات الإحالات (أنظر)، (أنظر أيضا) وكذا مؤشرات تعدد رؤوس الموضوعات للنص الواحد، تكون أقل تعقيدا بسبب سهولة الإشارة من عقدة الى عقدة في نفس الوثيقة.

و يتكون نظام الهيبرتكتست من ثلاثة عناصر هي: (72)

- قاعدة بيانات بالنص (العقد)

- شبكة الدلالات اللفظية (الروابط) التي تربط العناصر في النص.

- أدوات الإيجاد وتصفح ودمج النص وشبكة الدلالة ويقصد بذلك حالة تفاعل المستفيد مع الحاسب.

يعني أنه يوجد شكل تسلسلي يتحول الى هرم ومن ثم الى شبكة، لكن الشيء المعاب على هذا الشكل هو إمكانية ضياع القارئ بسبب كثرة الروابط ما بين الأطراف أو إمكانية سلوكه لمنحى لا يعرف كيف يعود إلى الموضوع الأصلي، لكن سرعان ما تم تدارك الموقف بتوفير أزرار خاصة للإحلال للملاحظة تساعد القارئ وتحافظ على المواد الأصلية والتي تبقى ظاهرة على الشاشة طيلة فترة عمل الأزرار، كما ظهر نوع آخر من الأزرار تسمى الأزرار المرجعية ووظيفتها الانتقال الى نقطة مختلفة ضمن الوثيقة نفسها وهي تعمل على توجيه القارئ.

- الأنواع الصحفية من خلال الكتابة الالكترونية:

لعل البحث في الأنواع الصحفية المعروفة، التي سيطرت على التعبير الإعلامي لعدة قرون، من خلال وسيلة إعلام جديدة كالصحافة الالكترونية قد يؤدي الى طريق مسدود "و ذلك راجع لأن كل وسيلة إعلام جديدة تخلق فضاء إعلاميا جديدا خاصا بها، غير أنها تستعين بالأنواع الصحفية التي كانت تستعملها وسيلة الإعلام التي سبقتها، وتحاول أن تطورها وتكيفها مع خصوصيتها وفضائها الإعلامي الجديد، وتستحدث أنواعا جديدة أكثر استجابة لخصوصيتها التقنية" (73). هذا ما ينطبق على الصحافة الالكترونية التي استطاعت وحسب خصوصيتها التقنية أن تسمح ببلورة إحدى الأنواع الصحفية غير المنتشرة في الصحافة التقليدية على غرار الأنواع الأخرى وهي الملف الصحفي.

"وتمتلك المادة الصحفية الإلكترونية قيمة تختلف كلية عن الصحافة الورقية، ففي هذه الأخيرة، يتكفل أحد الصحفيين بصياغة مادته ويحيلها إلى مسئوله المباشر لقراءتها، وترسل الى المدقق اللغوي ليصححها، وبعدها تطبع متضمنة توقيع صاحبها، خلافا للمادة في الصحيفة الالكترونية التي يتدخل عدة أشخاص في كتابتها وتعديلها وتشكيلها، بعد أن تتم الموافقة على نشرها" (74).

هذا ما يجعل من الكتابة الالكترونية بمثابة عجينة لينة، يعاد تشكيلها متى أراد كاتبها، لكن هذا بدوره يخلق مشكل يتمثل في عدم إمكانية معرفة أصل النص الصحفي، وأين الإضافة والتعديل، الذي أدخل عليه.

"تتواجد الآن بعض التقنيات التي بدأت تفرض نفسها في الصحافة الالكترونية مثل *Talkback*، ويقصد بها الهامش الموجود في نهاية المادة الصحافية المنشورة، والذي يترك للقارئ قصد التعبير عن رأيه أو وجهة نظره، ولقد تزايد عدد المساهمين في التعليق عن المواد الصحافية المنشورة على شبكة الانترنت مما رفع قيمتها، ودفع الكثير من القراء الى منحها أهمية أكبر من تلك التي يولونها الى المادة التي شكلت موضوعا للتعليق والتعليق" (75). هذه التعليقات طبعاً تفيد الكاتب والقارئ في نفس الوقت، حيث تسمح للكاتب بإعادة النظر في موضوعاته وحتى إعادة صياغتها وفقاً لطلب القارئ الذي يرضى فضوله وحاجياته.

كما أن الحديث الصحفي الذي يتحول بفضل *Talkback* الى حوار مع الجمهور، ودردشة القراء مع الكاتب يشكل السمة البارزة في الصحافة الالكترونية، إضافة الى منابر النقاش.

"و لعل ما يميز الكتابة في الصحافة الالكترونية إضافة الى *Talkback* هي *Blogs* أو ما يعرف بالمدونات الشخصية" (76). وقد ظهرت هذه المدونات وتكاثرت بسبب رخص تكلفتها وسهولة إنشائها عبر الانترنت.

"لكن المدونات الشخصية ليست ظاهرة جديدة ولدت بميلاد شبكة الانترنت بل كانت موجودة في الصحافة الورقية منذ عقود خلت، فالمجلات الفرنسية كانت تخصص للصحافيين والكتاب أعمدة لنشر مدوناتهم الشخصية بمناسبة سفرهم الى دول أجنبية أو قيامهم بريورتاجات" (77).

و تدريجياً تطورت المدونات الشخصية وتحولت إلى موقع الكتروني يضم مواد متعددة، نصوص إبداعية ورؤية نقدية وفلسفية، وقراءات ذاتية للأحداث، وشهادات وتجارب فردية.

4-3-3-2- شروط اكتساب صفة الصحفي في الصحافة الالكترونية:

يثار تساؤل كبير حول مدى اعتبار موقع الانترنت مكانا لمزاولة مهنة الصحافة، وتأتي أهمية هذا التساؤل من ارتباطه بأحد شروط مزاولة العمل الصحفي من خلال صحيفة أو دورية أو وكالة أنباء، وللإجابة عن هذا التساؤل، وضعت لجنة منح بطاقة هوية الصحفيين في فرنسا، معيارا عاما في هذا الشأن، "و هو أنه يعتبر مكونا لنشاط صحفي كل عامل يضطلع بتحرير مواد صحفية، يكون معدا لطرحة على الجمهور منذ الوقت الذي يتم فيه هذا العمل داخل مشروع أو كيان قانوني تكون مهمته الرئيسية، هي إعلام الجمهور" (78).

فوفقا لهذا المعيار، فإن الخاصية الأساسية التي يجب أن تتوفر في أي كيان قانوني يزاول العمل الصحفي، هي أن تكون مهمته الرئيسية إعلام الجمهور، ولا شك أن هذا المعيار ينطبق على موقع الانترنت الذي يعنى بنشر المصنفات الصحفية، أما بالنسبة للصحفي الذي يمارس مهنة الصحافة عبر الانترنت فقد حددت لجنة منح بطاقات هوية الصحفيين في فرنسا بتاريخ 14 ماي 1998 عدة شروط يجب توافرها جميعا لإضفاء صفة الصحفي على من يمارس مهنة الصحافة عبر الانترنت وهي: (79)

* الشرط 1: أن يكون طالب بطاقة هوية الصحفي منضما الى الاتفاقية الجماعية الوطنية للصحفيين.

* الشرط 2: أن يكون طالب البطاقة تابعا لأحد فروع أي مشروع صحفي، أو لأي كيان يتمتع بالشخصية القانونية المستقلة، كمؤسسة أو جمعية يتمثل نشاطها الرئيسي في إعلام الجمهور، وتتميز صياغة هذا الشرط بأنها واسعة النطاق، فهي تشمل أي وسيلة من وسائل الإعلام.

و إذا كانت صياغة الشرط تمتاز بأنها تتسع لتشمل أي وسيلة من وسائل الإعلام، إلا أنها تثير التساؤل عما إذا كانت التبعية لمشروع صحفي بهذا المعنى الواسع تعد شرطا لإصباح صفة الصحفي على من يزاول عملا صحفيا عبر الانترنت؟ وما الحكم بالنسبة لمن يباشر عملا صحفيا عبر الانترنت مستقلا دون أن يكون تابعا لمشروع صحفي؟

كما تقدم، فإن عدم ارتباط الصحفي بالمؤسسة الصحفية بعقد عمل، لا أثر له على تمتعه بهذه الصفة، إذ تتوافر للصحفي هذه الصفة، ولو كان مستقلاً وذلك حين يكون أساس العلاقة عقد المقابلة، إذ ليس بالضرورة أن يكون كل صحفي مستخدماً. و لذلك، وعلى الرغم من صراحة الشرط الذي يقضي بضرورة تبعية الشخص لمشروع صحفي، نستطيع القول أنه لا محال من اشتراط مثل هذه التبعية لمن يباشر نشاطاً صحفياً عبر الانترنت استناداً لمبدأ الحياد التقني.

* الشرط 3: يجب أن يتعلق النشر عبر الانترنت بالأحداث الجارية وبصفة دورية.

* الشرط 4: يجب أن يكون النشر الإلكتروني دورياً كل 3 أشهر وذلك متى تم على دعامة مادية مثل القرص المدمج، أو أسطوانة الفيديو الرقمية.

* الشرط 5: يجب أن يكون لطالب بطاقة الهوية الصحفية، عنوان نشر الكتروني خاص به، وهذا حتى يمكن التحقق من مزاولته الشخص العمل الصحفي عن طريق الدخول الى هذا العنوان.

* الشرط 6: يجب أن يقتصر نشاط طالب بطاقة الهوية الصحفية على العمل الصحفي، كتحرير المقالات ونشر الأخبار.

إن هذه هي الشروط التي يجب أن تتوافر في الصحفي حتى يكتسب هذه الصفة عبر الوسيط الإعلامي الانترنت، غير أن البعض يبنى بموت الصحفي في ظل صحافة الانترنت وإمكانية توجه القارئ الى منبع الأخبار مباشرة، في ظل تراجع سلطة الصحفي على الكتابة وفق منطق النص الفائق *hypertexte* الذي يفترض تعددية الكتاب أو الصحفيين فالصحفي لم يعد يسيطر على ما يكتب.

4-3-4- الصحافة الإلكترونية وحرية التعبير:

مع التطورات التكنولوجية وظهور شبكة الانترنت التي تولدت عنها الصحافة الإلكترونية، تغيرت نظرة الإعلاميين لحرية التعبير وذلك من خلال ما لمسوه من حرية موجودة على شبكة الانترنت، فتعتبر الصحافة الإلكترونية وسيلة سهلة لتوصيل أي رسالة إعلامية لأي مكان في العالم دون أن تتعرض للرقابة أو الحذف وهذا راجع لأن هذا النوع من الصحافة حديثة العهد ولم تصل إليها بعد قوانين الصحافة التقليدية من

أوامر المنع والمصادرة، هذا ما يجعلها توفر لكل صاحب فكرة أو رسالة أن يعبر عن أفكاره بحرية كاملة وعلنية دون مواجهة الصعاب التي تواجه الصحيفة الورقية سواء كانت مالية أو إدارية أو التي تتعلق بتراخيص الصدور والتوزيع والخوف من المصادرة.

"من هنا كان ازدهار الصحافة الالكترونية في الأساس خلال السنوات الأخيرة ونتيجة لزيادة الرقابة الحكومية والذاتية على وسائل الإعلام، ففي حين يكون المحرر الذي يعمل في الصحافة الورقية مقيدا بتوجهات الصحيفة وسياستها التحريرية بالإضافة للرقابة الذاتية التي يمارسها المحرر على نفسه، نجد زميله في الصحف الالكترونية لا يخضع لمثل هذه القيود، ويتمتع بسقف كبير من الحرية مما يجعل في النهاية مستوى الحريات الصحفية على الانترنت أعلى من باقي وسائل الإعلام الأخرى الأمر الذي دفع الصحافة الورقية الى إنشاء مواقع لها على الانترنت تستخدم فيها كل أشكال الملتيميديا من صوت وصورة وفيديو لتعويض قلة أدواتها التي تستخدمها الصحف لدرجة قيام بعضها بإنشاء محطات إذاعية وتلفزيونية على مواقعها" (80).

هذا طبعا ما خلق نوعا من الفلق والارتباك من طرف مالكي الصحف الورقية حول مصيرها، من هذه الحرية المطلقة المتاحة في الصحافة الالكترونية، وكذا من طرف الحكومات التي تهددها هذه الحرية والتي لا تمتلك أي حكومة ناصيتها.

"و إذا اعتبرنا أن الانترنت هي إحدى تجليات عصر العولمة، فانه يمكننا القول نظريا أن عصر العولمة هو عصر حرية التعبير المطلقة، وذلك لسبب بسيط هو أن الثورة الاتصالية الكبرى التي قربت المسافات بين البشر بصورة لم تعرفها البشرية من قبل استطاعت من خلال الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية ولعل أبرز من ذلك شبكة الانترنت أن تعطي منابر لا حدود لها لمن لا صوت لهم، بل إن الحوار المتعدد الجوانب يسبح في آفاق الفضاء بغير قيود" (81). تتمثل هذه المنابر في المساحات المتاحة للقراء للحوار والردشة وكذا المؤتمرات عن بعد، والتعليقات والتعليقات ومن ثم توفير حرية أكثر للقارئ والصحفي في أن واحد.

و هناك عدة أوجه لحرية التعبير من خلال الصحافة الالكترونية وهي: (82)

- إن سرعة انتشار وصول المعلومات الى أكبر شريحة من المجتمع سواء المحلي أو الدولي وبأقل تكاليف، يلعب دورا في تعزيز الديمقراطية في ذلك المجتمع، فالصحافة الالكترونية لا تقتصر على شريحة معينة بغض النظر عن اللون والجنس والجنسية والفقير والغني والمسؤول والمواطن، سواء بالقراءة أو المشاركة أو إبداء الرأي، فيقوم الصحفي وبدون رقابة حكومية، بطرح مشاكل مجتمعه وسبل حلها وآراء المواطنين واقتراحاتهم، وانتقاداتهم على الحكومة والرئاسة، فبكون الصحافة الالكترونية لا يطبق عليها قانون النشر والمطبوعات فيكون الوعاء الكبير للمجتمع فيعزز دوره في المشاركة في صنع القرار، ويعزز مفهوم الديمقراطية.

- عندما يشارك المواطن في صناعة الخبر الذي يتحدث عن مجتمعه وقضايا حياته اليومية، عن طريق التعديل أو الإضافة أو التغيير من خلال التعليقات والتعليقات، ومساحات الحوار المتاحة في الصحف الالكترونية، تكون مشاركته كبيرة في صنع القرار، وتعزز لديه ولدى مجتمعه مفهوم الديمقراطية الحقة.

- تعطي الصحافة الإلكترونية صفة التوفر، فتجد المادة التي تحتاج في أي وقت ترغب وفي أي مكان كنت والشرط الوحيد لذلك ليس قيد أو قانون نشر أو مطبوعات أو إدارة تحرير أو رئيس تحرير، إنما توفر جهاز حاسوب وإنترنت، مما يعطي الفرد الحرية في التعبير في إبداء الرأي متى شاء.

- كما أن استطلاعات الرأي هي جزء حي من حرية التعبير والديمقراطية، فهي التي تقوم بوصل عدد محدود من الناس، بالاعتماد على نسبة بيع الصحيفة في مجتمع معين، ونسبة تغطيه الاستطلاع من قبل الصحيفة، وهذا في الصحافة الورقية، أما الاستطلاع على الانترنت فيشارك به عشرات الآلاف دون أن يتم التعرف على هويته فييدي رأيه بحرية تامة بعيدة كل البعد عن أي قيد، فليس على المشارك في الاستفتاء أن يملئ استمارة للباحث الذي يعرف هويته في معظم الأحيان أو مكان سكنه أو مكان عمله.

- الحرية تطل أيضا إمكانية الصحفي والمواطن أن يحصل على أية معلومة نشرتها أي مؤسسة صحفية الكترونية (الأرشيف) دون سؤالها أو أخذ الإذن منها، فأرشيف الصحافة الالكترونية متوفر دوما وللجميع دون قيود.

هذه هي أهم أوجه حرية التعبير المتاحة من خلال النشر الإلكتروني في الميدان الإعلامي، حيث أن الجميع متساوي الحقوق والواجبات، ولكل طرف أن يطرح ما يراه مناسباً دون رقيب أو محاسبة، أو ملاحقة بوليسية أو محاكمة أمام أمن الدولة، زيادة على هذا فلم يتوقف عند سقف حرية التعبير بل دفع بالبعض من المغضوب عليهم من قبل الأنظمة والمضايقين من قبل أجهزة الاستخبارات إلى اتخاذ هذه الوسيلة الجديدة للتعبير عن آرائهم ومواقفهم بكل حرية وفي الغالب تأخذ هذه الأقلام أسماء مستعارة حتى يتمكن من الانفلات من الرقابة.

على مستوى العالم العربي لم يحظى موضوع حرية التعبير في الصحافة المطبوعة بالاهتمام الكافي من جانب الحكام "و ذلك نظراً إلى ارتباط موضوع الحريات بنوعية أنظمة الحكم في الوطن العربي وطريقة انبثاق السلطة في العالم العربي من جهة وسيطرة المال عبر السلطة وسواها على ملكية المطبوعات السياسية في معظم البلدان العربية، من جهة أخرى إلى ضعف كتلة القراء التي تعتبر الضمان الطبيعي لحياة الصحف واستمرارها بفعل ارتفاع نسبة الأميين في المجتمعات العربية" (83).

هذه العوامل جعلت من حرية التعبير في الصحف العربية الورقية تعاني من الغياب، والظهور لم يكن إلا بوجه محتشم مما أدى بالصحافة الورقية إلى مواجهة تحديات كبيرة على مستوى حرية التعبير نتيجة التحول نحو مجال النشر الإلكتروني.

"و من عجب خبراء الإعلام العربي الرسمي يعكفون منذ سنوات على إعداد الخطط والتشريعات لتكبييل التعامل مع الانترنت وتقييد حرية التدفق المعلوماتي وربما مقاطعة الأقماع الصناعية بحجة التنظيم والترشيد وحماية الأمن القومي والدفاع عن الهوية الذاتية والثقافة القومية والإعلام الأجنبي الضار" (84).

لكن بالرغم من ذلك نستطيع أن نقول أن الصحافة الإلكترونية العربية وبشكل غير مسبوق تحررت "نسبياً" من مقص الرقيب الحكومي الذي طالما استمتع باستخدام صلاحياته للتغريب بالقراء بهدف الإبقاء على مكانته الوظيفية والاستحواذ على رضا حكومته لكن هذا لا يعني أنها تخلصت نهائياً من الرقابة فالبعض منها شهد عمليات حجب ومنع المواطنين من الاطلاع على مواقع تلك الصحف الإلكترونية وذلك باستخدام مرشحات الكترونية (Electronic filters) وذلك لمنع المواقع غير المرغوب فيها لكن

أثبتت الأيام ومن خلال الواقع العملي بأن هذه الرقابة غير عملية لعدد من الأسباب أهمها: (85)

- إن الدولة بحاجة الى رقيب يكون موجودا في كل شركة مزودة للخدمة يقوم بمتابعة جميع محتويات المواقع المنتشرة في الانترنت وهذا يعد ضربا من الخيال.

-ظهور المواقع الالكترونية دائم ومتجدد وفي كل يوم تنشأ الملايين من المواقع فيمكن لأي موقع موضوع تحت الرقابة أن يفلت بنقل محتوياته الى مكان أو موقع آخر. فالنشر الالكتروني فتح بذلك المجال أمام الجميع ومن دون استثناء فرصة نشر ما يريدونه على الانترنت وذلك لأنه لا يخضع لأي رقابة أو حكم إضافة الى قلة التكاليف التي يتكبدها النشر الالكتروني مما أتاح حرية تعبير نعتبرها زائدة عن حدها ذلك انه نتج عنها العديد من السلبيات نجلها في الآتي :

-تجاوز للخطوط الحمراء والحدود الأخلاقية ومن أمثلة ذلك ما حدث لمنندى إيلاف الالكتروني حيث أوقفه صاحب الصحيفة عثمان العمير.

-قد تؤدي الحرية المفرطة الى التضليل فمثلا الصورة الصحافية تأتي من الاعتقاد السائد أن الصورة دليل قاطع على صدق الخبر ولكن عندما يتم حذف الأشخاص أو إضافتهم أو تبديلهم بوجوه أخرى وإعادة تكوين الصورة من جديد وبطريقة لا يكتشفها القارئ فهنا تفقد الصحيفة مصداقيتها.

-حرية التعبير التي يتيحها النشر الالكتروني تؤدي الى خلق الاضطرابات في الأنظمة الوطنية وذلك نظرا لتربطها على المستوى الدولي وتخطيها للحدود الجغرافية والسياسية.

-كما أن الحرية التي تقدمها الصحافة الالكترونية من شأنها أن تبعد الأعلام على الأهداف الإعلامية.

التهميش

- (1) محمود الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد 23، العدد 1 و2 يوليو - سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر 1994، ص 95.
- (2) مي عبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 2001، ص 15.
- (3) فرانسيس بال جيرارد آسميري: وسائط الإعلام الجديدة، ت، فريد أنطونيوس، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ط1، 2001، ص118.
- (4) يونس عرب: العالم الإلكتروني، طريق المعلومات السريع، مختارات من القسم الأول من كتاب قانون الكمبيوتر، منشورات إتحاد المصارف العربية 2001، ص1.
- (5) منير محمد الجمبيهي، ممدوح محمد الجمبيهي: جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص10.
- (6) أحمد بن علي المشيحي: الانترنت: العرب ومجتمع المعلومات العالمي على مشارف الألفية الثالثة، مطلع عليه بتاريخ 2007/11/29 عبر الرابطة التالية:
[http:// www.nizwa.com/volum19/p 221-230 HT](http://www.nizwa.com/volum19/p 221-230 HT)
- (7) عبد الفتاح بيومي حجازي: الأحداث والانترنت، دار الفكر الجامعي، مصرط1، 2003، ص19.
- (8) رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 2007، ص68-69.
- (9) بيل جيتس: المعلوماتية بعد الانترنت، ت: عبد السلام رضوان، الكويت:سلسلة عالم المعرفة، العدد 231، مارس 1997، ص156.

(10) السيد بخيت: الصحافة والإنترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ط1، ص31-32.

(11) رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص86 .

(12) عدنان الحسيني: مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي، السنة 1، العدد 4، جانفي 1998، ص، ص30-38 .

(13) رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص91 .

(14) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي الإتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص123 .

(15) محمود علم الدين: تكنولوجيا الإتصال وصناعة الإتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د س ن، ص95.

(16) د. سعيد الغريب: الصحيفة الإلكترونية والورقية، دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية، المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2001)، ص213.

(17) عماد بشير: الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، في مستقبل الثورة الرقمية: العرب والتحدي القادم، ط1، كتاب العربي 55، مجلة العربي، الكويت، 2002، ص32.

(18) رضا عبد الواحد أمين: مرجع سابق، ص94.

(19) عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر: إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت، دراسة تقييمية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم من الصحافة العربية وتحديات المستقبل، القاهرة، 9-8 ماي 2002، ص11.

(20) محمد مليك: النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة (دراسة نظرية

وصفية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة الجزائر)

2006، ص94.

- (21) رضا عبد الواحد أمين: مرجع سابق، ص 106.
- (22) لقاد مكي الغزاوي: الصحافة الالكترونية دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، كلية الإعلام والقاهرة، 2002، ص5.
- (23) سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص112.
- (24) السيد بخيت: مرجع سابق، ص - ص 28 - 29.
- (25) محمد مليك: مرجع سابق، ص89.
- (26) مرجع سابق، ص91.
- (27) حسين نصر: الانترنت والإعلام، الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، العين، 2003، ص108.
- (*) PDF هي تقنية طورتها شركة *Apobe* مطورة لغة *Post Script* عام 1993، وهي تقنية تهدف إلى نشر وتبادل المعلومات المقروءة الكترونياً بشكل يحفظ للمادة التي يتم تبادلها الدقة والحجم المضغوط - والترافقية وجودة العرض والطباعة.
- (28) الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت: أمن النشر الإلكتروني، ماي 2002، تم الاطلاع عليها بتاريخ 14 فيفري 2008، متوفرة عبر الرابطة التالية:
- [http:// www.C4arabe.com](http://www.C4arabe.com)
- (29) حسين نصر: مرجع سابق، ص108.
- (**) تم اقتراح هذه المعايير على هامش ندوة الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية: صراع أم تكامل، وحدة الصحافة الالكترونية بنقابة الصحفيين المصرية القاهرة، 9-8-2004.
- (30) شريف درويش اللبان: الصحافة الالكترونية (دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص22.
- (31) المرجع السابق، ص23.

- (32) محمود علم الدين، محمد تيمور عبد الحسيب: الحسابات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة 1997، ص 155.
- (33) حسين نصر: مرجع سابق، ص 94.
- (34) مي العبد الله سنو: مرجع سابق، ص 83.
- (***) الحبر الرقمي تسمية رمزية لم تتكرر كثيرا بعد ذلك وكانت تشير إلى استخدام التقنية الرقمية للحاسوب كبديل للورق والأحبار التي تمثل أساس تقنية الصحافة الورقية.
- (35) لقاء مكي العزاوي: مرجع سابق، ص 4.
- (36) عماد بشير: الخدمات الصحافية العربية على الانترنت، موقع النادي العربي للمعلومات، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/08/08، المادة متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.arabin.net/arabic/snaduh/pivot-7/arabic-press-internet.Htm>

- (37) السيد بخيت: مرجع سابق، ص 7.
- (38) عماد بشير: الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، مرجع سابق، ص 32 - 33.
- (39) عثمان العمير: دمج التقنية الحديثة مع الإبداع الصحفي في نظام النشر الصحفي صحيفة الشرق الأوسط الالكترونية، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/06/06، متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.aSharaqalawsat.com/details.asp?Section = 14>

- (40) يمينة بلعالية: الصحافة الالكترونية في الجزائر، بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 150 - 151.
- (41) مرجع سابق، ص 152.

(42) مقابلة مع السيد "فيصل مطاوي" رئيس تحرير جريدة الوطن، بمقر الجريدة بدار الصحافة الطاهر جاورت، أول ماي، الجزائر، يوم 2008/01/11 على الساعة 10 صباحا.

(43) مقابلة مع السيد "عثمان سناجي" رئيس تحرير جريدة الخبر بمقر الجريدة بحيدرة، الجزائر يوم 2008/01/08، على الساعة 11 صباحا.

(44) مقابلة مع السيد "تسيم لكحل" رئيس تحرير الموقع الالكتروني لجريدة الشروق اليومي، بمقر الجريدة الكائن بدار الصحافة القبة، الجزائر يوم 2008/01/07 على الساعة 15سا.

(45) http://www.unesco.org/courrier/2000_02/FR/dossier/TXT5

.HTM

(46) <http://www.lesouk.org>

(47) محمد شطاح: صحافة الانترنت ومستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في

الجزائر، دراسة من جامعة عنابة كلية علوم الإعلام والاتصال، 2005، ص 21.

(48) مقابلة مع السيد "فيصل مطاوي" رئيس تحرير جريدة الوطن بمقر الجريدة بدار الصحافة الطاهر جاورت، أول ماي، الجزائر، يوم 2008/01/11، على الساعة 10 صباحا.

(49) يمينة بالعالية، م. س، ص 163.

(50) محمود علم الدين: تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006، ص 295-296.

(51) محمد شطاح: مرجع سابق، ص 116.

(52) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي، م س ذ، ص 122.

(53) سعاد ولد جاب الله: مرجع سابق، ص 116.

(54) محمود علم الدين: تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص 297-298.

(55) يمينة بلعالية: م س، ص 94.

- (56) محمد شطاح: مرجع سابق، ص 09.
- (57) شريف درويش اللبان: الصحافة الالكترونية (دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع) م س ذ، ص 47.
- (58) يمينة بلعالية: م س، ص 97.
- (59) عامر عبد المنعم: محاضرة مقدمة في ندوة الصحافة الالكترونية بصحيفة شباب مصر، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/06/18، متوفرة عبر الرابطة:
<http://www.alshaab.com/2004/13-08-2004/n4.HTM>
- (60) عمر الحسين: مدير تحرير موقع محيط، محاضرة مقدمة خلال ندوة الصحافة الالكترونية بصحيفة شباب مصر، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2006/12/21 المادة متوفرة عبر الرابطة:
<http://www.hdrmut.net/ub/shouthread.pHp2T=157G2G>
- (61) فايز الشهري: صحافة الانترنت لم ينجح أحد "جريدة الرياض الالكترونية" تم الاطلاع عليها 2006/12/01
[http:// www.alriyadh.com/contents](http://www.alriyadh.com/contents)
- (62) عماد بشير: الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، م س ذ، ص 35.
- (63) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال (المخاطر والتأثيرات الاجتماعية) الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 74.
- (64) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي، م س ذ، ص 103.
- (65) أحمد أنور بدر: علم المعلومات والمكتبات (الدراسة في النظرية والارتباطات الموضوعية) ط 1، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1996
ص 312.
- (66) ممدوح سالم: النشر الورقي والنشر الالكتروني ... جدل عربي جديد، موقع مرآة سوريا، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2007/02/10، المادة متوفرة عبر الرابطة التالية:
[http://www.syriamirror.net/modules/nerxs/article.PHP?Storjid=783.](http://www.syriamirror.net/modules/nerxs/article.PHP?Storjid=783)

(67) سعود صالح: الإعلام الجديد والإعلام القديم، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2007/09/26 متوفر عبر الرابطة

التالية: <http://www.ekteb.com/boohcomt/ch7-6.HTM>.

(68) مرجع سابق.

(69) محمود علم الدين: تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة م س ذ، ص 259.

(70) البروفسور: الهيبرتكست عصر الكلمة الالكترونية، منتجات جدة، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2008/02/14 متوفر عبر الرابطة التالية:

<http://www.jeddahnews.net/vb/archiv/index.PHP/T-15136>

.HTML

(71) محمود علم الدين: تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، م س ذ، ص 260.

(72) مرجع سابق، ص 261.

(73) نصر الدين العياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 52.

(74) Bruno Patino: Transmettre, réagir, Se Souvenir: le journaliste sur l'Internet.

<http://www.test-e.org/page> consulté le 02/02/2008.

(75) نصر الدين العياضي: مرجع سابق، ص 53.

(76) لقد حاول الفرنسيون أن يتخلصوا من التسمية الانجليزية التي أدغمت الكلمتين **Web** و **log** بكلمة فرنسية **Joub** ولم يفلحوا، بعضهم يستخدم المصطلح الذي كان سائدا في الصحافة المكتوبة الفرنسية **Bloc-notes** الذي يعني الدفتر الخاص.

(77) نصر الدين العياضي: مرجع سابق، ص 56.

(78) أشرف جابر سيد: الصحافة عبر الانترنت وحقوق المؤلف (مشكلة حقوق الصحفي على مصنفاته إزاء إعادة نشرها عبر الانترنت)، دار النهضة الجيزة، 2003، ص 39.

(79) مرجع سابق، ص، ص 41-42.

(80) نبيل سجنى: الحرية والمصادقية في صحافة الانترنت، الوجه الآخر، جريدة الأهرام، 13 نوفمبر 2006، العدد 131، مطلع عليها بتاريخ 2008/01/15

متوفرة عبر الرابطة التالية: <http://www.AlAram.Net>

(81) السيد ياسين: حرية التعبير في عصر العولمة، موقع المنظمة العربية لحرية الصحافة، تم الاطلاع بتاريخ 2007/05/29، متوفرة عبر الرابطة:

www.aPfw.org/indescarabic.asp?Fname=article%5

[Carabic%5cara1040.HTM](http://www.aPfw.org/indescarabic.asp?Fname=article%5)

(82) عبلة درويش: الصحافة الالكترونية مستقبل واعد ومتحف ينتظر الصحافة الورقية، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2126، 2007/12/11، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/12/27، متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.alhewar.org/debat/show-art.asp?aid=117951>

(83) محمود مليك: مرجع سابق، ص 126.

(84) صحيفة الأحداث الجزائرية، 03 ماي 2005، السنة الرابعة، العدد 911 ص 15.

(85) شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، م س ذ، ص 216.

الفصل الخامس: تحليل البيانات

1- تمهيد

2- عرض البيانات و تحليلها

تمهيد:

سنحاول في هذا الفصل أن ندون بيانات الإستمارة في جداول ونعلق عليها إضافة إلى تحليلها وتفسيرها وقد سبق لنا وذكرنا عند الحديث عن الإستمارة أنه توجد خمس إجابات ممكنة على العبارات المكونة لمقياس الإتجاه وهي: لا أوافق بشدة-أوافق-لا أدري-موافق-موافق بشدة ولتحويل إجابات أفراد العينة إلى أرقام يمكن التعامل معها إحصائيا جرت العادة على إعطاء قيم عددية صحيحة، بحيث يكون الفرق ثابتا بين كل عددين متتاليين، ولقد قمنا بإعطاء درجات لكل عبارة حيث أعطينا لغير موافق بشدة درجة 01، وغير موافق درجة 02، 03 لمحايد، ودرجة 04 لموافق أما موافق بشدة فجاءت درجته هي العليا وقدرناها ب05 هذا في حالة العبارات الموجبة أما في حالة العبارات السالبة فأعطينا درجة 05 لغير موافق بشدة، 04 لغير موافق، 03 للمحايد، و02 للموافق، وأخيرا 01 للموافق بشدة.

وقد قمنا بحساب النسبة المئوية بضرب التكرار المرجح $100 \times X$ تقسيم مجموع التكرارات مضروبة في الدرجة.

وللكشف عن الإتجاه الجماعي استخدمت العلاقة التالية:

شدة الإتجاه=مجموع التكرارات المرجحة : عدد أفراد العينة.

وقد تم تصنيف الإتجاه كالآتي:

-من 1 إلى 2 إتجاه ضعيف جدا

-من 2.01 إلى 3 إتجاه ضعيف.

-3 إتجاه محايد.

-من 3.01 إلى 4.00 اتجاه قوي.

-من 4.01 إلى 5.00 اتجاه قوي جدا.

وقد اخترنا المسافة من 2.50 إلى 3 ومن 3 إلى 3.50 كمنطقة تردد في الإتجاه. بالنسبة لهذا التصنيف للإتجاه يكون سلبي في العبارات السلبية فإذا كان متوسط شدة الإتجاه نحو عبارة سلبية يعكس قوة في الإتجاه فهذا يعني أنه اتجاه سلبي قوي أي قوة معارضة العبارة، ونفس الشيء بالنسبة للإتجاه الضعيف فهو يعكس موافقة للعبارة السلبية، عكس العبارات الإيجابية التي تعكس قوة الإتجاه نحوها تأييد للعبارة وضعف الإتجاه يشير إلى معارضة العبارة.

جدول رقم 13 يوضح الإتجاه نحو عبارة: كل الصحفيين الجزائريين يتقنون تشغيل الحاسب الآلي.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	06	06	5.77
غير موافق	38	76	36.54
لا أدري	22	66	21.15
موافق	33	132	31.74
موافق بشدة	05	25	4.80
Σ	104	305	100%
متوسط شدة الإتجاه	2.93		

يوضح الجدول رقم 13 أن أكبر عدد من الصحفيين لم يوافق على الرأي القائل أن كل الصحفيين الجزائريين يتقنون تشغيل الحاسب الآلي وبلغت نسبتهم 36.54% بينما وافق عليها 31.74%، في حين لم يحدد 21.15% اتجاههم نحوها وبقوا محايدين، وفضل 5.77% منهم عدم الموافقة بشدة على العبارة، 4.8% وافقوا عليها بشدة. ونلاحظ أن هناك تقارب بين نسبي الموافقة وعدم الموافقة، وكذا بين نسبي الموافقة بشدة وعدم الموافقة بشدة، وبلغ متوسط شدة الإتجاه 2.93 وهي تعكس اتجاه متردد نحو العبارة، ومنه نستنتج أنه في نظر الصحفيين المبحوثين ليس كل الصحفيين

الجزائريين على معرفة تامة باستخدام الحاسب الآلي فالبعض منهم يعيش في عالم من الأمية المعلوماتية وهذا راجع للعديد من الأسباب من أهمها عدم اكتراث المسؤولين على هذه المؤسسات الإعلامية بدمج التكنولوجيات الجديدة في الميدان الإعلامي ونقص الوعي التام بضرورة تكوين صحفي متكامل يعتمد على نفسه في كل مراحل إنجاز المادة الإعلامية ولا يقتصر على مجرد تحريرها بالقلم، بالرغم من الحاجة الماسة لاستخدام هذه التكنولوجيا في العمل الإعلامي وفي نفس الوقت نجده يسعى لتعلم هذه التقنية الجديدة بكل ما يملك من قوة وإمكانيات وهذا ما يبرر الإتجاه المتردد نحو العبارة.

جدول رقم 14 يوضح الإتجاه نحو عبارة : محرك البحث الوحيد المستخدم من طرف الصحفيين الجزائريين هو محرك google.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	16	80	15.38
غير موافق	52	208	50.00
لا أدري	18	54	17.30
موافق	15	30	14.43
موافق بشدة	03	03	2.89
Σ	104	375	100%
متوسط شدة الإتجاه		3.60	

يبين الجدول رقم 14 أن نصف عدد صحفيي العينة عارض الرأي القائل بأن محرك البحث الوحيد المستخدم من طرف الصحفيين الجزائريين هو محرك google أي بنسبة 50%، بينما الخمسين بالمائة المتبقية توزعت بين درجات المقياس الأخرى بنسب متقاربة بالنسبة للمحايدة والموافقة والمعارضة بشدة، أما نسبة الموافقة بشدة فجاعت ضعيفة جدا وقدرت ب 2.89%.

ونلاحظ أن متوسط شدة الإتجاه بلغ 3.60 وهو ما يعكس اتجاه سلبي قوي للصحفيين نحو اقتصار استخدام الصحفيين الجزائريين لمحرك بحث واحد هو google، وهذا ما يدل على التنوع في استخدام محركات البحث أثناء دخولهم للإنترنت، على اعتبار أن محركات البحث تعتبر وسيلة هامة من وسائل الحصول على المعلومات على الشبكة وذلك بإدخال كلمات مفتاحية تصف موضوع البحث، وتتطلب مهارة عالية فالبحث على الويب يعد أحد الدلائل على مستوى مستخدم الإنترنت.

جدول رقم 15 يوضح الإتجاه نحو عبارة : الصحفيون الجزائريون لم يتلقوا دورات تدريبية في مؤسساتهم الإعلامية، حول استخدام الإنترنت.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	03	15	2.88
غير موافق	06	24	5.77
لا أدري	21	63	20.19
موافق	39	78	37.50
موافق بشدة	35	35	33.66
Σ	104	215	100%
متوسط شدة الإتجاه	2.06		

توضح نتائج هذا الجدول أن أكبر نسبة من الصحفيين وافقوا على أن الصحفيين الجزائريين لم يتلقوا دورات تدريبية في مؤسساتهم الإعلامية، حول استخدام الإنترنت وكانت نسبة الموافقة متقاربة مع نسبة الموافقة بشدة حيث بلغت الأولى 37.5% والثانية 33.66%، بينما فضلت نسبة 20.19% منهم عدم الإجابة على السؤال فبقيت محايدة، وتقاربت نسبي عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة وجاؤا بنسبتين ضعيفتين الأولى ب5.77% والثانية ب2.88%

ومن خلال هذه النتائج قدر متوسط شدة الإتجاه ب2.06 وهو ما يعكس اتجاه ضعيف للصحفيين نحو عدم تلقيهم لدورات تدريبية حول استخدام الإنترنت في مؤسساتهم الإعلامية مما يدل على عدم الإهتمام من قبل المسؤولين بضرورة تكوين صحفي يتماشى مع متطلبات العصر الحالي.

جدول رقم 16 يوضح الإتجاه نحو عبارة : يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي كل يوم.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	04	3.85
غير موافق	19	38	18.26
لا أدري	04	12	3.84
موافق	40	160	38.47
موافق بشدة	37	185	35.58
Σ	104	399	%100
متوسط شدة الإتجاه	3.83		

تشير نتائج الجدول رقم 16 إلى أن معظم الصحفيين المبحوثين يدخلون شبكة الويب كل يوم وهذا نظرا لنسبة الموافقة والتي بلغت 38.47%، تلتها نسبة الموافقين بشدة والتي قدرت ب35.58%، في حين لم تبلغ نسبة المعارضة سوى 18.26% وكذا المعارضة بشدة حيث سجلت 3.85% مناصفة مع نسبة المحايدين.

أما بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه فقدرت ب 3.83 مما يعكس اتجاه ايجابي قوي نحو العبارة وهذا ما يثبت أن فئة الصحفيين الجزائريين تستخدم الإنترنت بشكل مكثف وبانتظام.

جدول رقم 17 يوضح الإتجاه نحو عبارة : لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي إلا نادرا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	19	95	18.27
غير موافق	56	224	53.85
لا أدري	15	45	14.43
موافق	09	18	8.65
موافق بشدة	05	05	4.50
Σ	104	387	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.72		

يتبين من الجدول أن ما يفوق نصف الصحفيين المبحوثين لم يوافقوا على الرأي القائل لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي إلا نادرا. حيث قدرت نسبتهم ب 53.85%، و 18.27% منهم عارضوها بشدة، في حين بقي 14.43% منهم على حياد، وجاءت نسبة الموافقين محتشمة و قدرت ب 8.65 %، وفي الأخير 4.5% فقط من الموافقين بشدة.

أما شدة الإتجاه العام ف قدرت ب 3.72 وهي تشير إلى اتجاه سلبي قوي نحو العبارة مما يعكس الاستخدام الدائم للإنترنت من قبل الصحفي الجزائري لأنها تساعده في استكمال قصصه الإخبارية كما تزوده بالأخبار الفورية والأنية من مكان حدوثها.

جدول رقم 18 يوضح الإتجاه نحو عبارة: مدة تصفح الصحفي الجزائري للإنترنت في الجلسة الواحدة قصيرة جدا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	05	25	4.80
غير موافق	39	156	37.50
لا أدري	28	84	26.93
موافق	23	46	22.12
موافق بشدة	09	09	8.65
Σ	104	320	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.07		

تشير نتائج الجدول رقم 18 إلى أن أكبر نسبة سجلت من المعارضة على الرأي القائل مدة تصفح الصحفي الجزائري للإنترنت في الجلسة الواحدة قصيرة جدا. وقدرت ب37.5%، وفضل 26.93% عدم الإجابة، في حين سجل الموافقين على قصر مدة تصفح الصحفي الجزائري للإنترنت نسبة 22.12%، والبقية القليلة توزعت بين 4.8% من المعارضين بشدة و8.65% من الموافقين بشدة.

أما متوسط شدة الاتجاه فقد بلغ 3.07. وهو اتجاه متردد نحو العبارة، مما يدل على أن الصحفي الجزائري يقضي وقتا طويلا على الإنترنت، وذلك راجع لطبيعة الشبكة نفسها لاحتوائها على كم هائل من المعلومات وعدد لا حصر له من المواقع الإخبارية التي تخدم الصحفي الجزائري مما يصعب على متصفحها التحكم في الوقت الذي يقضيه أثناء التصفح لكثرة الروابط وتعدد الموضوعات، فضلا عن أن عملية الإبحار في عالم الإنترنت لا يمتلك حدود زمنية وفي نفس الوقت نجد أن طبيعة عمله تحتم عليه السرعة في كل المجالات فالصحفي لا يمتلك وقته، وهذا ينعكس بطبيعة الحال على

مدة تصفحه للإنترنت التي تتقيد هي الأخرى في هذه الحالة بعنصر الزمن المحدود لذا وجدنا أن الإتجاه متردد نحو هذه العبارة.

جدول رقم 19 يوضح الإتجاه نحو عبارة: أكثر أماكن دخول الصحفيين الجزائريين إلى الإنترنت هي مكان العمل.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	01	01	0.97
غير موافق	19	38	18.27
لا أدري	10	30	9.62
موافق	36	144	34.61
موافق بشدة	38	190	36.53
Σ	104	403	%100
متوسط شدة الإتجاه	3.87		

يوضح الجدول رقم 19 أن أكبر عدد من الصحفيين المبحوثين وافقوا بشدة على الرأي القائل أكثر أماكن دخول الصحفيين الجزائريين إلى الإنترنت هي مكان العمل وجاءت نسبتهم متقاربة مع نسبة الموافقين، بينما بلغت نسبة المعارضين 18.27 %، تلتها نسبة المحايدون بـ 9.62 %، وأخيرا نسبة المعارضين بشدة بـ 0.97 % فقط. وتدل نسبة متوسط الإتجاه والتي قدرت بـ 3.87 على أن الإتجاه ايجابي قوي، دليل على أن الصحفي الجزائري يعتمد اعتمادا كلياً على ما توفره له جهة العمل من إمكانيات تكنولوجية بالرغم من حاجته الدائمة والمستمرة للإنترنت في أي وقت وفي أي زمان ليس لاستكمال أعماله فحسب بل حتى لتنمية معارفه في شتى المجالات.

جدول رقم 20 يوضح الإتجاه نحو عبارة: من الضروري امتلاك كل صحفي جزائري جهاز كمبيوتر شخصي موصول بالإنترنت.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	02	02	1.93
غير موافق	01	02	0.97
لا أدري	04	12	3.84
موافق	21	84	20.19
موافق بشدة	76	380	73.07
Σ	104	480	% 100
متوسط شدة الإتجاه	4.61		

يوضح الجدول رقم 20 أن أغلب الصحفيين المبحوثين يوافقون بشدة على ضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز كمبيوتر موصول بشبكة الإنترنت حيث بلغت نسبتهم 73.07 %، تلتها نسبة الموافقين بـ 20.19 %، بينما فضلت نسبة 3.84 % المحايدة، وتوافق عدد المعارضين والمعارضين بشدة على العبارة بمعدل صحفيين لكل شدة. لدى قراءتنا لهذا الجدول يمكن أن نبرز دور أجهزة الكمبيوتر الشخصية في زيادة وتحسين المنتج الإعلامي ذلك أنها توفر الوقت والجهد على الصحفي، أما بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه فتساوي 4.61 وهو ما يعكس اتجاه قوي جدا للصحفيين المبحوثين، فقد أضحت من أولويات العمل الصحفي امتلاك جهاز كمبيوتر شخصي يسهل عليه العمل ويوفر عليه الوقت والجهد ومؤخرا نلاحظ أن الوزارة المكلفة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، أتاحت إمكانات كبيرة للأسر الجزائرية بصفة عامة، وللصحفيين باعتبارهم ينتمون إلى هذه الأسر للحصول على حواسيب شخصية وبتسهيلات كبيرة في

إطار ما يسمى بمشروع أسرتك، كما قدمت مشاريع أخرى تسهل الاشتراك السريع بخدمات الإنترنت.

جدول رقم 21 يوضح الاتجاه نحو عبارة: تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين بغرض الترفيه بالدرجة الأولى.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	25	125	24.03
غير موافق	56	224	53.85
لا أدري	09	27	8.66
موافق	08	16	7.69
موافق بشدة	06	06	5.77
Σ	104	398	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.82		

يبين الجدول التكراري رقم 21 أن نصف الصحفيين المبحوثين عارضوا الرأي القائل تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين بغرض الترفيه بالدرجة الأولى، وما يقارب 24.03% عارضوها بشدة وعبر عنها 8.66% منهم بالمحايدة بينما وافق عليها 7.69% ووافق عليها 5.77% بشدة.

من خلال متوسط شدة الإتجاه التي بلغت 3.82 يتبين لنا أن الإتجاه نحو العبارة سلبي قوي، مما يؤكد أن دافع التسلية والترفيه والمتعة هو دافع كماله يتمثل في حاجة الصحفيين إلى الهروب من المشكلات وضغوط العمل للخلود إلى الراحة الذهنية، ملئ الفراغ، اكتساب الأنماط الثقافية المختلفة، إطلاق العواطف وتحريرها، وهو يأتي في المرتبة الأخيرة بعد عدة دوافع أخرى لتصفح الإنترنت من بينها الدوافع النفعية، كدافع البحث عن فرص عمل أخرى تتيحها الكثير من المواقع التي تجمع الإعلانات عن

الوظائف، أو بدافع الدخول إلى البريد الإلكتروني الخاص بالصحفي وإعداد ملفات لموضوعاته، أو بدافع معرفي.

جدول رقم 22 يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا تستخدم الانترنت من قبل الصحفيين الجزائريين في العمل الصحفي بدافع معرفي إلا نادرا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	34	170	32.69
غير موافق	43	172	41.34
لا أدري	14	42	13.46
موافق	09	18	8.66
موافق بشدة	04	04	3.85
Σ	104	406	%100
متوسط شدة الإتجاه		3.90	

تشير نتائج الجدول رقم 22 إلى أن 41.34% عارضوا الرأي القائل لا تستخدم الانترنت من قبل الصحفيين الجزائريين في العمل الصحفي بدافع معرفي إلا نادرا، 32.69% من المعارضين بشدة، 13.46% أجابوا بلا ندري، 8.66% من الموافقين و3.85% من الموافقين بشدة.

وتدل نتائج هذا الجدول على أن الصحفيين الجزائريين موظبين على تصفح الإنترنت من أجل تحصيل المعرفة والتزود بالمعلومات والدلالة على ذلك هو متوسط شدة الإتجاه نحو العبارة التي بلغت 3.90 وهو ما يعكس اتجاه سلبي قوي نحو العبارة، فالصحفي في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه وتشكيل المعاني التي تمكنه من الفهم السريع وتحديد مواقف واتجاهات تجاه المثيرات التي يتعرض إليها في

محيط عمله، كما أنه بحاجة إلى معرفة الأخبار المحلية والدولية في أسرع وقت وهذه الخدمة لا تقدمها سوى الشبكة.

جدول رقم 23 يوضح الإتجاه نحو عبارة: عادة ما يستخدم الصحفي الجزائري الإنترنت كمصدر لأخباره.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
2.89	03	03	غير موافق بشدة
11.54	24	12	غير موافق
6.74	21	07	لا أدري
61.53	256	64	موافق
17.30	90	18	موافق بشدة
% 100	394	104	∑
	3.78		متوسط شدة الإتجاه

يعبر الجدول رقم 23 على أن 61.53 % وافقوا على الرأي القائل عادة ما يستخدم الصحفي الجزائري الإنترنت كمصدر لأخباره، وأن 17.30 % منهم وافقوا عليها بشدة في حين لم يوافق عليها سوى 11.54 % وبقيت نسبة تقدر ب 6.74 % على الحياد أما النسبة الصغيرة المتبقية ففضلت عدم الموافقة على العبارة بشدة وهي تمثل 2.89 % .
ويدل متوسط شدة الإتجاه الذي بلغ 3.78 على أن الإتجاه ايجابي قوي نحو العبارة وهذا ما يؤكد على استخدام الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين لأغراض أخرى، وليس فقط توظيفها كمصدر للأخبار. فيمكن أن يستخدمها لاكتساب مهارات إتصالية جديدة أو للحصول على الصور الحية الواقعية من مكان الحدث أو الحصول على أفكار جديدة لموضوعاته.

جدول رقم 24 يوضح الإتجاه نحو عبارة: تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين نظرا لتلبيتها حاجياته من المادة الصحفية.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
00	00	00	غير موافق بشدة
5.77	12	06	غير موافق
3.85	12	04	لا أدري
58.65	244	61	موافق
31.73	165	33	موافق بشدة
%100	433	104	Σ
	4.16		متوسط شدة الإتجاه

يوضح الجدول رقم 24 أن أكثر من نصف المبحوثين وافقوا على الرأي القائل تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين نظرا لتلبيتها حاجياته من المادة الصحفية بنسبة 58.65% ووافق عليها 31.73% منهم بشدة، بينما عارضها 5.77% وحايدها 3.85% في حين لم يعارضها بشدة ولا واحد من الصحفيين المبحوثين. وإذا نظرنا إلى متوسط شدة الإتجاه والتي تساوي 4.16، فإنها تعكس اتجاه ايجابي قوي جدا نحو العبارة وهذا دلالة على أن الصحفي الجزائري في محاولة دائمة لاستغلال مواقع الصحف الإلكترونية لخدمة عمله الإعلامي، وبالفعل فقد استطاعت مثل هذه المواقع أن تلبي قسط معتبر من حاجياته من المادة الصحفية.

جدول رقم 25 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يتيح الإنترنت للصحفيين الجزائريين التعبير عن الآراء بحرية أكبر من الوسائل الإعلامية التقليدية.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
3.85	04	04	غير موافق بشدة
8.66	18	09	غير موافق
9.61	30	10	لا أدري
38.46	160	40	موافق
39.42	205	41	موافق بشدة
%100	417	104	∑
	4.01		متوسط شدة الإتجاه

يوضح الجدول التكراري رقم 25 أن 38.46% من المبحوثين وافقوا على أن الإنترنت تتيح للصحفيين الجزائريين التعبير عن الآراء بحرية أكبر من الوسائل الإعلامية التقليدية و39.42% منهم وافقوا عليها بشدة، بينما فضل 9.61% منهم عدم الإدلاء بأي رأي إزاءها في الوقت الذي فضلت نسبة تقدر بـ8.66% معارضة العبارة و3.85% المتبقية عارضتها بشدة.

ويرجع هذا الإرتفاع في عدد الموافقين والموافقين بشدة على العبارة إلى حاجتهم الماسة لمنبر إعلامي حر، يفلت من خلاله الصحفي من الرقابة ويطلق العنان لأفكاره بعرض رأيه والتعبير عن وجهة نظره في أي موضوع كان، وهذا ما وجدته الكثيرين منهم متوفر في الإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة تكسر كل القيود وتحطم كل الحدود.

وبلغت شدة الإتجاه 4.01 وهو اتجاه قوي جدا نحو العبارة، دلالة واضحة على أن الإنترنت تتيح هامشا كبيرا من حرية التعبير للصحفي وتزيح كل أنواع القيود والرقابة التي تفرضها بقية المؤسسات الإعلامية الأخرى وهذا لأنه لا يوجد إطار قانوني لهذه الصحف الإلكترونية يفرض على الكاتب فيها عقوبات، أو أي نوع من الحذف والرقابة التي لا زال الصحفي يصارعها إلى غاية اليوم.

جدول رقم 26 يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	11	55	10.58
غير موافق	45	180	43.28
لا أدري	05	15	4.80
موافق	25	50	24.04
موافق بشدة	18	18	17.3
Σ	104	318	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.05		

يبين الجدول رقم 26 أن نسبة 38.47% من العينة البحثية لم توافق على الرأي القائل تعتبر الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية، بينما وافق عليها نسبة قدرت بـ 28.85%، في حين أن 17.3% منها وافقت عليها بشدة، 10.58% عارضتها بشدة ولم يجب عليها 4.8% فقط.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن نسبة المعارضين على منافسة الصحف الإلكترونية للورقية كبيرة، وربما يرجع ذلك إلى أنهم ينتمون جميعا إلى الصحف الورقية،

ويعتبرون بمثابة المدافع الأول على بقاء جرائدهم في الواجهة، أو أن الأمر يتعلق بعدم انتشار ثقافة الصحف الإلكترونية بعد في الجزائر إلا بعض النسخ الإلكترونية للعناوين الصحفية الورقية وهي بالتالي تدعمها ولا تنافسها وربما يفسر أنه ليس ثمة تنافس بين الصحافتين أنهما تتوجهان إلى جمهورين مختلفين: جمهور صحيفة الإنترنت وهو إجمالاً جمهور مغترب في أسواق لا تستطيع أن تصل إليها الصحافة الورقية، أما الصحافة الورقية فمستخدمها هو قارئ الصحيفة.

وقدر متوسط شدة الإتجاه ب3.05 وهو يعكس اتجاه متردد نحو العبارة وهذا يشير إلى تواجد فئة معتبرة من المبحوثين غرارا على الفئة الأولى، تؤمن بضرورة الخطر الذي ستجلبه الصحف الإلكترونية لنظيرتها الورقية فقد باتت ضرورة حتمية لا يمكن الهروب منها نظرا لما تتميز به من ميزات التفاعلية والآنية والتجديد المستمر والتي هي ليست في متناول الصحافة الورقية.

جدول رقم 27 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحافة الإلكترونية تعتبر دعامة تعتمد عليها الصحافة المطبوعة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	03	03	2.88
غير موافق	07	14	6.74
لا أدري	21	63	20.19
موافق	60	240	57.69
موافق بشدة	13	65	12.50
Σ	104	385	100%
متوسط شدة الإتجاه	3.7		

يشير هذا الجدول إلى أن نسبة 57.69% وافقت على أن الصحافة الإلكترونية تعتبر دعامة تعتمد عليها الصحافة المطبوعة، ووقفت 20.19% منها موقفا محايدا وهي نسبة كبيرة نوعا ما، ووافقت 12.5% على العبارة بشدة، في حين أن 6.74% عارضتها و2.88% عارضتها بشدة.

شدة الإتجاه العام بلغت 3.7 وهو ما يعكس اتجاه متردد نحو إمكانية تدعيم الصحف الإلكترونية للورقية، وهذا طبعا دلالة أن الصحف الورقية يمكن أن تعظم استفادتها من الإنترنت، وتجعل من هذه الشبكة قناة للإرتقاء بالعمل الصحفي، وقناة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة، عبر ماتوفره من معلومات وأحداث فورية وصور حية تعتبر مادة خام وسهلة المنال للكثير من صحفيي الجرائد الورقية في حين يوجد من المبحوثين من آثروا الحياد نحو هذا الرأي وهذا بحكم انتمائهم للصحافة الورقية فهم في موضع المدافع عنها دائما ولا يقتنعون بتدعيم الصحف الإلكترونية للصحفي العامل بالصحافة المكتوبة وهذا ماجعل من الإتجاه نحو العبارة يميل إلى الحياد.

جدول رقم 28 يوضح الإتجاه نحو العبارة: يفضل الصحفي الجزائري الصحافة الورقية على الصحافة الإلكترونية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	20	3.84
غير موافق	09	36	8.65
لا أدري	27	81	25.96
موافق	47	94	45.19
موافق بشدة	17	17	16.34
Σ	104	248	%100
متوسط شدة الإتجاه	2.38		

يوضح الجدول أن 45.19% من الصحفيين المبحوثين وافقوا على الرأي القائل يفضل الصحفي الجزائري الصحافة الورقية على الصحافة الإلكترونية، وشهدت درجة الحياد نسبة كبيرة تمثلت في 25.96% في حين أن 16.34% وافقوا بشدة على تفضيلهم للصحف الورقية على الإلكترونية، وجاءت نسبة المعارضين للعبارة 8.65%، و3.84% للمعارضين بشدة.

تدل نتائج الجدول أعلاه على أن توجه الصحفيين المبحوثين نحو العبارة متردد فمتوسط شدة الإتجاه سجلت 2.38، وبهذا يمكن استخلاص أن الصحفي بطبعه يفضل المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها حتى وإن كانت تحمل من المساوى ما يمكن تداركه عبر وسيلة أخرى لكن تبقى نسبة الحياد الكبيرة في إجاباتهم على هذه العبارة دلالة على صعوبة الاختيار بين الوسيلتين.

جدول رقم 29 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحافة الإلكترونية تعتبر مكملة للصحافة الورقية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	00	00	00
غير موافق	12	24	11.54
لا أدري	19	57	18.27
موافق	53	212	50.96
موافق بشدة	20	100	19.23
Σ	104	393	100%
متوسط شدة الإتجاه		3.77	

يشير الجدول رقم 29 إلى أن نصف أفراد العينة وافقوا على العلاقة التكاملية بين الصحف الورقية والإلكترونية و19.23% منهم وافقوا على ذلك بشدة، في حين أن نسبة الذين لم يبدو أي موقف تجاهها 18.27%، وجاءت نسبة المعارضين 11.54% بينما لم يوجد أي منهم عارض العبارة بشدة.

وتنبئ نتائج الجدول أن أغلب الصحفيين المبحوثين يرون من الصحافة الإلكترونية قناة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال إقامة مواقع لعناوينهم على الشبكة وفي هذه الحالة فإن الصحف الإلكترونية تعد امتداد للنشاط الإعلامي للجهة أو المؤسسة التي تصدر الصحيفة، إذ تشير بعض الدراسات في هذا المجال إلى حدوث زيادة ملموسة في توزيع الصحف التي لها مواقع على الإنترنت، بالإضافة إلى تحقيق بعض الصحف أرباحاً من خلال وجود مواقع لها على الشبكة من خلال بيع المواد الأرشيفية، الإعلانات الإلكترونية، وغيرها من الخدمات غير المجانية.

أما بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه فبلغت 3.77 وهو اتجاه ايجابي قوي فالعلاقة التكاملية التي تتبأ بها أغلب عينة الدراسة تشير إلى سير الصحافة الورقية والإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الإتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من الإنترنت سواء في عملية التحرير أو الإتصالات أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة.

جدول رقم 30 يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الورقية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الإلكترونية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	07	07	6.74
غير موافق	20	40	19.24
لا أدري	25	75	24.03
موافق	29	116	27.88

22.11	115	23	موافق بشدة
%100	353	104	Σ
3.39			متوسط شدة الإتجاه

تشير نتائج الجدول رقم 30 إلى الآتي: تقاربت كل من نسب الموافقين والمحايدين والموافقين بشدة وتراوحت ما بين 22%-27.88% أما غير الموافقين فكانت نسبتهم معقولة هي الأخرى وبلغت 19.24%، في حين أن عدم الموافقة بشدة جاءت بنسبة ضعيفة بلغت 6.74%.

وقد بلغت متوسط شدة الإتجاه 3.39 وهو ما يعكس اتجاه ايجابي قوي نحو جاذبية الصحافة الورقية للقراء أكثر من الإلكترونية في نظر الصحفيين الجزائريين، بالرغم مما تتميز به الصحف الإلكترونية من إمكانيات تقنية وجودة في الصورة واعتمادها على الصور الحية والمتحركة عكس الاديناميكية التي تتميز بها الصحف الورقية إضافة إلى توفيرها الجهد والوقت، ونفسر نسبة الموافقة على العبارة بالتعود على قراءة الصحف الورقية لأنها أسهل للعين من الإلكترونية والعادة كما يقول علماء الاجتماع نوع من أنواع السلوك الاجتماعي يغلب عليه الطابع النفسي لأنه يرضي مشاعر وجدانية تنشط في ظروف اجتماعية معينة، بالإضافة إلى أنها تمتاز بأنها من أكثر وسائل الإعلام التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض، كما تتيح له فرصة قراءة الرسالة الإعلامية أكثر من مرة.

جدول رقم 31 يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية

للمعلنين من الصحف الورقية.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
20.19	21	21	غير موافق بشدة
35.58	74	37	غير موافق
23.08	72	24	لا أدري
14.42	60	15	موافق

6.73	35	07	موافق بشدة
%100	262	104	Σ
2.51			متوسط شدة الإتجاه

يتضح من الجدول أعلاه أن كفة الإتجاه مالت إلى عدم الموافقة على أن الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للمعلنين من الصحف الورقية فبلغت 35.58 %، و 20.19% لعدم الموافقة بشدة، بينما وقف 23.08% على الحياد، وقد ذكر 14.42% أن الصحافة الإلكترونية تعتبر الأقدر على جلب الموارد الإعلانية من نظيرتها الورقية، في حين وافق على ذلك بشدة 6.73% فقط.

وقد بلغ متوسط شدة الإتجاه للعبارة 2.51 وهو يعكس اتجاه ايجابي ضعيف نحو العبارة، ومن هنا نستنتج أن الصحافة الإلكترونية في نظر الصحفيين المبحوثين ليست الأقدر على جذب المعلنين من صحفهم الورقية بالرغم مما تمتاز به من سمات الفورية والذيق والانتشار، وربما هذا راجع لعدم انتشار ثقافة الإشهار الإلكتروني بعد في الجزائر بالرغم من أن الكثير من البلدان الغربية وحتى العربية أصبحت جل معاملاتها تتم عبر الإنترنت وفق منطق التجارة الإلكترونية التي ترسخ فكرة الإشهار الإلكتروني.

جدول رقم 32 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يفضل استخدام الصحف الورقية لسهولة التعامل معها.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
5.77	06	06	غير موافق بشدة
14.43	30	15	غير موافق
25	78	26	لا أدري
39.42	164	41	موافق
15.38	80	16	موافق بشدة
%100		104	Σ

متوسط شدة الإتجاه	3.44
-------------------	------

يوضح الجدول رقم 32 أن 39.42% من المبحوثين وافقوا على الرأي القائل الصحفي الجزائري يفضل استخدام الصحف الورقية لسهولة التعامل معها، بينما وافق عليها بشدة 15.38% منهم، ووقف 25 منهم موقف الحياد، في حين أن 14.43% عارضوا العبارة، و 5.77% منهم عارضوها بشدة.

عند قراءة هذه النتائج نجد أن متوسط شدة الإتجاه تساوي 3.44 وهو اتجاه ايجابي قوي، مما يدل على أن الصحفي الجزائري يفضل استخدام الصحف الورقية لأنها سهلة الإستعمال حيث توفر إمكانية قراءتها وحملها في وسائل النقل، إضافة إلى سهولة قراءتها لأنها أفضل للعين، وفي الحقيقة أن الصحف الإلكترونية يمكن قراءتها وحملها أيضا في وسائل النقل سواء من خلال كمبيوتر محمول أو طباعتها حتى تصير في شكل ورقي، بل لأن بعض الأبواب الصحفية لا تنتشر إلا في الصحف الورقية كإعلانات المبوبة وأسواق السيارات والعقارات فلا يتمكن المتصفح من قراءتها على الشبكة إلا من خلال خطوط تليفونية أي خدمات مدفوعة الثمن، وهذه أسباب أخرى تجعل من الصحفي يفضل استخدام هذا النوع من الصحف.

جدول رقم 33 يوضح الإتجاه نحو عبارة: توظف الصحف الإلكترونية الصوت والصورة في معالجة الأحداث مما يجعلها أكثر مصداقية من الصحف الورقية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	11	11	10.58
غير موافق	32	64	30.77
لا أدري	18	54	17.30
موافق	25	100	24.04
موافق بشدة	18	90	17.31
Σ	104	319	%100

متوسط شدة الإتجاه	3.06
-------------------	------

يتضح من الجدول رقم 33 أن أكبر نسبة من الصحفيين المبحوثين لم توافق على الرأي القائل أن الصحف الإلكترونية توظف الصوت والصورة في معالجة الأحداث مما يجعلها أكثر مصداقية من الصحف الورقية بمعدل 30.77 %، كما جاءت نسبيته المحايدون والموافقين بشدة متساوية حوالي 17.30 %، في حين بلغت نسبة الموافقين 24.04 %، واحتلت فئة المعارضون بشدة المرتبة الأخيرة ب 10.58 %.

وقد بلغت شدة الإتجاه العام 3.06 وهي تعكس اتجاه متردد نحو العبارة، مما يوحي بأن الصحفيين الجزائريين رافضين لكون الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية من الورقية بالرغم مما تمتاز به من تقنيات الوسائط المتعددة، وهذا راجع لكون الصورة والصوت في حد ذاتهما ممكن أن تجرى عليهما تعديلات وفبركة تكون غير جلية للمتلقي وتضلل في كثير من الأحيان، وبالتالي لا مجال للمصداقية هنا وفي نفس الوقت في رأي فئة أخرى من المبحوثين توجد مواقع كثيرة توفر صور حقيقية للأحداث وتتميز بالمصداقية الصحفية وهذا ما يثبت الإتجاه المتردد نحو العبارة.

جدول رقم 34 يوضح الإتجاه نحو عبارة: عنصر السرعة يجعل من الصحافة

الإلكترونية أكثر تحقيقا للسبق الصحفي من الصحف الورقية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	01	01	0.96
غير موافق	06	12	5.76
لا أدري	05	15	4.80
موافق	37	148	35.57
موافق بشدة	55	275	52.88
Σ	104	451	100 %
متوسط شدة الإتجاه		4.33	

يشير الجدول رقم 34 إلى أن أغلب الصحفيين المبحوثين وافقوا بشدة على الرأي القائل أن عنصر السرعة يجعل من الصحافة الإلكترونية أكثر تحقيقا للسبق الصحفي من الصحف الورقية بنسبة 52.88%، تليها نسبة الموافقين وقدرت بـ 35.57%، في حين اقتربت نسبة المحايدة من المعارضة في حدود 5%، بينما لم يسجل المعارضون بشدة سوى 0.96%.

بلغ متوسط شدة الإتجاه 4.33 وهو ما يعكس اتجاه ايجابي قوي جدا للصحفيين الجزائريين المبحوثين وتؤكد أنه لا يمكن نفي أهم خاصية للصحافة الإلكترونية وهي السرعة التي تجعلها من أهم الوسائل الإعلامية المحققة للسبق الصحفي نظرا لتغطيتها للأحداث أول بأول وكذا لخاصية تجديد الأخبار في أي لحظة دون التقيد بزمن للنشر مثلما يحدث في الصحف الورقية أو موعد إخباري كالتلفزيون.

جدول رقم 35 يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا يمكن إطلاقا للصحافة الورقية أن تزول مهما تغيرت التقنيات.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	20	3.84
غير موافق	08	32	7.69
لا أدري	10	30	9.62
موافق	43	86	41.35
موافق بشدة	39	39	37.50
Σ	104	207	100%
متوسط شدة الإتجاه		1.99	

يشير الجدول التكراري أعلاه تقارب بين نسبتي الموافقين والموافقين بشدة وهي في حدود 40%، وقدرت نسبة الذين لم يبرزوا أي اتجاه نحو العبارة 9.62%، و7.69% لم يوافقوا عليها، و3.84% منهم لم يوافقوا بشدة.

أما فيما يخص متوسط شدة الإتجاه فبلغت 1.99 وهي تعكس اتجاه سلبي ضعيف نحو عدم إمكانية زوال الصحافة الورقية مهما تغيرت التقنيات، وهذا الأمر يعني أن هذه الأخيرة ستبقى في السوق الإعلامي لأسباب عديدة من بينها أن تاريخ وسائل الاتصال يؤكد على أنه ما من وسيلة جديدة استطاعت القضاء على الوسيلة السابقة، فظهور الراديو في أوائل القرن العشرين لم يقض على الصحافة المطبوعة، وظهور التلفزيون في منتصف القرن الماضي لم يقض على الراديو، وبالتالي فإن ظهور الإنترنت لن ينافس الصحافة المكتوبة حتى يقضي عليها ولا حتى على الراديو أو على التلفزيون.

جدول رقم 36 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفيون الجزائريون لا يقرؤون الصحف الإلكترونية بصفة دائمة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	05	25	4.8
غير موافق	26	104	25
لا أدري	21	63	20.19
موافق	37	74	35.57
موافق بشدة	15	15	14.42
Σ	104	281	100%
متوسط شدة الإتجاه		2.70	

يشير الجدول رقم 36 إلى نسبة محتشمة للموافقين على الرأي القائل الصحفيون الجزائريون لا يقرؤون الصحف الإلكترونية بصفة دائمة وقدرت ب 35.57%، تليها مباشرة نسبة المعارضين ب 25% فنسبة العازفين على الإدلاء باتجاههم ب 20.19%، أما فيما يخص الموافقين بشدة فقدرت نسبتهم ب14.42% وأخيرا 4.8% للمعارضين بشدة.

بالنسبة لمتوسط شدة الاتجاه بلغت 2.70 وهي تعكس اتجاه متردد قريب من الحياد نحو العبارة، دلالة على أن الصحفي الجزائري إما أن يكون غير مواظب على قراءة الصحف الإلكترونية بحكم انتمائه إلى مجتمع لم يرتقي بعد إلى مصاف الدول التي تستخدم التكنولوجيا في المحيط الإعلامي فهو لا يمتلك ملكة حب التطلع واكتشاف أخبار العالم من خلال ما تتيحه هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية، أو أنه يقرؤها لأنها تتيح خلفيات عن الأخبار والموضوعات ذات الصلة من خلال الروابط التي توفرها الصحيفة الإلكترونية، كما يستطيع في بعض مواقع الصحف إبداء رأيه في مقال ما أو إرسال رسالة إلى صاحبه بالبريد الإلكتروني، أو كتابة تعليق يقرؤه المتصفح للموقع ببنط مختلف، حتى يكون على اتصال واسع مع هؤلاء مما يوسع دائرة تعاملاته في مجال الإعلام ويكتسب بالتالي مهارات جديدة في عالم الاتصال وهذا ما يجعل من اتجاهه نحو العبارة مترددا.

جدول رقم 37 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لاعتبارها مصدرا غير موثوق للأخبار.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	11	55	10.58
غير موافق	40	160	38.47
لا أدري	35	105	33.65
موافق	15	30	14.42
موافق بشدة	03	03	2.88
Σ	104	353	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.93		

يشير الجدول رقم 37 إلى أن نسبي المحايدين والمعارضين للرأي القائل بأن الصحفيين الجزائريين يحجمون عن قراءة الصحف الإلكترونية لاعتبارها مصدرا غير موثوق للأخبار متقاربة ما بين 33% - 39%، تليها نسبة الموافقين ب14.42% ثم المعارضين بشدة ب10.58% وأخيرا سجل الموافقين بشدة أضعف نسبة وهي 2.88%.

بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه جاءت قوية 3.93 نظرا للنسبة العالية للمعارضين، فالإتجاه هنا سلبي تجاه العبارة مما يعني أن الصحف الإلكترونية في نظر الصحفيين الجزائريين تعتبر مصدرا هاما وموثوق فيه بالنسبة لأخبارهم، مما يثبت توظيفهم لموادها الإخبارية كخلفيات لأخبارهم وكمصدر لها.

جدول رقم 38 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لجهلهم لمواقع تلك الصحف.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	26	130	25
غير موافق	26	104	25
لا أدري	26	78	25
موافق	20	40	19.24
موافق بشدة	06	06	5.76
Σ	104	358	%100
متوسط شدة الإتجاه		3.44	

يوضح الجدول أعلاه تطابق في نسب كل من المعارضين بشدة والمعارضين وكذا المحايدين لإحجام الصحفيين الجزائريين عن قراءة الصحف الإلكترونية لجهلهم لمواقع تلك الصحف وهي 25% لكل فئة، ثم الموافقين بنسبة 19.24 %، تليها فئة الموافقين بشدة بمعدل ضعيف 5.76%.

أما فيما يخص متوسط شدة الإتجاه فقدرت ب 3.44 وهو اتجاه سلبي قوي نحو العبارة وبالتالي يوحي بالدراية الكافية لمواقع الصحف الإلكترونية من قبل الصحفيين الجزائريين وهذا ما يتعارض مع اتجاههم تجاه العبارة رقم 08 التي أكد الصحفيين الجزائريين من خلال توجههم نحوها أنهم لا يتقنون جميعا تشغيل الحاسب الآلي، فما بالك بالإبحار في مواقع تلك الصحف.

جدول رقم 39 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لأنها في نظرهم مجرد نسخ طبق الأصل من الصحف الورقية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	20	3.84
غير موافق	48	192	46.15
لا أدري	24	72	23.07
موافق	25	50	24.03
موافق بشدة	03	03	2.88
Σ	104	337	% 100
متوسط شدة الإتجاه		3.24	

يشير الجدول إلى نسبة عالية من المعارضين للرأي القائل بأن الصحفيين الجزائريين يحجمون عن قراءة الصحف الإلكترونية لأنها في نظرهم مجرد نسخ طبق الأصل من الصحف الورقية، وصلت إلى 48.15%، وتقارب كبير بين نسبيي المحايدين والموافقين عليها في حدود 24% وكذا تقارب بين نسبيي الموافقين بشدة والمعارضين بشدة بحوالي 3%.

بعد القراءة المتمعنة في هذه النتائج يتضح لنا أن الصحف الإلكترونية في نظر الصحفي الجزائري مستقلة تماما عن النسخ الورقية ومضمونها متميز ومتحرر من القيود المفروضة على نظيرتها الورقية، وربما هذا من باب الترويج للنسخ الإلكترونية للعناوين التي ينتمون إليها بحكم أن كل الصحفيين المبحوثين ينتمون إلى صحف لها

كلها نسخ إلكترونية، على الرغم من ملاحظتنا الدائمة لمضامين مكررة أو حتى ملخصة على شاشات الكمبيوتر.

أما متوسط شدة الإتجاه فجاءت مطابقة للنسب أعلاها وبلغت 3.24 وهي تعكس اتجاهها سلبيا قويا نحو العبارة.

جدول رقم 40 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يتصفح الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية من أجل الحصول على الصور فقط.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	11	55	10.58
غير موافق	45	180	43.27
لا أدري	30	90	28.85
موافق	13	26	12.5
موافق بشدة	05	05	4.80
Σ	104	356	%100
متوسط شدة الإتجاه		3.42	

تبرز نتائج الجدول رقم 40 قوة في نسبة عدم الموافقين على الرأي القائل بأن الصحفي الجزائري يتصفح الصحف الإلكترونية من أجل الحصول على الصور فقط قدرت بـ 43.27% ونسبة لا بأس بها من العازفين على الإدلاء بتوجههم بنسبة فاقت 28%، ثم فئة الموافقين بنسبة 12.5%، تليها فئة عدم الموافقين بشدة بـ 10.58%، وبنسبة ضعيفة جدا احتلت فئة الموافقين بشدة المرتبة الأخيرة.

ونستنتج من هذه النسب أن استخدام الصحفي الجزائري للصحف الإلكترونية لا يقتصر على الاستفادة من الكم الهائل من الصور الذي توفره الصحف الإلكترونية فحسب، بل هناك الكثير من مجالات الاستفادة من مزايا هذه الصحف خصوصا من

موادها التحريرية، من أرشيفها الإلكتروني الذي يساعد في بناء خلفيات الأخبار والأنواع الصحفية بشكل عام، وكذلك من اكتساب علاقات عمل مع أناس متخصصين في الميدان الاتصالي من خلال خدمات الدردشة والبريد الإلكتروني وغيرها من الخدمات الأخرى التي يمكن الاستفادة منها وهذا ما يفسر متوسط شدة الإتجاه التي قدرت ب3.42، التي تعكس اتجاه سلبي قوي نحو العبارة.

جدول رقم 41 يوضح الإتجاه نحو عبارة: لا يقرأ الصحفي الجزائري الصحافة الإلكترونية بالرغم من أنها تساهم في تطوير مهاراته الصحفية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	07	35	6.74
غير موافق	65	260	62.50
لا أدري	13	39	12.50
موافق	10	20	9.61
موافق بشدة	09	09	8.65
Σ	104	363	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.49		

يشير الجدول رقم 41 إلى أن معظم الصحفيين المبحوثين لم يوافقوا على أن الصحفي الجزائري لا يقرأ الصحافة الإلكترونية بالرغم من أنها تساهم في تطوير مهاراته الصحفية بنسبة 62.5%، تليها نسبة المحايدون وجاءت 12.5%، فئة الموافقين والموافقين بشدة بتقارب بين النسبتين في حدود 9%، وأخيرا نسبة المعارضين و قدرت ب6.74%.

فيما يخص متوسط شدة الإتجاه فهي تساوي 3.49 وهي تعكس اتجاه سلبي قوي نحو العبارة، هذا ما يجعلنا نستخلص بأن الصحفي الجزائري يؤمن إيمانا قويا بأن الصحافة الإلكترونية تطور من مهاراته في المجال الإعلامي، وأنهم يستخدمونها لإشباع حاجاتهم إلى تنمية قدراتهم، فهي في نظرهم إذن ليست مجرد بديل إلكتروني للصحف الورقية، فهي تحقق لهم الإشباع من الأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها لأن الوظيفة الإخبارية تأتي في مقدمة الوظائف التي تضطلع بها أي وسيلة إعلامية.

جدول رقم 42 يوضح الإتجاه نحو عبارة: المشاركة النشطة التفاعلية للصحفيين الجزائريين في الصحف الإلكترونية تكاد تكون منعدمة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	11	55	10.58
غير موافق	34	136	32.69
لا أدري	25	75	24.04
موافق	28	56	26.92
موافق بشدة	06	06	5.77
Σ	104	328	100%
متوسط شدة الإتجاه	3.15		

يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة سجلت من قبل فئة المعارضين للرأي القائل بأن المشاركة النشطة التفاعلية للصحفيين الجزائريين في الصحف الإلكترونية تكاد تكون منعدمة بـ 32.69 %، تليها فئة الموافقين بـ 26.92 %، ثم المحايدون

ب24.04%، في حين لم يوافق عليها 10.58% بشدة، وجاءت فئة الموافقين بشدة في المرتبة الأخير ب5.77%.

وبينت نتائج الجدول ارتفاع في نسبة المحايدين وهذا يدل على عدم معرفة الصحفي الجزائري للأشكال التفاعلية في الصحف الإلكترونية، وهي التي تتيح لمستخدمها مشاركة نشطة من عمليات الانتقاء والاختيار بين مختلف هاته الأشكال، وهي كثيرة من بينها البريد الإلكتروني، القوائم البريدية، الدردشة الإلكترونية والمشاركة في غرف الحوار والنفاش خدمات المراسل وكذا الاستفتاءات واستطلاعات الرأي.

وقد بلغ متوسط شدة الإتجاه، 3.15 وهو يعبر عن اتجاه متردد نحو العبارة مما يعكس مشاركة نشطة من طرف الصحفي الجزائري حسب الإمكانيات المتاحة له وهذا راجع لما تشهده مواقع الصحف الجزائرية وكذا العربية من فقر في الإمكانيات التفاعلية وإلى محدودية إيجابية الجمهور ومشاركته النشطة أثناء التعرض لهذا النوع من الصحف.

جدول رقم 43 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري لا يشارك أبدا في الإستفتاءات واستطلاعات الرأي المباشرة عند تعرضه للصحف الإلكترونية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	10	50	9.62
غير موافق	42	168	40.39
لا أدري	32	96	30.77
موافق	14	28	13.46
موافق بشدة	06	06	5.76
∑	104	348	100%
متوسط شدة الإتجاه	3.34		

يوضح الجدول التكراري أعلاه أن 40.39% من عينة الدراسة لم يوافقوا على أن الصحفي الجزائري لا يشارك أبدا في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي المباشرة عند تعرضه للصحف الإلكترونية، وأن 30.77% فضلوا عدم إبداء رأي إزاءها، في حين أن 13.46% فقط وافقوا عليها، ولم يوافق عليها بشدة 9.62%، وأخيرا 5.76% وافقوا عليها بشدة.

نستنتج من هذه النتائج أن الاستفتاءات واستطلاعات الرأي تعتبر من أكثر الأشكال التفاعلية استخداما من طرف الصحفيين الجزائريين، ويعد هذا الشكل التفاعلي وسيلة ناجحة وسريعة للكشف عن آراء الجمهور تجاه القضايا الهامة، وتوفر مادة معلوماتية تشكل رأي عام يمكن أن نضيف له كلمة إلكتروني، وبالتالي يعتبر شكل تفاعلي جديد أتاحتها الشبكة أضاف بعدا جديدا خاصا يتعلق بنشاط المتلقي وإيجابيته.

وقد سجل متوسط شدة الإتجاه نسبة 3.34 وهي تعكس اتجاه متردد نحو عدم استخدام الصحفي الجزائري للاستفتاءات واستطلاعات الرأي، ويعود ذلك إلى الانتشار الواسع لمثل هذا الشكل التفاعلي في مواقع الصحف الجزائرية والعربية الأكثر استخداما من قبل الصحفي الجزائري، لكن ضعف مهاراته في تطبيق هذا الشكل التفاعلي والنتائج عن عدم تكوينه في هذا المجال يجعل من آراء العينة الصحفيين المشكلين للعينة البحثية مترددة نوعا ما فيما يخص حقيقة تطبيق هذا النوع التفاعلي.

جدول رقم 44 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري لا يستخدم البريد

الإلكتروني المتاح في الصحف الإلكترونية إلا نادرا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	39	195	37.50
غير موافق	52	208	50

2.89	9	03	لا أدري
3.85	08	04	موافق
5.76	06	06	موافق بشدة
%100	426	104	Σ
4.09			متوسط شدة الإتجاه

يبين الجدول رقم 44 أن نصف الصحفيين المبحوثين لم يوافقوا على أن الصحفي الجزائري لا يستخدم البريد الإلكتروني المتاح في الصحف الإلكترونية إلا نادرا بنسبة 50% ونسبة لا بأس بها منهم لم توافق على العبارة بشدة وجاءت بنسبة 37.5% في حين كان هناك تقارب بين نسبي الموافقين والمحايدين وهي ضعيفة جدا في حدود 3%، و5.76% المتبقية كانت من نصيب فئة الموافقين بشدة.

نلاحظ أن متوسط شدة الإتجاه قدرت ب4.09 وهي تعكس اتجاه سلبي قوي جدا نحو العبارة مما يشير إلى أن الأغلبية العظمى من الصحفيين المبحوثين تستخدم هذه الطريقة التفاعلية وبصفة دائمة بالرغم من أن أغلبية الصحف الإلكترونية تشترط للاستفادة من هذه الخدمة الدخول على الخادم le serveur الخاص بموقع الصحيفة من خلال أرقام تليفونات خاصة بها، إضافة إلى أن هناك أماكن أخرى تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية بإمكانيات ومساحات أكبر من تلك التي تقدمها الصحف الإلكترونية.

جدول رقم 45 يوضح الاتجاه نحو عبارة: لا يتابع الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية الجزائرية إطلاقا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	31	155	29.8
غير موافق	53	212	50.97

10.58	33	11	لا أدري
5.77	12	06	موافق
2.88	03	03	موافق بشدة
%100	415	104	Σ
3.99			متوسط شدة الإتجاه

يوضح الجدول رقم 45 أن أغلب الصحفيين لم يوافقوا على الرأي القائل بأن الصحفي الجزائري لا يتابع الصحف الإلكترونية الجزائرية إطلاقاً بنسبة 50.97%، و29.8% منهم لم يوافق عليها بشدة، في حين أن 10.58% فضلوا الحياد، والبقية توزعت بين الموافقين بنسبة 5.77% والموافقين بشدة بنسبة 2.88%.

متوسط شدة الإتجاه تساوي 3.99 وهو عبارة عن اتجاه سلبي قوي نحو العبارة ومنه نستنتج أن الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الجزائرية بصفة دائمة، وإن كانت تقتصر على نسخ عن العناوين الورقية، وليست صحف إلكترونية محضة.

جدول رقم 46 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية العربية بصفة دائمة.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
2.89	03	03	غير موافق بشدة
28.85	60	30	غير موافق
32.69	102	34	لا أدري
26.92	112	28	موافق
8.65	45	09	موافق بشدة
%100	322	104	Σ

متوسط شدة الإتجاه	3.09
-------------------	------

يشير الجدول أعلاه إلى نسب متقاربة للحيد والمعارضة والموافقة على الرأي القائل بأن الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية العربية بصفة دائمة بحيث توزعت كالاتي: 32.69% ، 28.85% ، 26.92% ، في حين جاءت نسب كل من الموافقين بشدة والمعارضين بشدة ضعيفة فالأولى قدرت ب 8.65% ، والثانية ب 2.89% .

من خلال قراءتنا لهذه النتائج نجد أن الصحفي الجزائري يتابع بالفعل الصحف الإلكترونية العربية بصفة دائمة نظرا لاهتمامه بأخبار الوطن العربي. وقد سجل متوسط شدة الاتجاه نسبة قدرت ب 3.09، وهي تعكس اتجاه متردد نحو العبارة مما يدل أن الصحفي الجزائري يتابع بالفعل الصحف الإلكترونية العربية نظرا لاهتمامه بأخبار الوطن العربي غير أنه متردد في الحكم على أنها متابعة دائمة.

جدول رقم 47 يوضح الإتجاه نحو عبارة: الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الغربية أحيانا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	04	3.85
غير موافق	21	42	20.19
لا أدري	27	81	25.97
موافق	46	184	44.23
موافق بشدة	06	30	5.76
Σ	104	341	% 100
متوسط شدة الإتجاه	3.27		

يوضح الجدول رقم 47 أن 44.23% من المبحوثين وافقوا على أن الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الغربية أحيانا، و25.97% فضلوا عدم الإجابة، في حين أن 20.19% لم يوافقوا عليها، وتقاربت نسبتي الموافقين بشدة والمعارضون بشدة وكانتا ضعيفتين.

بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه بلغت 3.27 وهي تعكس اتجاه ايجابي قوي نحو العبارة، مما يدل على أن الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الأجنبية أحيانا وليس بصفة دائمة وهذا راجع لمشكل اللغة التي لا تزال تشكل عائقا هاما للمستخدم الجزائري فالجدير بالذكر أن ما يقرب من 80 من المعلومات المتواجدة على الشبكة باللغة الإنجليزية مما يجعل المستخدم الجزائري لا يطلع على هاته المواقع ماعدا مواقع الصحف الفرنسية بحكم قربها من هاته اللغة.

جدول رقم 48 يوضح الإتجاه نحو عبارة: تعتبر الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية، أكثر تصفحا من طرف الصحفي الجزائري عن تلك الناطقة باللغة العربية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	12	12	11.53
غير موافق	34	68	32.69
لا أدري	28	84	26.92
موافق	20	80	19.23
موافق بشدة	10	50	9.61
Σ	104	294	% 100
متوسط شدة الإتجاه	2.82		

يبين الجدول رقم 48 أن نسبة المعارضين على الرأي القائل بأن الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية تعتبر أكثر تصفحا من طرف الصحفي الجزائري عن تلك الناطقة باللغة العربية هي الأولى وقدرت بـ32.69%، تليها نسبة المحايدين بـ26.92% أما نسبة الموافقين عليها فتمثل 19.23%، في حين بلغت نسبة المعارضون بشدة 11.53%، والموافقين بشدة كانت نسبتهم ضعيفة وقدرت بـ9.61%.

بلغ متوسط شدة الإتجاه 2.82، وهي تعكس اتجاه متردد نحو العبارة، وبالتالي يمكن أن نستنتج أن الصحفيين الجزائريين يتصفحون الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة فرنسية وفي المقابل من ذلك فهم يهتمون أيضا بتلك الصحف التي تصدر باللغة العربية نظرا لقربهم من لغتها ولعدة اعتبارات أخرى تتعلق بالخصائص العمرية للعينة البحثية في حد ذاتها، فقد أسفرت النتائج عن أن 70.19% من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 25-35 سنة وهم بذلك يشكلون فئة الشباب، وأن 58.65% متكونين باللغة العربية وبالتالي تعتبر اللغة الأقرب إليهم فهما وممارسة.

جدول رقم 49 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية العربية لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	04	3.85
غير موافق	25	50	24.04
لا أدري	22	66	21.16
موافق	31	124	29.8
موافق بشدة	22	110	21.15

354	104	%100	Σ
3.40			متوسط شدة الإتجاه

يتضح من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة سجلت من طرف فئة الموافقين على الرأي القائل يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية العربية لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع ب 29.8 %تلتها فئة عدم الموافقين ب24.04% ، وكان هناك تطابق بين نسبي الموافقين بشدة والمحايدين بلغت 21.16%، وأخيرا نسبة عدم الموافقين ب3.85%.

أما بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه فبلغت 3.4 وهي تمثل اتجاه ايجابي قوي نحو العبارة بما يفسر مقروئية الصحف الإلكترونية العربية من طرف الصحفي الجزائري وهي ترجع أساسا إلى أمور مادية بالدرجة الأولى، بالرغم من أنه توجد أسباب أكثر أهمية وتعلق بمعرفة أخبار الوطن العربي، وما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في العالم الخارجي، البحث عن الآراء وبدائل القرارات وحب الاستطلاع وغيرها من الدوافع.

جدول رقم 50 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها أكثر ارتباطا به من العربية والغربية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	04	04	3.85
غير موافق	23	46	22.12
لا أدري	24	72	23.08
موافق	41	164	39.42
موافق بشدة	12	60	11.53

%100	346	104	Σ
3.32			متوسط شدة الإتجاه

يوضح الجدول رقم 45 أن 39.42% من المبحوثين أيدوا الرأي القائل أن يفضل الصحفي الجزائري يفضل قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها أكثر ارتباطا به من العربية والغربية، وأيدها بشدة 11.53%، في حين لم يوافق عليها 22.12% منهم، ولم يوافق عليها إطلاقا 3.85%، بينما لم يحدد 23.08% من المبحوثين رأيا في العبارة.

متوسط شدة الإتجاه قدرت ب3.32، وتعكس اتجاه متردد نحو العبارة هذا ما يوحي بتفضيل الصحفي الجزائري للصحف الإلكترونية الجزائرية بحكم قربها منه ومن مشاكله واهتماماته، إضافة إلى أنها تشبع حاجاته من معرفة الأخبار المحلية، لكن زيادة على هذا توجد دوافع أخرى من أن تدفع الصحفي الجزائري لتفضيل الصحف الإلكترونية الجزائرية وهي دافع التعود على قراءتها، أو بدافع الإطلاع عليها قبل نزولها في شكلها الورقي كل صباح.

جدول رقم 51 يوضح الإتجاه نحو عبارة: يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الغربية، لأنها غير متاحة في شكلها الورقي.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	00	00	00
غير موافق	20	40	19.24
لا أدري	10	30	9.62
موافق	43	172	41.34
موافق بشدة	31	155	29.80
Σ	104	397	%100

متوسط شدة الإتجاه	3.81
-------------------	------

تبين نسب الجدول أعلاه أن أكبر نسبة سجلت من التأييد على الرأي القائل بأن الصحفي الجزائري يفضل قراءة الصحف الإلكترونية الغربية، لأنها غير متاحة في شكلها الورقي توزعت بين الموافقين بـ 41.34 %، والموافقين بشدة بـ 29.8 %، ثم نسبة غير الموافقين وبلغت 19.24 %، في حين سجلت نسبة المحايدين 9.62 %.

أما فيما يخص متوسط شدة الإتجاه فبلغت 3.81 وهي تعكس اتجاه ايجابي قوي فالصحفيين الجزائريين يفضلون قراءة الصحف الإلكترونية الأجنبية لأنها بالفعل ليست متاحة في شكلها الورقي، بحيث أن صحفهم لا توفرها لهم، أو أنهم لا يعرفون كيفية الحصول عليها، لكن توجد دوافع أخرى ربما أكثر دفعا لتفضيل مثل هذه الصحف من بينها حب الإطلاع على الإعلام الدولي، وحب الإطلاع على صورتنا لدى الآخر، إضافة إلى احترافيتها التي نلمسها من خلال الخدمات الرفيعة المستوى التي تقدمها عبر صفحاتها.

جدول رقم 52 يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية غير مصممة بشكل جيد مستقبلا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	13	65	12.50
غير موافق	49	196	47.12
لا أدري	30	90	28.85
موافق	08	16	7.69
موافق بشدة	04	04	3.84

%100	371	104	Σ
3.56			متوسط شدة الإتجاه

يوضح الجدول رقم 52 أن أعلى نسبة سجلت من عدم الموافقة على الرأي القائل بأن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ستبقى غير مصممة بشكل جيد مستقبلا ب47.12% و12.50% لعدم الموافقة بشدة، في حين أن نسبة الموافقين بلغت 7.69% فقط، وكذا بالنسبة للموافقين بشدة 3.84%، في حين سجل المحايدون نسبة قدرت ب28.85%.

بلغ متوسط شدة الإتجاه 3.56 وهي تعكس اتجاه سلبي قوي نحو العبارة مما يجعلنا نستنتج بأن الصحفيين الجزائريين يتنبئون بمستقبل جيد لمواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية من ناحية إخراج صفحاتها على الويب ومن ناحية جودة الصورة وكذا سرعة التحميل التي تشهد الآن بطئا ممل، وغيرها من النقائص في الجانب التقني لهاته المواقع.

جدول رقم 53 يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ذات محتوى هزيل من الناحية النوعية.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
19.24	100	20	غير موافق بشدة
38.47	160	40	غير موافق
29.80	93	31	لا أدري

8.65	18	09	موافق
3.84	04	04	موافق بشدة
%100	375	104	Σ
3.60			متوسط شدة الإتجاه

يشير الجدول رقم 53 إلى نسبة عالية من عدم الموافقة على الرأي القائل بأن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ستظل ذات محتوى هزيل من الناحية النوعية بـ 38.47 %، وكذا 19.24 % من عدم الموافقة بشدة، وجاءت نسبة الحياد هي الأخرى معقولة بـ 29.8 % أما فيما يخص المؤيدين فبلغت نسبتهم 8.65 % ، والمؤيدين بشدة 3.84 % . متوسط شدة الإتجاه قدرت بـ 3.60 ، وهي تعكس قوة في الاتجاه السلبي نحو هذه العبارة، وهذا ما يجعلنا نؤكد تنبؤات الصحفيين الجزائريين بمستقبل زاهر للصحف الإلكترونية المحلية من ناحية المضمون الذي يشهد حاليا ضعفا جلي في مختلف الأشكال الموظفة في هذا الإعلام التفاعلي إن وجدت هذه الأشكال بصورتها الحقيقية، وكذا نقص فادح في التحليلات والمادة المقالية بشكل خاص الأمر الذي يعني أن التوظيف الخبري لهذه الصحف يفوق ما عداه من أنماط توظيف الأنواع الصحفية الثقيلة الأخرى.

جدول رقم 54 يوضح الإتجاه نحو عبارة: ستبقى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، دائما تعتمد على التلخيص المبالغ فيه للموضوعات المنشورة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	18	90	17.30
غير موافق	39	156	37.50

25	78	26	لا أدري
13.47	28	14	موافق
6.73	07	07	موافق بشدة
%100	359	104	Σ
3.45			متوسط شدة الإتجاه

يبين الجدول أعلاه أن نسبة المعارضين للرأي القائل بأن مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية ستبقى دائما تعتمد على التلخيص المبالغ فيه للموضوعات المنشورة بلغت 37.5% و 17.3% بالنسبة للمعارضين بشدة، في حين فضل 25% عدم الإدلاء بأي رأي، ووافقت نسبة تقدر بـ 13.47% على العبارة، ووافقت بشدة 6.73%.

بلغ متوسط شدة الإتجاه 3.45 وهو اتجاه يلبي قوي نحو العبارة، بما يوحي إما بعدم اقتناع الصحفيين الجزائريين بحقيقة التلخيص غير العادي في النسخ الإلكترونية لعناوينهم، بالرغم من أنها حقيقة جلية لكل متصفح لتلك النسخة، ما عليه فقط إلا أن يقارنها بالنسخة الورقية حتى يتبين له الأمر، أو تنبؤاتهم المسترسلة لمستقبل واعد لنسخهم الإلكترونية بالرواج في عالم الإعلام الإلكتروني، والتأكيد على أن النسخ الإلكترونية لعناوينهم تستند إلى قواعد النشر الإلكتروني وتراعي تحرير نصوص إعلامية مغايرة لتلك المنشورة في النسخة الورقية.

جدول رقم 55 يوضح الإتجاه نحو عبارة: سيكون هناك مستقبلا إطار قانوني يسيّر الصحف الإلكترونية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح للشدة	النسبة المئوية %
غير موافق بشدة	00	00	00

6.74	14	07	غير موافق
32.69	102	34	لا أدري
52.88	220	55	موافق
7.69	40	08	موافق بشدة
%100	376	104	Σ
3.61			متوسط شدة الإتجاه

يشير الجدول رقم 55 إلى نسبة عالية للموافقين على أنه سيكون هناك مستقبلا إطار قانوني يسير الصحف الإلكترونية تقدر ب 52.88% ، و 7.69% للموافقين بشدة، فيحين سجل المحايدون نسبة 32.69%، ولم يكن للمعارضة نصيب وافر من هاته العبارة حيث قدرت ب 6.74% فقط.

نجد أن متوسط شدة الإتجاه جاءت كبيرة وتمثل اتجاه ايجابي قوي حيث قدرت ب 3.61، لذا يمكن القول بأن الصحفيين الجزائريين يستشرفون قانونا خاصا يسير الصحافة الإلكترونية ويحمي حقوق الصحفي الإلكتروني، نظرا للعشوائية التي تشهدها جل الصحف الإلكترونية في العالم جراء غياب الإطار القانوني، وتمسكها بها بدافع ما تسميه بالحرية المطلقة على صفحات الويب.

جدول رقم 56 يوضح الإتجاه نحو عبارة: سوف تعزز الصحف الإلكترونية الجزائرية مستقبلا بأرشفيف إلكتروني حي.

النسبة المئوية %	التكرار المرجح للشدة	التكرار	نوع الشدة
1.93	02	02	غير موافق بشدة
7.69	16	08	غير موافق
25.97	81	27	لا أدري
43.26	180	45	موافق

21.15	110	22	موافق بشدة
%100	389	104	Σ
3.74			متوسط شدة الإتجاه

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الموافقين على الرأي القائل بأنه سوف تعزز الصحف الإلكترونية الجزائرية مستقبلا بأرشيف إلكتروني حي قدرت ب 43.26 %، و21.15% للموافقين بشدة، أما بالنسبة لغير الموافقين فقدرت نسبتهم ب7.69 %، و1.93% فقط لغير الموافقين بشدة، في حين جاءت نسبة المحايدون 25.97%.

أما بالنسبة لمتوسط شدة الإتجاه فقدرت ب 3.74 وهي تعكس اتجاه ايجابي قوي، ومن هنا نستنتج أن الصحفيين المبحوثين يأملون أن تزود مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية مستقبلا بخدمة الأرشيف الإلكتروني التي تخدم المتصفح والصحفي في آن واحد من خلال استغلال المواد الصحفية المخزنة كخلفيات لأخباره متى شاء وبطريقة عملية وسهلة.

نتائج الدراسة

1- عرض النتائج العامة للدراسة.

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

3- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.

4- آفاق الدراسة.

1- عرض النتائج العامة للدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن من خلالها الحكم على فرضيات الدراسة سنعرضها وفق المؤشرات على النحو التالي:

1-1- جدول رقم 57 يوضح الإستجابة لمؤشر: ضعف المهارة التقنية

العبارة	متوسط شدة إتجاه العبارة
08	2.93
09	3.60
10	2.06
11	3.83
12	3.72
13	3.07
14	3.87
15	4.61
Σ	27.69
متوسط الدرجات	3.46

إن متوسط شدة الإتجاه نحو هذا المؤشر بلغت 3.46 مما يثبت أن الإتجاه نحو المؤشر رقم 01 متردد نحو الحياد، حيث أثبتت النتائج خبرة زمنية قصيرة للصحفيين الجزائريين في استخدامهم للإنترنت في العمل الصحفي مما يشير إلى بطئ في الاستجابة لهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة وإقبالهم عليها، كما أن معارفهم بالإنترنت لا

تزال متوسطة نظرا لعدم اهتمام مسؤوليهم بتكوينهم في هذا المجال وهو ما يعني أن هذه الصحف تستخدم مواقعها كمنفذ آخر للبروز الإعلامي أكثر منه وسيلة لتطوير قدرات صحفيها تكنولوجيا على الإستخدام الصحفي للإنترنت، في حين أشارت النتائج أيضا إلى قوة كبيرة جدا في الإتجاه نحو ضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز كمبيوتر موصول بالإنترنت دلالة على رغبة الصحفي الجزائري في الإنتماء إلى الأجيال المتمرسه على استخدام التكنولوجيا، بحكم قلة خبرته، وهذا ما يفسر الإتجاه المتردد نحو المؤشر فالصحفي في أعماقه يرغب في تحسين مهاراته التقنية لكن ظروف عمله تسير عكس ذلك.

1-2- جدول رقم 58 يوضح الإستجابة لمؤشر: هيمنة التسلية

العبارة	متوسط شدة إتجاه العبارة
16	3.82
17	3.90
18	3.78
19	4.16
20	4.01
Σ	19.67
متوسط الدرجات	3.93

متوسط شدة الإتجاه نحو المؤشر رقم 02 فبلغت 3.93 وهذا يعني أن شدة الإتجاه نحو المؤشر ايجابية قوية بما يثبت أولوية غرض الترفيه عند الصحفي الجزائري لدى استخدامه للإنترنت من بقية الدوافع الأخرى بالرغم من أن شدة الإتجاه نحو العبارة التي تشير إلى هذا الرأي ضعيفة، غير أن إثبات ندرة استخدام الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين لغرض الإشباع المعرفي عن طريق قوة الإتجاه نحو هذا الرأي وكذا التذبذب في توظيف هذه التكنولوجيا الجديدة كمصدر لأخبار الصحفي الجزائري أي بدافق نفعي يفيد في ممارسة عمله وبنفس القوة أيضا، يثبت قطعا أن الصحفيين

الجزائريين يميلون إلى الجانب الترفيهي في الإنترنت نظرا لنقص الوعي بأهمية
توظيف الإنترنت في مجال الصحافة، أو لنقص المهارة الكافية لاستخدامها عمليا .

1-3- جدول رقم 59 يوضح الإستجابة لمؤشر: التشبث بالصحافة الورقية

العبارة	متوسط شدة إتجاه العبارة
21	3.05
22	3.70
23	3.38
24	3.77
25	3.39
26	2.51
27	3.44
28	3.06
29	4.33
30	1.92
Σ	32.55
متوسط الدرجات	3.25

لقد بلغ متوسط شدة الإتجاه نحو المؤشر رقم 03، 3.25 مما يثبت أن الإتجاه نحو
المؤشر متردد، حيث نجد أن معظم الصحفيين المبحوثين أكدوا على عدم إمكانية إلغاء
الصحف الإلكترونية للورقية وربما حجتهم في ذلك هي تاريخ تطور وسائل الإتصال
بشكل عام، حيث لم يشهد التاريخ بأن وسيلة حديثة ألغت وسيلة قديمة، بل بالعكس من
ذلك دفعتها لاستحداث أساليب ووسائل جديدة لتقديم المضمون الإعلامي، وهذا ما يثبت

وجود علاقة تكاملية بين الصحافتين الورقية والإلكترونية في نظرهم حيث توظف هذه الأخيرة كدعامة تعتمد عليها النسخ الورقية في توسيع نشرها ووصولها لأكبر عدد من القراء وهذا ما لمسناه من قوة في الإتجاه الإيجابي نحو عبارة تدعيم الصحف الإلكترونية للورقية مما يثبت إيمانهم بضرورة وضع الصحف الورقية على الخط، غير أننا نجدهم منحازين للصحافة الورقية من خلال القوة في الإتجاه نحو الرأي القائل الصحافة الورقية أكثر جاذبية للقراء من الإلكترونية، في مقابل ضعف للإتجاه نحو جاذبية الصحافة الإلكترونية للمعلنين أكثر من الصحافة الورقية، وتناسب هذه الرؤية الدول التي مازالت نسبة الأمية المعلوماتية فيها مرتفعة، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق استخدام الصحفيين للصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية، وعلى هذا الأساس تنتهي الدراسة إلى تردد في الإتجاه نحو ضرورة التمسك بالصحف الورقية.

1-4-جدول رقم 60 يوضح الإستجابة لمؤشر:قراءة غير منتظمة للصحافة

الإلكترونية

سوف نرقم هذا المؤشر ب الرقم 04

العبارة	متوسط شدة إتجاه العبارة
31	2.70
32	3.93
33	3.44
34	3.24
35	3.42
36	3.49
37	3.15
38	3.34
39	4.09
Σ	30.80

متوسط الدرجات	3.42
---------------	------

إن متوسط شدة الإتجاه نحو المؤشر رقم 04 فبلغت 3.42 مما يعكس قوة في الإتجاه السلبي نحو المؤشر نظرا إلى أن كل العبارات الممثلة له جاءت سلبية، مما يؤكد قوة في معارضة العبارات السلبية وبالتالي قوة في معارضة المؤشر، ومنه فإن نتائج الدراسة أسفرت إلى أن قلة قليلة من الصحفيين الجزائريين تحجم عن قراءة الصحف الإلكترونية لجهلهم لمواقعها أو لاعتبارها نسخ طبق الأصل من الورقية، بل بالعكس من ذلك أثبتت النتائج قوة في المشاركة النشطة للصحفي الجزائري من خلال الاستفتاءات واستطلاعات الرأي، وقوة كبيرة في استخدامه للبريد الإلكتروني الذي توفره مواقع الصحف لمستخدميها، كما أثبتت أن الصحفي الجزائري لا يستغل مواقع هذه الصحف من أجل الحصول على الصور الحية فقط بل يستفيد منها في أشياء أخرى كتطوير مهاراته الاتصالية.

1-5-جدول رقم 61 يوضح الإستجابة لمؤشر: قراءة للصحف الإلكترونية

الأجنبية للضرورة

سوف نرقم هذا المؤشر ب الرقم 05

العبارة	متوسط شدة إتجاه العبارة
40	3.99
41	3.09
42	3.27
43	3.82
44	3.40
45	3.32
46	3.81
Σ	24.7
متوسط الدرجات	3.52

بصفة عامة بلغ متوسط شدة الإتجاه نحو المؤشر رقم 05، 3.52 مما يدل على أن الإتجاه نحو قراءة الصحف الإلكترونية الغربية للضرورة، إيجابي قوي وهذا ما لمسناه بالفعل من خلال نتائج الجدول، حيث أن نسبة قليلة تستخدم مواقع الصحف الغربية على شبكة الإنترنت، في مقابل نسبة معتبرة تستخدم كلا من المواقع الجزائرية والعربية وبصفة دائمة، وربما يرجع ذلك إلى عامل اللغة حيث أن اللغة العربية قريبة جدا من المستخدم الصحفي الجزائري عن بقية اللغات خصوصا الإنجليزية إذا ما سلمنا بأن 90 % من المضمون الإعلامي الإلكتروني موجه باللغة الإنجليزية، إضافة إلى قرب الصحف الإلكترونية الجزائرية من المستخدم الصحفي الجزائري نظرا لما تحققه له من إشباعات من الأخبار المحلية التي تمسه بصفة مباشرة ودائمة، أما بالنسبة للصحف الإلكترونية العربية فإن الدوافع المعرفية المتعلقة بمعرفة أخبار الوطن العربي تعتبر في مقدمة دوافع استخدامها من طرف الصحفي الجزائري تليها الدوافع النفعية حيث أن الجهد والتكاليف المبذولين في قراءتها أقل منهما في قراءة النسخ الورقية أو عدم إتاحة هذه الأخيرة أصلا بشكلها الورقي.

1-6-6 جدول رقم 62 بوضوح الإستجابة لمؤشر: مقاومة انتشار الصحافة

الإلكترونية.

سوف نرقم هذا المؤشر ب الرقم 06.

العبارة	متوسط شدة اتجاه العبارة
47	3.56
48	3.60
49	3.45
50	3.61
51	3.74
Σ	17.96
متوسط الدرجات	3.59

بلغ متوسط شدة الإتجاه نحو المؤشر رقم 06، 3.59 مما يعكس قوة في الإتجاه السلبي نحو مقاومة الصحفيين الجزائريين لانتشار الصحافة الإلكترونية، وهذا راجع لأن معظم عبارات المؤشر سلبية، مما يجعلنا نستنتج أن للصحفيين الجزائريين نظرة تفاؤلية نحو مستقبل الصحافة الإلكترونية في الجزائر بالرغم مما تعاني منه الآن من مشاكل فنية تتمثل في بطئ التحميل وصعوبة أثناء فتح بعض الصفحات الإلكترونية وإغفال استخدام بعض البرامج الجديدة، إضافة إلى الافتقار إلى تقنية متطورة في العرض ومحدودية السعة التي تؤثر على كم المعلومات التي تبتث في هذه المواقع، كما أن بعض مواقع الصحف الجزائرية لا تسعى للتجديد المستمر مما يجعلها تعرض المادة لمدة يومين متتاليين، كما تعاني هاته المواقع من بعض المشاكل المتعلقة بالشكل الإخراجي لها فأغلب المواقع العربية بصفة عامة والجزائرية ضمنها مازال إخراجها تقليديا ويفتقر للاعتماد على الصور والرسوم المصاحبة للمادة إلى حد كبير، وأن تصميم بعض الصفحات سيئا ويصيب بالملل ويفتقد للجاذبية التي تدفع للقراءة حسب دراسة أجرتها الدكتورة إيناس أبو سيف حول استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة الإنترنت كمصدر من مصادر المعلومات، وبالتالي فالصحفي الجزائري مع الانفتاح على واقع إعلام إلكتروني متقدم بالجزائر معزز بقوانين تحمي حقوقه كصحفي إلكتروني.

1-7-جدول رقم 63 يوضح الإستجابة لمقياس الإتجاه ككل:

المؤشر	متوسط المؤشر
01	3.46
02	3.93
03	3.25
04	3.42
05	3.52
06	3.59

21.17	Σ
3.52	متوسط المؤشرات

متوسط شدة الإتجاه نحو كل المؤشرات بلغت 3.52 مما يعكس قوة في الإتجاه السلبي نحو مجموع المؤشرات المكونة للدراسة، نظرا لتواجد تردد في الإتجاه نحو المؤشرين رقم 01 و 03 وكذا اتجاهين سلبيين قويين نحو كلا من المؤشرين 04 و 06 في حين لا يوجد اتجاهات إيجابية إلا نحو مؤشرين اثنين فقط وهما 02 و 05، وهذا يعني أن الصحفي الجزائري متردد على الحكم على أنه لا يمتلك المهارة الكافية في التعامل مع التكنولوجيات الإتصالية الجديدة، لكنه يثبت أن معظم تعاملاته معها تركز على الجانب الترفيهي في هذه الوسيلة التكنولوجية الحديثة ، فضلا عن موقفه المتردد في التمسك الشديد بالصحافة الورقية وفي المقابل من ذلك نجد أن توجهه نحو مقروئية الصحافة الإلكترونية إيجابي بحيث يؤكد على الانتظام في قراءة مواقع هاته الصحف على شاشات الكمبيوتر، غير أنه يشهد نوع من التذبذب في تصفح مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية، وان حدود إطلاعها لا تتعدى ضروريات عمله، ومع هذا نجد أن هذا الصحفي الجزائري مع تقدم وازدهار الصحافة الإلكترونية في الجزائر ويتنبأ لها بمستقبل عظيم بالرغم من ضعف مهارته التقنية وتشبته بصحافته الورقية وهذا يخلق نوع من التناقض في توجهات الصحفي الجزائري نحو موضوع دراستنا. وعليه نستنتج أنه لم تكن هناك قوة في الإستجابة الإيجابية للمقياس بل شهد نوع من التردد في التوجه نحوه نظرا لاقتناع الصحفيين الجزائريين بضرورة استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة وفي المقابل من هذا لم تتح لهم الفرص والإمكانات للوصول لرغبتهم هذه فبقوا متشبثين بالإصدار الورقية.

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

2-1- نلاحظ أن الإتجاه نحو مؤشري ضعف المهارة التقنية والتشبث بالصحافة الورقية من الفرضية الأولى: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي متردد وبالتالي لم يتحقق كلا من المؤشرين، في

حين أن الإتجاه ايجابي قوي نحو مؤشر هيمنة التسلية وبالتالي فإن السمة الغالبة على الإتجاه نحو الفرضية هي التردد مما يثبت عدم صحة فرضيتنا البحثية الأولى أي أن الصحفيون الجزائريون اتجاهاهم ليست سلبية نحو توسيع استخدام الإنترنت في العمل الصحفي.

2-2- يشير متوسط شدة الإتجاه نحو مؤشري عدم الانتظام في قراءة الصحف الإلكترونية، ومقاومة انتشار الصحافة الإلكترونية الممثلين للفرضية الثانية: الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو قراءة الصحف الإلكترونية إلى قوة في الإتجاه السلبي نحوهما، ولا يوجد اتجاه ايجابي إلا نحو مؤشر واحد وهو قراءة الصحف الإلكترونية الأجنبية للضرورة، مما يثبت قوة في الإتجاه السلبي نحو الفرضية وهذا بدوره يثبت عدم صحة فرضيتنا بمعاداة الصحفي الجزائري لقراءة الصحف الإلكترونية، ذلك أنه لا يريد التفوق في دائرة الإعلام التقليدي بل يجب التطوع واستكشاف آخر مستجدات عالم الإتصال ويحب دخول هذا العالم بالرغم من الإمكانيات غير المتاحة ومن الظروف الصعبة التي يعيشها.

3- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

سنناقش في هذه النقطة نتائج الدراسة الأولى التي وظفناها كدراسة سابقة وهي عبارة عن رسالة دكتوراه في الإعلام لرضا عبد الواحد أمين تحت عنوان "استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية " على اعتبار أننا استفدنا منها في الجانب التطبيقي لدراستنا، عكس الدراسة الثانية وهي رسالة ماجستير في علوم الإعلام لمحمد مليك تحت عنوان "النشر الإلكتروني ومستقبل الصحافة المطبوعة-دراسة نظرية وصفية-" التي تعتبر دراسة نظرية لم نوظفها في الجانب الميداني لبحثنا هذا.

1- توصلت دراستنا إلى قلة استخدام الصحفيين الجزائريين للإنترنت في العمل الصحفي إيماناً منهم بضرورة امتلاك كل صحفي لجهاز حاسب آلي موصول بالإنترنت لتسهيل استخدام هذه الأخيرة حيث يتحررون من عاملي الوقت والجهد الكبير المبذول

لدى استخدام الإنترنت خارج المنزل، في حين توصلت دراسة عبد الواحد أمين إلى أن أفراد النخبة يتعرضون للإنترنت بكثافة حيث تبين أن 41.75% من أفراد العينة وهي نسبة عالية تستخدم شبكة الإنترنت يوميا، وأن 66% منهم يدخلون إليها وبشكل رئيسي في المنزل دلالة واضحة على أن النخبة المصرية ومن بينها النخبة الإعلامية تمتلك إمكانيات تكنولوجية تتيح لها الاستخدام المكثف للإنترنت عكس الصحفيين الجزائريين الذين يشكون من انعدام الاهتمام من قبل المسؤولين بتدريبهم على استخدام هذه التكنولوجيات.

2- أظهرت نتائج دراستنا فيما يتعلق باستشراف مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية، بروز علاقة تكاملية بين الصحافتين تشير إلى سيرهما بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة الورقية من الإنترنت، وهي تتطابق مع نتائج دراسة عبد الواحد أمين التي انتهت هي الأخرى إلى وجود علاقة تكاملية بين الصحافتين في المستقبل في تصورات النخبة المصرية، حيث ذكر غالبية المبحوثين أنه ليس بإمكان الصحف الإلكترونية إلغاء الصحف الورقية.

3- خلصت دراستنا إلى أن غالبية المبحوثين يفضلون الصحافة الورقية على الإلكترونية ويعتبرونها أكثر جاذبية للقراء وبالتالي احتمال كبير لتفوقها مستقبلا على الصحف الإلكترونية، وأن هذه الأخيرة ليست متفوقة على الصحف الورقية من حيث جذبها للموارد الإعلانية، في حين انتهت دراسة رضا عبد الواحد إلى أن النخبة المصرية ليس بإمكانها الآن تحديد أي من الصحافتين الإلكترونية أو الورقية ستكون أقدر على جذب الموارد الاقتصادية من الأخرى.

4- انتهت دراستنا إلى أن نسبة قليلة تستخدم مواقع الصحف الأجنبية على شبكة الإنترنت عند الضرورة، بالموازاة مع قوة في استخدامهم للصحف الجزائرية والعربية على الويب، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها رضا عبد الواحد بالنسبة للمجتمع المصري حوالي 35.3% من إجمالي قراء الصحف الإلكترونية من عينة دراسته ويرجع ذلك للعائق اللغوي.

5- أسفرت نتائج دراستنا عن اتجاهات مؤيدة لقراءة الصحف الإلكترونية من طرف الصحفيين الجزائريين، ذلك أنهم على دراية تامة بمواقع هاته الصحف، نفس النتيجة

بالنسبة للدراسة السابقة حيث أن أغلبية أفراد النخبة المصرية يتعرضون للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت بنسبة 70.75 %، وهو ما يتفق مع كثير من الدراسات التي أثبتت أن مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر مواقع الإنترنت تفضيلاً.

4- آفاق الدراسة:

- ما يمكن استخلاصه من دراستنا هذه هو أن واقع الصحافة الإلكترونية ببلادنا لا زال يقال حوله الكثير، ذلك أنها مازالت ميدانا خصبا في ظل التسهيلات المادية والإدارية لإنشاء المواقع والتعامل معها بصورة يومية وأنية، وبالتالي فالصحافة الإلكترونية في الجزائر تعد مولود دخيل، لم نستعد له في مجتمعنا لا قانونيا بوضع أطر تشريعية له، ولا سياسيا بإدراج مقوماته في ظل الدائرة التربوية والتعليمية أثناء إعداد النشء، ولا اقتصاديا بتهيئة الجو العام الاقتصادي المرتبط بالنظم المصرفية البنكية. و الذي على أساسه يتم إعداد المجتمع نحو أفكار السوق الإلكترونية لذلك بات من الضروري دراسة كل هذه الجوانب مستقبلا بغرض معرفة جوانب النقص التي تعترض صحفنا الإلكترونية ومحاولة إيجاد الحلول لها.

- تدعو نتائج هذه الدراسة الصحفيين الجزائريين للاستفادة من الخدمات والإمكانيات المتعددة التي توفرها لهم الإنترنت، من حيث استقبال الأخبار والتقارير والصور وإجراء المقابلات، لتحسين مستوى أدائهم الصحفي وتطوير مهاراتهم الاتصالية وكذا بث حصيلتهم المعرفية وتقديمها للعالم ككل باستغلال إمكانيات النشر الإلكتروني.

- كما تدعو الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بتدريس تكنولوجيا الإعلام والاتصال و استحداث تخصص جديد يعنى بدراسة الإعلام الإلكتروني، داخل معاهد علوم الإعلام والاتصال.

- تفتح هذه الدراسة المجال أمام إنجاز دراسات حول واقع الصحافة الإلكترونية بالجزائر عن طريق إجراء مسح ميداني لمختلف مواقعها وإجراء تحليل لمضمونها.

- كما تحفز هذه الدراسة لإنجاز دراسات تهدف إلى معرفة خصائص قراء الصحف الإلكترونية بالجزائر لمعرفة مدى انتشارها في أوساطهم.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

1-الكتب

- (1) إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة و الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986 .
- (2) إحسان محمد حسين: الأسس العلمية للبحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1982 .
- (3) إحسان محمد الحسن: النظريات الإجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر، ط1 عمان، 2005

- (4) // اسماعيل زكي محمد: الأنثروبولوجيا و الفكر الإنساني، شركة مكتبات عكاظ للنشر و التوزيع، جدة، 1982 .
- (5) // افريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنشر، ت: سامي ناشر، عالم الكتب، القاهرة. 1991.
- (6) // أحمد القصير: منهجية علم الاجتماع بين الوظيفية و الماركسية و البنيوية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1985، القاهرة .
- (7) // أحمد أنور بدر: علم المعلومات و المكتبات (الدراسة في النظرية و الارتباطات الموضوعية) ط1، دار الغريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 1996.
- (8) // أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 .
- (9) // أحمد زكي صالح : الأسس النفسية للتعليم الثانوي، دار النهضة العربية، القاهرة 1972.
- (10) // أحمد زكي صالح : علم النفس التربوي، مكتبة النهضة العربية المصرية، ط9، 1966 .
- (11) // أحمد يحي الزق : علم النفس، دار وائل للنشر . ط1، دم ن، 2006.
- (12) // أشرف جابر سيد: الصحافة عبر الإنترنت و حقوق المؤلف (مشكلة حقوق الصحفي على مصنفاته إزاء إعادة نشرها عبر الإنترنت)، دار النهضة الجيزة، 2003.
- (13) // السيد بخيت: الصحافة و الإنترنت، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2000 ط.1
- (14) // أمال سعد متولي : مبادئ الإتصال بال جماهير ونظرياته، مكتبة الإسراء للنشر و التوزيع ط1، 2007 . .
- (15) // أماني عمر الحسيني: الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، عالم الكتب، مصر 2005 .

- (16) / أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار زغيب : دراسات في نظريات الرأي العام، المدينة برس للطباعة و النشر. ط 1، مصر، 2004 .
- (17) / برهان شاوي: مدخل في الإتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الأردن، 2003 .
- (18) / جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978
- (19) / حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط2، 2001 .
- (20) / حسن عماد مكاوي، نوال محمد عمر: الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998 .
- (21) / حسين نصر: الانترنت و الإعلام، الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، العين، 2003.
- (22) / حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1991 .
- (23) / حنان سعيد الرحو : أساسيات في علم النفس، الدار العربية للعلوم، ط1، 2005.
- (24) / رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع لقاهرة، 2007.
- (25) / سامية محمد جابر: منهجيات البحث الإجتماعي و الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د س ن.
- (26) / سعيد غريب النجار: تكنولوجيا الإتصال في العصر الرقمي، الدار اللبنانية المصرية القاهرة، 2002.
- (27) / سمير محمود: الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة، 2001.
- (28) / شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية (دراسة في التفاعلية و تصميم المواقع)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.

- (29) // شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال (المخاطر و التأثيرات الاجتماعية)
الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
- (30) // شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي الإتجاهات الحديثة، الدار
المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001 .
- (31) // شهيب محمد علي : السلوك الإنساني في التنظيم، القاهرة، د.س.ن، 1976.
- (32) // شهيناز محمد طلعت: وسائل الإعلام و التنمية الاجتماعية (دراسة نظرية مقارنة و
ميدانية في المجتمع الريفي)، مكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، ط2، 1986، ص 291 .
- (33) // شيماء ذو الفقار زغيب : نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار
المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004 .
- (34) // صلاح مخيمر و عبدو ميخائيل : علم النفس الإجتماعي، مكتبة الأنجلو مصرية،
ط2 . 1968 .
- (35) // عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في
بحوث
الرأي العام و الإعلام (دراسات ميدانية-تحليل محتوى-عينات)، دار الفكر العربي،
القاهرة
ط1، 1993 .
- (36) // عبد الرحمان محمد عيسوي : دراسات في علم النفس الإجتماعي، دار النهضة
العربية القاهرة، 1964 .
- (37) // عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الإتصال، مكتبة نانسي دمياط، 2006
- (38) // عبد الفتاح بيومي حجازي: الأحداث و الإنترنت، دار الفكر الجامعي، مصر،
ط1، 2003 .
- (39) // عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا الإتصال و الإعلام، "النشأة التطورية و
الإتجاهات الحديثة و الدراسات الميدانية"، دار المعرفة الجامعية، 2006 .
- (40) // علي السلمي : العلوم السيكولوجية في التطبيق الإداري، دار المعارف، مصر،
1975

- (41) // عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، بيروت، 1982 .
- (42) // فرانسيس بال جيرارد آسميري: وسائط الإعلام الجديدة، ت، فريد أنطونيوس، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت، ط1، 2001.
- (43) // فرح كامل: تأثير وسائل الإتصال: الأسس النفسية الإجتماعية، ط1، دار الفكر العربي القاهرة، 1993.
- (44) // لونيس كامل مليكة: سيكولوجيات الجماعات، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ط3، 1973.
- (45) // محمد الوفائي: الإعلان، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1989 .
- (46) // محمد زيان عمر: البحث العلمي، مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر و التوزيع، السعودية، 1983 .
- (47) // محمد شلبي: المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم، المناهج، الإقترايات والأدوات)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 .
- (48) // محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، ط2 2004 .
- (49) // محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1976 .
- (50) // محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، جامعة حلوان ط1 1997 .
- (51) // محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الإتصال، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001
- (52) // محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة، ط1، 2002 .
- (53) // محمد نصر: الانترنت و الإعلام.. الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر التوزيع، العين، 2003.

54// محمود علم الدين: تكنولوجيا الإتصال وصناعة الإتصال الجماهيري، العربي للنشر و

التوزيع، القاهرة، 1990.

55// محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات و الإتصال ومستقبل صناعة الصحافة،

دار السحاب للنشر و التوزيع، القاهرة، جانفي. 2005.

56// محمود علم الدين، محمد تيمور عبد الحسيب: الحسابات الإلكترونية و

تكنولوجيا الإتصال، دار الشروق، القاهرة. 1997.

57// محي الدين مختار : محاضرات في علم النفس الإجتماعي، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، د.س.ن .

58// مرزوق عبد الحكم العادلي: الإعلانات الصحفية، دار الفجر، مصر، 2004 .

59// مصطفى سويف : مقدمة لعلم النفس الإجتماعي، المكتبة الأنجلو مصرية،

القاهرة، ط2 1966 .

60// معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الإجتماع، دار الشروق للنشر و التوزيع،

الأردن، ط1، 2004 .

61// ملفين ديفليير و ساندر بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ت:كمال عبد

الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة، 1993 .

62// منير محمد الجمبيهي، ممدوح محمد الجمبيهي: جرائم الانترنت و الحاسب

الآلي و وسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.

63// مي عبد الله سنو: الإتصال في عصر العولمة، الدور و التحديات الجديدة، دار

النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، ط2، 2001.

64// ناصر ثابت: أضواء على الدراسة، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 1984 .

65// نخبة من الأساتذة المصريين و العرب المتخصصين، معهد العلوم الإجتماعية،

الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975 .

66// نصر الدين العياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، 2007.

- 67/ نيكولا تيماشيف: نظرية علم الاجتماع طبيعتها و تطورها، ت: محمود عودة وآخرون، دار المعارف، د. س. ن، د. م. ن.
- 68/ زكي محمد و هاشم : الجوانب السيكلوجية في الإدارة. وكالة مصر، القاهرة، ط3، د. س. ن.
- 69/ ياس خضير البياتي: النظرية الاجتماعية، جذورها التاريخية وروادها، الجامعة المفتوحة، طرابلس، ط1 2002.
- 70/ يوسف محمد الشيخ و آخرون : سيكولوجية الفروق الفردية، دار النهضة العربية، 1964.

2- الجرائد و الدوريات و المجلات:

- 71/ بيل جيتس: المعلوماتية بعد الانترنت، ت: عبد السلام رضوان، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، العدد 231، مارس 1997.
- 72/ حسن عماد مكاوي: استخدامات التلفزيون واشياعاته في تلفزيون سلطنة عمان، مجلة بحوث الإتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ديسمبر 1992 .
- 73/ سعيد غريب: الصحيفة الإلكترونية و الورقية (دراسة مقارنة في المفهوم و السمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر-ديسمبر. 2001
- 74/ صحيفة الأحداث الجزائرية، 03 ماي 2005، السنة الرابعة، العدد 911 . المجلس للثقافة والفنون، 1999 .
- 75/ عدنان الحسيني: مواقع الإعلام العربي وأزمة استيعاب الإنترنت، مجلة إنترنت العالم العربي، السنة 1، العدد 4، جانفي 1998 .
- 76/ عماد بشير: الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، في مستقبل الثورة الرقمية: العرب و التحدي القادم، ط1، كتاب العربي 55، مجلة العربي، الكويت، 2002، ص. 32

(77) / محمد عبد الحميد: قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية في الاستخدام و الإشباع، مجلة العلوم الإجتماعية، جامعة الكويت، العدد الثاني، صيف 1989 .

(78) / محمود الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، المجلد 23، العدد 1 و 2 يوليو - سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر 1994.

(79) / مجلة المعلوماتية الإلكترونية: تم الإطلاع عليها بتاريخ 2007/11/26 .

(80) / نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، عدد 184، الكويت

(81) / هوارد براين: ثورة النشر المكتبي، مجلة رسالة اليونسكو، أغسطس 1992 .

(82) / يونس عرب: العالم الإلكتروني، طريق المعلومات السريع، مختارات من القسم الأول من كتاب قانون الكمبيوتر، منشورات إتحاد المصارف العربية 2001.

3- المعاجم القواميس و الموسوعات:

(83) / أحمد الشامي، سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات و المعلومات، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988.

(84) / محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر و التوزيع، المجلد 1، القاهرة ط1. 2003.

(85) / محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص 259 .

(86) / نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الإجتماعية، الهيئة

المصرية للكتاب، القاهرة، 1975.

4- المداخلات و المؤتمرات:

87/ عبد الله بن ناصر الحمود و فهد بن عبد العزيز العسكر: إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الانترنت، دراسة تقويمية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم من الصحافة العربية وتحديات المستقبل، القاهرة، 8-9 ماي 2002.

88// محمد عبد الحكيم محمد: التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة (دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية)، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا، القاهرة، أكاديمية أخبار اليوم، أبريل، 2003 .

5- الرسائل الجامعية:

89// سعاد ولد جاب الله: الهوية الثقافية العربية من خلال الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

90// لقاد مكي الغزاوي: الصحافة الإلكترونية دراسة في الأسس و آفاق المستقبل، كلية الإعلام والقاهرة، 2002.

91// محمد شطاح: صحافة الانترنت و مستقبل الصحافة الورقية "المكتوبة" في الجزائر، دراسة من جامعة عنابة كلية علوم الإعلام و الاتصال، 2005.

92// محمد لطف علي الحميري: التقنيات المعاصرة في الإتصال (المستحدثات والإستخدامات، نموذج مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني cerist)، دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2001 - 2002 .

93// محمد مليك: النشر الإلكتروني و مستقبل الصحافة المطبوعة (دراسة نظرية و صفية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، (جامعة الجزائر) 2006.

94// يمينة بلعالية: الصحافة الإلكترونية في الجزائر، بين تحدي الواقع و التطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

6-المقابلات:

(95) // مقابلة مع السيد "زين شرفاوي" رئيس تحرير جريدة الوطن، بمقر الجريدة بدار الصحافة الطاهر جاورت، أول ماي، الجزائر، يوم 2008/01/11 على الساعة 10 صباحا.

(96) // مقابلة مع السيد "عثمان سناقجي" رئيس تحرير جريدة الخبر بمقر الجريدة بحيدرة، الجزائر يوم 2008/01/08، على الساعة 11 صباحا.

(97) // مقابلة مع السيد "تسيم لكل" رئيس تحرير الموقع الالكتروني لجريدة الشروق اليومي، بمقر الجريدة الكائن بدار الصحافة القبة، الجزائر يوم 2008/01/07 على الساعة 15سا.

المراجع باللغة الأجنبية:

alexis.stan :mass communication thories and research,second 98)/
edition john wiley and sons,new york,1981.

99)/Bruno Patino:Transmettre,réagire, Se Souvenir:le journali-

Sme sur l'Internet

[http://www.test-e.org/page_consulté le 02/02/2008](http://www.test-e.org/page_consulté_le_02/02/2008)

eliu katz,jay g blumer and michael gurevitch :utilization of 100)/
mass communication by the individual.in,jay g blumer and elihu
katz,(ed's).cc the uses of mass communication :current perspectives
.on gratification researcg.ca :sage publication,inc,s .tan,op.cit

everett rogers and shoemaker floyd :communication of a 101)/
cross-culturel approach,second edition,the free,new york,1971

rebecca b.rubin :media use and meaning of music 102)/
video,journalism quarterly,vol.64,no,2,new jersey,summer,1986.

المواقع الإلكترونية:

1-المقالات و الدراسات:

(103) / أحمد بن علي المشيخي: الإنترنت: العرب و مجتمع المعلومات العالمي على مشارف الألفية الثالثة، مطلع عليه بتاريخ 2007/11/29 عبر الرابطة التالية:

[http:// www.nizwa.com/volum19/p 221-230 HT](http://www.nizwa.com/volum19/p_221-230_HT)

(104) / البروفسور: الهيبرتكست عصر الكلمة الإلكترونية، منتجات جدة، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2008/02/14 متوفر عبر الرابطة التالية:

<http://www.jeddahnews.net/vb/archiv/index.PHP/T-15136>

.HTM

(105) / السيد ياسين: حرية التعبير في عصر العولمة، موقع المنظمة العربية لحرية الصحافة، تم الاطلاع بتاريخ 2007/05/29، متوفرة عبر الرابطة:

www.aPfw.org/indescarabic.asp?Fname=article%5

[Carabic%5cara1040.HTM](http://www.aPfw.org/indescarabic.asp?Fname=article%5Carabic%5cara1040.HTM)

(106) / النظرية البنائية الوظيفية، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 13-03-2008 متوفر عبر الرابطة التالية:

<http://70.87.83.147/vb1/showthread.php.?t=4214>

(107) / برونيسلو مالمينوفسكي، الحاجات، النظم، الثقافة، منتدى اجتماعي، مطلع عليه بتاريخ: 2008-02-24، متوفر عبر الرابطة

التالية: <http://ejtemay.net/showthread.php?t=219>

(108) / روبرت ميرتون، دراسات معاصرة في علم الاجتماع، ص1، مطلع عليها بتاريخ:

2008-03-01، متوفرة عبر الرابطة

التالية: <http://www.dirasat,4t.com/p704.htm>

(109) // سعود صالح: الإعلام الجديد و الإعلام القديم، تم الاطلاع عليه بتاريخ

2007/09/26 متوفر عبر الرابطة

التالية: <http://www.ekteb.com/boohcomt/ch7-6.HTM>

(110) // سعيد فودة : الاتجاهات النفسية الاجتماعية و علاقتها العضوية بالسلوك

البشري، مطلع عليها بتاريخ 2007/11/20، متوفرة عبر الرابطة التالية

التالية: <http://science.arabic.com>:

(111) // شبكة النبا المعلوماتية : الاتجاه الاجتماعي، الخميس 3 تموز 2006، متوفرة

عبر الرابطة التالية : http://www.annabaa.org/nba_news/58/257.htm

(112) // عماد بشير: الخدمات الصحافية العربية على الانترنت، موقع النادي العربي

للمعلومات، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/08/08، المادة متوفرة عبر الرابطة

التالية:

التالية: <http://www.arabin.net/arabic/snaduh/pivot-7/arabic-press->

[internet.Htm](http://www.arabin.net/arabic/snaduh/pivot-7/arabic-press-internet.Htm)

(113) // غازي المطرفي: الاتجاهات و تدريس العلوم تم الاطلاع عليها بتاريخ

2007/11/6 متوفرة عبر الرابطة التالية :

التالية: <http://mohtrev.com/v6/showthread.php?p=69649=1>

(114) // لعصيفر نجمة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية، المنشاوي للدراسات و البحوث

متوفر في الرابطة التالية :

التالية: <http://www.minshawi.com/other/nedjma>.

(115) // ممدوح سالم: النشر الورقي و النشر الالكتروني ... جدل عربي جديد، موقع

مرأة سوريا، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2007/02/10، المادة متوفرة عبر

الرابطة التالية:

التالية: <http://www.syriamirror.net/modules/nerxs/article>

[PHP ?Storjid= 783](http://www.syriamirror.net/modules/nerxs/article)

116// هشام محمد علي، الإتجاه، الموصل، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2007/12/29 متوفر عبر الرابطة التالية :

<http://www.thkafar.com/modules.php?name=news>

2- الجرائد و المجلات الإلكترونية:

117// أكرم حجازي: الموجز في النظريات الإجتماعية التقليدية و المعاصرة، جامعة تعز، كلية الآداب-قسم علم الإجتماع-اليمن، مجلة العلوم الإنسانية، العدد20، أبريل2005، ص11، مطلع عليه بتاريخ: 03-03-2008، متوفر عبر الرابطة التالية:

www.uluminsania.net

118// الإتجاهات النظرية في الأنثروبولوجيا (برونيسلو مالنوفسكي)، أركاماني، مجلة الآثار و الأنثروبولوجيا السودانية، العدد الثاني، فيفري 2002، ص1، تم الإطلاع عليها بتاريخ: 20-02-2008 متوفر عبر الرابطة التالية:

http://www.arkamani.org/vol_2/anthropo

119// عامر عبد المنعم: محاضرة مقدمة في ندوة الصحافة الإلكترونية بصحيفة شباب مصر، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/06/18، متوفرة عبر الرابطة:

<http://www.alshaab.com/2004/13-08-2004/n4.HTM>

120// عبلة درويش: الصحافة الإلكترونية مستقبل واعد و متحف ينتظر الصحافة لورقية، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2126، 2007/12/11، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/12/27، متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.alhewar.org/debat/show-art.asp?aid=117951>

121// عثمان العمير: دمج التقنية الحديثة مع الإبداع الصحفي في نظام النشر الصحفي

صحيفة الشرق الأوسط الإلكترونية، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2007/06/06، متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.aSharaqalawsat.com/details.asp?Section>

122) / عذراء جمعة : الاتجاهات النفسية الإجتماعية، موقع جريدة الصباح،
2007/04/18، ص2، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2007/12/29 .

123) / عمر الحسين: مدير تحرير موقع محيط، محاضرة مقدمة خلال ندوة الصحافة
الإلكترونية بصحيفة شباب مصر، تم الاطلاع عليها بتاريخ 2006/12/21
المادة متوفرة عبر الرابطة:

<http://www.hdrmut.net/ub/shouthread.pHp2T=157G2G>

124) / فايز الشهري: صحافة الانترنت لم ينجح أحد "جريدة الرياض الإلكترونية" تم
الإطلاع عليها 2006 /12/01 <http://>

www.alriyadh.com/contents

125) / نبيل سجنى: الحرية و المصادقية في صحافة الانترنت، الوجه الآخر، جريدة
الأهرام، 13 نوفمبر 2006، العدد 131، مطلع عليها بتاريخ 2008/01/15
متوفرة عبر الرابطة التالية: <http://www.AlAram.Net>

126) / <http://www.lesouk.org>

3- الموسوعات الإلكترونية:

127) / الموسوعة العربية الإلكترونية، الاتجاهات ص 2، متوفرة عبر الرابطة التالية:
<http://www.arab.ency.com/index.php?module=pnencyclopedia>

128) / الموسوعة العربية للكمبيوتر و الانترنت: أمن النشر الإلكتروني، ماي 2002
تم الاطلاع عليها بتاريخ 14 فيفري 2008، متوفرة عبر الرابطة التالية:

<http://www.C4arabe.com>

المحلا حقت

1- ملحق الإستبيان.

2- ملحق الصفحات الرئيسية للمواقع الإلكترونية لجرائد العينة

3- ملحق ملخص الدراسة بالفرنسية.

4- ملحق ملخص الدراسة بالإنجليزية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة منتوري - قسنطينة-

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

فرع علاقات عامة

صحيفة إستبيان حول:

إتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية

دراسة ميدانية

إشراف الأستاذ:
أ. د/ادريس بولكعبيات

إعداد الطالبة :
منال قدواح

ملاحظة:بيانات هذه الإستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي،نرجو تعاونكم مع الباحثة من خلال الإجابة عن التساؤلات الواردة في صحيفة الإستبيان بشكل صادق و دقيق.

السنة الجامعية 2007-2008

1-بيانات شخصية:

1-1-الجنس:

- () ذكر () أنثى

1-2-السن:

- () أقل من 25 سنة () من 25-35 سنة () من 35-50 سنة () أكثر من 50 سنة

1-3-المستوى الدراسي:

- () ثانوي () عالي () مابعد التدرج

1-4-التخصص في الجامعة:

1-5- لغة التكوين:

- () عربي () فرنسي () مزدوج

1-6-الأقدمية في العمل الصحفي:

- () أقل من 5 سنوات () من 5-10 سنوات () من 10-20 سنة () 20 سنة فما فوق

1-7-الرتبة في الصحافة:

2-مقياس الإتجاه:

2-1-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 01:ضعف

المهارة التقنية

8-كل الصحفيين الجزائريين يتقنون تشغيل الحاسب الآلي.

9-محرك البحث الوحيد المستخدم من طرف الصحفيين الجزائريين هو محرك google.

10-الصحفيون الجزائريون لم يتلقوا دورات تدريبية في مؤسساتهم الإعلامية حول استخدام الإنترنت.

11-يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي كل يوم.

12-لا يستخدم الصحفيون الجزائريون الإنترنت في العمل الصحفي إلا نادرا.

13-مدة تصفح الصحفي الجزائري للإنترنت في الجلسة الواحدة قصيرة جدا.

14-أكثر أماكن دخول الصحفيين الجزائريين إلى الإنترنت هي مكان

أوافق بشدة	أوافق	لاأدري	لا أوافق	لا أوافق بشدة

العمل.

15- من الضروري امتلاك كل صحفي جزائري جهاز كمبيوتر

شخصي

موصول بالإنترنت.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أدري	أوافق	أوافق بشدة
---------------------	----------	---------	-------	---------------

2-2-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 02 :هيمنة

التسلية

- 16-تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين بغرض الترفيه بالدرجة الأولى.
- لاستخدم الانترنت من قبل الصحفيين الجزائريين في العمل الصحفي بدافع معرفي إلا نادرا.
- عادة مايستخدم الصحفي الجزائري الإنترنت كمصدر لأخباره.
- 19-تستخدم الإنترنت من قبل الصحفيين الجزائريين نظرا لتلبيتها حاجياته من المادة الصحفية.
- 20-يتيح الإنترنت للصحفيين الجزائريين التعبير عن الآراء بحرية أكبر من الوسائل الإعلامية التقليدية.

2-3-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 03 :التثبيث

بالصحافة الورقية

- 21-تعتبر الصحافة الإلكترونية منافسا للصحافة الورقية.
- 22-الصحافة الإلكترونية تعتبر دعامة تعتمد عليها الصحافة المطبوعة.
- 23-يفضل الصحفي الجزائري الصحافة الورقية على الصحافة الإلكترونية.
- 24-الصحافة الإلكترونية تعتبر مكملة للصحافة الورقية.
- 25-تعتبر الصحافة الورقية أكثر جاذبية للقراء من الصحافة الإلكترونية.
- 26- تعتبر الصحافة الإلكترونية أكثر جاذبية للمعلنين من الصحف الورقية.

27-الصحفي الجزائري يفضل استخدام الصحف الورقية لسهولة التعامل معها.

28-توظف الصحف الإلكترونية الصوت و الصورة في معالجة الأحداث مما يجعلها أكثر مصداقية من الصحف الورقية.

29-عنصر السرعة يجعل من الصحافة الإلكترونية أكثر تحقيقا للسبق الصحفي من الصحف الورقية.

30-لايتمكّن إطلاقا للصحافة الورقية أن تزول مهما تغيرت التقنيات.

لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أدري	أوافق	أوافق بشدة
------------------	----------	---------	-------	---------------

2-4-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 04: قراءة غير

منتظمة للصحف الإلكترونية.

31- الصحفيون الجزائريون لا يقرؤون الصحف الإلكترونية بصفة دائمة.

32- يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لاعتبارها

مصدرا غير موثوق للأخبار.

33- يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لجهلهم

لمواقع تلك الصحف.

34- يحجم الصحفيون الجزائريون عن قراءة الصحف الإلكترونية لأنها في

نظرهم مجرد نسخ طبق الأصل من الصحف الورقية.

35- يتصفح الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية من أجل الحصول على

الصور فقط.

36- لا يقرأ الصحفي الجزائري الصحافة الإلكترونية بالرغم من أنها تساهم في تطوير مهاراته الصحفية.

37- المشاركة النشطة (التفاعلية) للصحفيين الجزائريين في الصحف الإلكترونية تكاد تكون منعدمة.

38- الصحفي الجزائري لا يشارك أبدا في الإستفتاءات واستطلاعات الرأي

المباشرة عند تعرضه للصحف الإلكترونية.

39- الصحفي الجزائري لا يستخدم البريد الإلكتروني إلا نادرا.

2-5-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 05: قراءة

للصحف الأجنبية للضرورة

40- لا يتابع الصحفي الجزائري الصحف الإلكترونية الجزائرية إطلاقا.

41- الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية العربية بصفة دائمة.

42- الصحفي الجزائري يتابع الصحف الإلكترونية الغربية أحيانا.

- 43-تعتبر الصحف الإلكترونية الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية، أكثر تصفحا من طرف الصحفي الجزائري عن تلك الناطقة باللغة العربية.
- 44-يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية العربية لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع.
- 45-يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية لأنها أكثر ارتباطا به من العربية و الغربية.
- 46- يفضل الصحفي الجزائري قراءة الصحف الإلكترونية الغربية، لأنها غير متاحة في شكلها الورقي.

2-6-مجموع العبارات الممثلة للمؤشر رقم 06:مقاومة

انتشار الصحافة الإلكترونية.

- 47-ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية غير مصممة بشكل جيد مستقبلا.
- 48-ستظل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، ذات محتوى هزيل من الناحية النوعية.
- 49-ستبقى مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، دائما تعتمد على التلخيص المبالغ فيه للموضوعات المنشورة.
- 50-سيكون هناك مستقبلا إطار قانوني يسيّر الصحف الإلكترونية .
- 51-سوف تعزز الصحف الإلكترونية الجزائرية مستقبلا بأرشيف إلكتروني حي.

أوافق بشدة	أوافق	لا أدري	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة

eau/loulou/01achorouk.mht

Google

68

الشروق Online

رأينا صواب يحتمل الخطأ و رأيكم خطأ يحتمل الصواب

الذلائع 27 ماي 2008 الموافق لـ 21 جمادى الأولى 1429هـ

الرئيسية أخبار وطنية الاقتصاد العربي والدولي أخبار الرياضة

حكم عليه بالإعدام بعنابة

"المونشو" .. قتل أربع رعايا روس ورئيس بلدية و10 مواطن

قضت محكمة الجنايات لدى مجلس قضاء عنابة، نهار أمس، بإدانة بعنابة والمسمى (ر. محمد) المدعو "المونشو" بعقوبة الإعدام، في (ب. سلطان) بنفس العقوبة. ...[تفاصيل](#)

توقيف خمسة ملغمين بحوزتهم أقنعة وأسلحة بيضاء بهران

أكدت وزارة الداخلية والجماعات المحلية في بيان تلقت "الشروق" ا



eau/loulou/Echorouk%20Online.mht

Google



**Advertise with us
Publier sur notre site
+213 21 29 89 41**

Search | [Advanced search](#)

on of insurance companies in
ter says

are Elizabeth I portrait und

re portrait of Queen Elizabeth I as a
ng princess has been discovered in
ivate collection at a stately home in
hamptonshire. ... [Full story](#)

reenpeace protests against panish tuna ship

enpeace staged a high-seas protest
inst a Spanish-owned tuna fishing
i in the South Pacific on Tuesday,
oping a 25 meter (75 feet) floating
ner "No Fish, No Future" into its
... [Full story](#)

hina launches weather atellite to aid Olympic casts

na launched a second weather
llite on Tuesday to help improve
casts for this August's Beijing
pics, state media reported.... [Full](#)

2,116 illegal bars, nightclubs closed in Algeria

Most Popular Most E-mailed

Algeria : Troops of the National
popular Army kill 6 Al Qaeda terrorists
in Tizi Ouzou province

Algeria: Special security measures to
protect ministers and top officials

Brazilian star player Ronaldo yearns
to play on despite severe injury

Algeria : About 300 GSPC terrorists
still active in Boumerdes province
with 11 potential suicide bombers

Ethiopia clash with World football
governing body Fifa over new road-
map

Algeria : President Bouteflika was the
first to criticize the measures
fostering insecurity sense

Algeria: 250 Muslims convert to
Christianity in Bouira

ET
neule
DUDJADI
édie
es régions



EXPRIMÉ
11-SAT
med
t

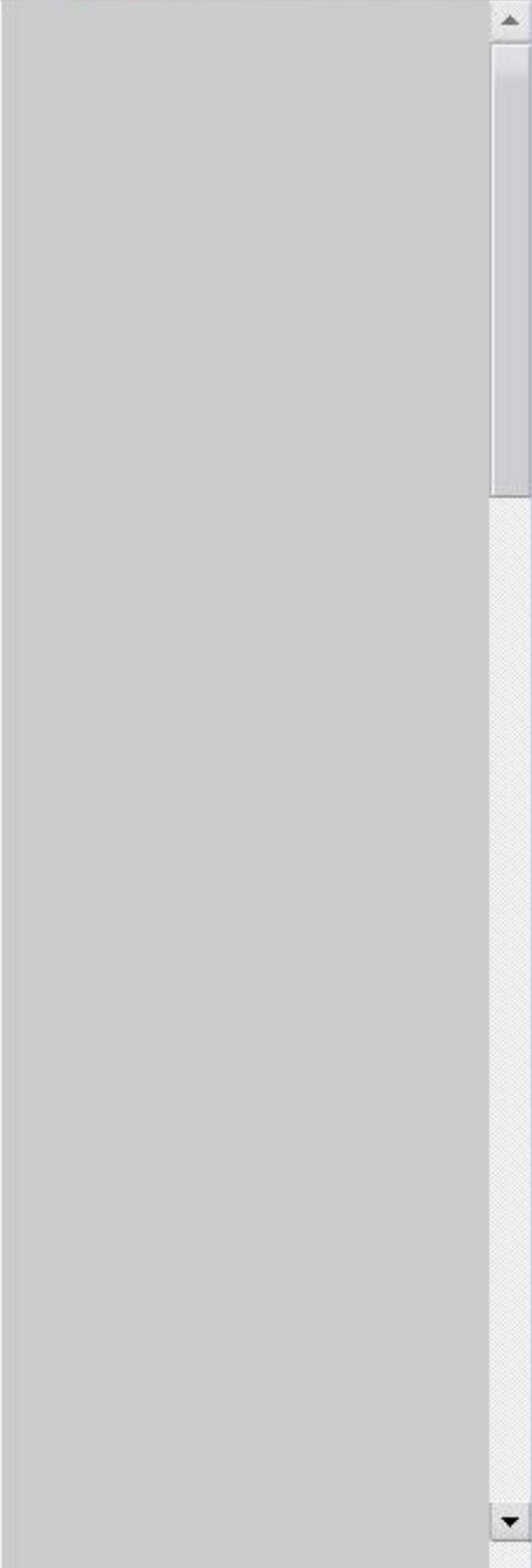
donner sa
historique
d'encre.

FIVAL DE
on
ise...
écial à



L'Editorial
La contrefaçon, un acte criminel
CONFIDENTIAL
On remet ça
NOSTALGIES

Alger	
Min : 14°C	
Max : 24°C	
Oran	
Min : 14°C	
Max : 24°C	
Constantine	
Min : 12°C	
Max : 28°C	
Adrar	
Min : 17°C	
Max : 36°C	



Document: 0%

Google

RECRUTEZ ?  Publiez facilement vos annonces
 Jusqu'à -40% d'économie [Cliquez ici](#)

chercher

Close button (X)

9.27, is available. Would you

Yes No

monie à l'Ecole de
 l'Intérieur annonçait
 le crime organisé et
 as tard, le 16 mai
 on, Yazid Zerhouni
 es effrayants des
 e enlevées en 2007
 engrangés par les
 ée à son corps

SIN DU JOUR



Conditions pour le

ant les règles d'attribution
ocatif, vient d'être publié

partir de samedi
naires fonctionnaires de
vient à la charge, en ...

ur auprès de Sarkozy
ignement» de l'Elysée
nce à Alger depuis fin 2006
...

ent seront auditionnés
«d'inquiétudes mystiques»,
ité ad ... [suite...]

1 décembre

PDF



Télécharger le journal



Opinion

Je doute! ... C'est grave, docteur?
Mokhbi Abdelouahab *

Polémique en LMD des Sciences techniques
M. S. Benouaz *

Déclarations

Union pour la Méditerranée :
sortir de l'abstraction

Advertise with us
Publier sur notre site
+213 21 29 89 41

Rechercher | Recherche avancée

ment sommé de réviser les
0 000 employés de Sonatrach

**Il sera présent pour célébrer l'accession en
D1 du Mouloudia de Batna : Le départ de
Hadj Aissa à Porto reporté**

**Leuf Cegetel ne travaille pas
avec des centres d'appels
localisés en Algérie.**

centres d'appels commencent à se
développer en Algérie où leur nombre a
sensiblement quadruplé en une année,
mais l'expansion de ce secteur dépend
de l'amélioration des... [Tout l'article](#)

**Pourquoi le stress nous fait-il
mal dormir?**

avez-vous remarqué? Soumis au
stress, même en vacances, nous les
trouvons plus difficiles à gérer, en
l'absence de tranquillité, nous les
trouvons plus difficiles à gérer. Pourquoi? Parce que la
raison est un... [Tout l'article](#)

**Lecheal : la résistance
palestinienne est continuelle
malgré les cas de refus sioniste à
Jerusalem**

Le président du bureau politique du
Mouvement Hamas, Khaled Mechaal, a
annoncé que les factions de la résistance

Les plus populaires | Les plus
envoyés

Al Qaida a transféré des millions de
dollars de l'Irak vers l'Algérie

Benzenna : j'ai joué pour la France
parce que les responsables de la
FAF m'ont marginalisé

Chakib Khelil annonce des
augmentations dans les salaires des
cadres et un nouveau système

Les terroristes occupent les anciens
camps de la révolution avec femmes
et enfants

La direction du FFS reçoit une
invitation pour une éventuelle visite
pour Washington

Chakib Khelil annonce des
augmentations dans les salaires des
cadres et un nouveau système

Résumé de l'étude : les attitudes des journalistes algériens envers l'utilisation de la presse électronique.

L'objectif d'achèvement de cette étude est de mettre en évidence un nouveau phénomène au niveau du domaine journalistique, qui est l'un des plus importants caractéristiques d'utilisation d'Internet, qui a permis au lecteurs, l'émergence de nouveaux types de service de presse, par la disposition immédiate de l'actualité, aussi que les autres types journalistique interprétatives explicatives et d'analyse, grâce a de nouveau modèles électronique non connus dans le monde de la presse écrite traditionnelleet par conséquent, on a découvrais un nouveau terme qui est « la presse électronique » qui contient beaucoup de défis pour les journaux de la presse écrites, ceux qui devront choisir soi d' entamés ce circuit, et de créés des sites a leurs titres, ou bien de resté incarcérés au papier d'impression, cependant en a essayé de diagnostiquer l'expérience du journalisme électronique en Algérie par l'étude des attitudes des journalistes algériens, envers l'utilisations de ce type de médiat. cette étude a traité, les différentes points suivants :

1-la problématique de l'étude :

Cette étude essaie d' étudier les attitudes des journalistes algériens vers l'utilisation des médiats électroniques, ce nouveau né de la presse qui se trouve avec l'émergence d'Internet ou les maison d'édition ainsi que les journaux de la presse écrite, ont commencé de se transférées en vitesse variable vers la version électronique, pour créé des sites sur Internet qui non pas des frontière géographique et dans ce sens, la presse algérienne s' est trouvé face a un défis historique non seulement d'exploiter ces nouveaux techniques, mais la réflexion en réalité de la plupart des journaux algériens qui ont souffert et souffrent encore de cumule de mise sur le marché, de nombreux problèmes et défis professionnels ainsi que l'humilité des ressources publicitaires par apport au autres journaux dans le monde, cependant nous avons essaye dans cette étude de se concentrer sur l' élément le plus important dans le processus de communication, c est bien le

journaliste ou bien « le communicateur » a travers la connaissance des attitudes vers cette nouvelle technique ainsi que les différents niveaux de préférence entre les journaux locaux, arabes et ceux de l'Occident ; et de savoir le taux de gratification obtenu par son usage, et ses perspectives à l'avenir des journaux électroniques en Algérie, par la formulation de problèmes de la recherche en question suivante : quelles sont les attitudes des journalistes algériens vers l'utilisation de la presse électronique, dans leurs différents types, locaux, arabes et occidentaux ?.

2-l'importance du sujet d'étude :

L'importance du sujet de cette étude, provient de l'impact de la transformation causée par la révolution technologique, sur l'avenir de la presse écrite. vis à vis l'utilisation de ce nouveau moyen des médias électroniques par les communicateurs, ainsi que de mesurer leurs attitudes vers cette nouvelle technique, et de savoir leur professionnalisme, grâce à l'utilisation de la presse électronique.

3-les objectifs de l'étude :

Cette étude vise à mettre en évidence dans sa partie théorique les différentes difficultés rencontrées par la presse écrite, à travers les derniers développements qui ont été accompagnés par la révolution de la technologie, en amenant ce que l'on appelle la presse électronique, mais dans sa partie pratique l'étude vise à chercher les opinions de l'échantillon des journalistes algériens, et de mesurer leurs attitudes pour savoir s'ils ont au courant de cette technologie ou bien non.

4-les hypothèses de l'étude :

Deux possibilités ont été proposées afin d'accéder à des résultats précis, en les divisant en six indicateurs :

Première hypothèse : les journalistes algériens, ont des attitudes négatives envers l'expansion de l'utilisation d'Internet dans le travail journalistique.

Premier indicateur : manque des compétences techniques.

Deuxième indicateur : la domination de divertissement.

Troisième indicateur : la fidélité à la presse écrite.

Deuxième hypothèse : les journalistes algériens ont des attitudes, négatives envers la lecture de la presse électronique.

Premier indicateur : lecture non -régulière des journaux électronique.

Deuxième indicateur : lecture des journaux électronique occidentales en nécessité.

Troisième indicateur : résistance à la propagation de la presse électronique algérienne.

5- la méthodologie de l'étude :

Cette étude se classe parmi les études descriptives destinées à étudier la réalité des phénomènes et des événements et essaye à les analyser et les interpréter, afin de corriger cette réalité ou leurs porter certain modification, ou bien l'accomplir et le développer, où se trouve dans cette étude la description des tendances des journalistes ainsi que l'examen de leurs connaissances et l'évaluations des repères et composants et des fonction de la presse électronique en mesurant leurs attitudes, par conséquent, l'étude a appliquée la méthode descriptive ainsi que le paradigme de fonctionnalisme.

6-échantillon de l'étude :

L'échantillon approprié à cette étude est l'échantillon de quotas, qui est considéré comme le type d'échantillon le plus utilisés dans les sondages d'opinion publique, où ont a choisis une quotas de 52 journalistes appartiens a 4 journaux publiés en arabe, sont : el khabar -el chorouk -el fadjr -ennahar el djadid ;ainsi q'une part égale a la première estimé a 52 journalistes appartiens a 4 journaux publiés en français qui sont :el watan -le quotidien d'Oran -le soir d'algerie -l'expression, notre échantillon d'étude se compose des journalistes appartenant a des offices centraux a Alger et a Constantine, et ils ont été sélectionnés selon la méthode du hasard.

7-les outils de collecte de données : Cette étude utilise deux outils celui qui mesure les tendances c'est bien le questionnaire écrit ainsi que l'interview.

On ce qui concerne le premier outil on a appliqué la méthode de likert, qui contient cinq mots : tout a fait d'accord -d'accord -je ne sais pas -je ne suis pas d'accord - je ne suis pas d'accord du tout. Et en générale on a divisé le questionnaire de la mesure des attitudes en forme de sept axes :

Axe1 : c'est celui des données personnelles, il contient sept questions.

Axe2 : concernant l'indice du manque des compétences techniques, il contient huit phrases.

Axe3 : concernant l'indice de position dominante de divertissement, et il contient cinq phrases.

Axe4 : concernant l'indice de fidélité a la presse écrite, et il contient dix phrases.

Axe5 : concernant l'indice de fidélité a la lecture irrégulière des journaux électroniques, il contient neuf phrases.

Axe6 : concernant l'indice de la lecture en nécessité des journaux électroniques occidentales, il contient sept phrases.

Axe7 : concernant l'indice de la résistance à la propagation de la presse électronique, il contient cinq phrases.

8-plan d'étude :

Cette étude a été divisé en cinq chapitres, le premier a identifié le cadre méthodologique de l'étude, qui comprenait la problématique avec l'explication de leur importance, ainsi que les objectifs de cette étude les raisons de notre choix du thème, et d'identifier les concepts, et proposer des hypothèses comme une réponse provisoire a la question posée au niveau de la problématique ainsi que d'expliquer la méthode et les outils exploités dans l'étude, et dans le but de profiter des contributions des autres chercheurs dans le domaine ont exposé des études qui ont précédés notre étude. Le deuxième chapitre s'intéresse de l'étude de fonctionnalisme au tant q'un paradigme qui fait analyser le sujet du journalisme électronique, et en la divisé en quatre parties, la première a traité le cadre conceptuel du

fonctionnalisme, dans le deuxième nous avons choisis de parler sur l'évolution de la pensée fonctionnelle, et on a traité les fonctions des médias, dans sa troisième partie, et enfin nous avons apportés des modèles théoriques qui sont appliqués dans notre étude, c'est le modèle des utilisations et gratifications des médias, ainsi que la théorie d'édition des idées développées.

Le troisième chapitre s'est occupé des attitudes, leur concept, leur classification, leur configuration ainsi que les méthodes et les théories de changement des attitudes.

Le quatrième chapitre s'intéresse de l'élément le plus important dans cette étude qui est la presse électronique, sur le concept des nouvelles technologies, de l'information et de la communication et la définition d'internet, d'identifier son rôle d'intermédiaire au travers d'une introduction du chapitre, après nous avons défini la presse électronique ainsi que cités leurs caractéristiques, l'histoire de son apparence, et les questions qui sont levées dans le milieu des médias, tels que la liberté d'expression, l'impact de l'édition électronique, sur le taux de consommation du papier d'impression, l'hypertexte et le nouveau concept du journaliste qui écrit dans la presse électronique.

Pendant que le dernier chapitre s'est occupé d'analyser les données du questionnaire après son affichage dans des tableaux pour enfin discuter les résultats généraux et vérifier la sincérité des hypothèses proposées dans le début de l'étude.

9-les résultats de l'étude :

-les résultats ont montrés que malgré l'existence de certains sites de journaux algériens en ligne, il n'y a pas d'encouragement suffisant au journalistes de la part de leurs responsables pour l'utilisation d'Internet, donc aucune qualification au cadre personnel, pour l'utilisation des nouvelles techniques de l'information et de la communication, c'est bien ça qui a conduit à la faiblesse en compétences techniques.

-les résultats d'étude ont révélés qu'il y a une moyenne élevée pour l'utilisation de divertissement sur Internet par les journalistes algériens par

apport à l'aspect cognitif, et on a noté 3.93 comme moyenne d'intensité d'attitude vers l'indicateur de la domination de divertissement, et cela reflète la force de l'attitude.

-l'étude a conclu que la majorité des journalistes interrogées, préfèrent la presse écrite à la presse électronique, elle est la plus attrayante pour les lecteurs et donc une forte probabilité de sa supériorité dans le future par apport à la presse électronique, ce qui confirme leurs fidélité a la presse écrite, c'est bien la moyenne de l'intensité de l'attitude ver l'indicateur qui a noté 3.25 qui reflète une forte tendance.

-des attitudes pour la lecture des journaux électroniques par les journalistes algériens, de sorte qu'ils sont pleinement conscients de ses sites, en plus, ils font confiance a leur articles, comme des sources fiables lors de l'édition de l'actualité, et le renforcement des couvertures, a travers les formes interactifs disponible dans les sites, comme le service courrier électronique, sondage d'opinion, et c'a forme la plus grande preuve de la régularisation dans la lecture des journaux électronique et alors on a découvrais la faiblesse d'attitude vers l'indicateur de la lecture non -réguliers des journaux électronique.

-l'étude a conclu q'un tout petit nombre de journalistes algériens utilisent les journaux occidentales en ligne, en parallèle, il y a une force dans l'utilisation des journaux algériens et arabes sur le web, parce qu'elle est plus proche de lui par la langue et le facteur de localisation des informations en influant sur ce journaliste comme un individu qui fait partir de la communauté arabe, ce qui prouve la vérité d'indicateur de lecture des journaux occidentales en nécessité, par 3.52 comme moyenne d'attitude.

-l'étude a conclu qu'il y a un attitude positif envers le développement des service des journaux électronique algériens dans le future, parce qu'on a notés 3.59 comme moyenne d'intensité d'attitude, et c'a reflète une attitude négatif, forte.

-cette étude a conclu le manque de sincérité des deux hypothèses.

Summary of study: Algerian journalist's attitudes towards the use of electronic journalism

The purpose of this study is to shed the light on the new press phenomenon who is the basic features of internet use which allowed for the readers the emergence of a new type of press service by providing immediate and urgent news, as well as analytical essays and types of interpretative releases through a new electronic templates unrecognized in world of written press, and consequently comes so-called electronic press and comes with it many challenges for newspapers who give its two options: to join the world web and have their own sites or he slavishly confined to paper printed release.

Let's take a sample of Algerian press who use this type of new media, this study take a lot of point that we will speak about as follows:

1-Problematic of the study:

in this research work, our aim is to inquire about the extent to which the Algerian journalists use electronic media and press which appeared with the emergence of the internet. in this internet era, more publishing houses and newspaper printing shifted direction into more electronic release and get their own websites in a world wide space, not limiting their news release within a narrow geographical and local area.

As a matter of fact, the Algerian press is facing a historical challenge which is not only to speed up its use of the new technological and electronically advances in journalism but to reflect on different problems many Algerian newspapers are facing commercial and professional constraints and modest information resources as compared to other information capacities in the world.

This is why we have attempted to focus on the journalist as a key factor in the communication process with a view to knowing about the degrees of this tendency towards the use of the new press techniques. We also attempt to inquire about the Algerian journalist's options preferences of the electronic press: does he favor the local, Arab, or western press?

In addition, our study aims to investigate about the extent to which the use of electronic press has achieved its aims and the view of the Algerian journalist about the future of the electronic newspapers in Algeria; we have formulated our research question as follows:

What's Algerian journalist's attitudes towards the use of electronic press in different way local, Arabic and western?

2-the importance and reasons of our research topic :

The importance of the study has a link with the effect of the new technological advance and revolution on the written press and its future. Our main concern, in this context, is the way communication agents deal with the new electronic information tool and the extent to which they direct towards it. we also find it of great importance to know about their real professional competence when using the electronic press tools.

3-Objectives of the study :

theoretically, this study aims at showing the challenges of the printed press within the new technological development. From a practical perspective, the study aims to explore the views of a sample of Algerian journalists and to measure the degree of their tendency towards the electronic press so as to know whether they catch up with the recent press development.

4- The study hypotheses:

Two possibilities have been proposed in order to access to accurate results and divided into six indicators as follow:

First hypothesis: The Algerian journalists are against the development of the use of internet in journalism

Indicator 1: weakness of technical skill

Indicator 2: the domination of entertainment.

Indicator 3: fidelity for written press.

Second hypothesis: the Algerians journalists are against reading electronic press.

Indicator 1: irregular reading electronic press.

Indicator 2: reading western electronic press for necessity.

Indicator 3: resist the spread of electronic press in Algeria.

5-The method of the study:

This study is one of description studies designed to examine the realities of events and try to analyse, interpret for given the correct reality and some update in it or use it and develop it. Through this study we can give the description of the way taken by the Algerian journalists and test their knowledge and assessment for component and function entrusted by the electronic press, that way the study used the descriptive study

Either it is used functionalism paradigm mode.

6-Kind of research :

This research is based on kind of quotas which considered as most kind working with. We choose 52 journalists belonging in 4th Arabic published press: el khabar, el chourouk, el nahar el djadid, el fadjr, and 52 journalist belonging in 4th French published press: el watan, l'expression, le soir d'algerie, le quotidien d'oran.

This kind of quotas belonging central offices in Algiers and Constantine. They have been selected according to method taken inside the work place.

7-data collection tools :

This study used two tools: the measuring attitudes and interview. The first one is taking a written form which given the direction of journalists through monitor and down these circumstances directions and used in LIKERT measure which contains five words: strongly agree- ok – I do not know – I do not agree- no at all.

Generally the measuring trends are divided to 7 axes as follow:

Axe 1: the data contain seven personal questions.

Axe 2: index of technical weakness skill and contain 8 phrases.

Axe 3: index of dominance entertainment and contain 5 phrases.

Axe 4: index of fidelity to written press and includes 10 phrases.

Axe 5: index of irregular reading of electronic press and contain 9 phrases.

Axe 6: index of reading western electronic press in necessity and contain 7 phrases.

Axe 7: index resistance of grew up of electronic Algerian press and contains 5 phrases.

8-The study plan :

This study is divided into five chapters.

The first chapter we had a look for the methodological framework witch include the problem and explain its importance and its objectives and why we choose this topic of study and identify the basic concepts of study, in the same time two possibilities have been proposed as temporary answer to the problem posed and explain the approach and tools used, also the most important previous studies deals with the same object even in other angles.

The second chapter we used to study functionalism as process to analyses the electronic press. It's divided to 4 parts the first one deal with functional conceptual frame work, the second one we spoke about the development of the functionalism, as we spoke also in the third part to the function and the tools used in media and we proposed some samples in our study as gratification and uses model, also the theory of developed ideas.

The third chapter: the attitudes, their explanation, classification, how to composite its as well as the methods and the theories of their change.

In the forth chapter we based in electronic press witch is the most important items in this study, we have the definition of the new technology in media and the definition of internet as first and we continue with the definition of electronic press and its most characteristics, data birth and the most important bets posed in the media like the liberty expression, its impact on printing paper consumption and the definition of electronic journalist.

Finally, application chapter witch we analyses the data form and have the final results of this study and discus about these results, we verify if the hypotheses put forwards are true or false.

9-The results of the study:

The study reveled the inability of Algerian journalist to deal with the new technology witch is the internet because of no qualification cadre for human use, 3.29 demonstrating power in its tendency.

- The results reveled that the use of internet is for the side of entertainment and not for cognitive aspects and utilitarian, so the dominance index entertainment is 3.93, this reflect the strength of tendency.
- The study results that the majority of searcher prefers written press it will be better than the electronic press so the average intensity tendency to indicator of installation for the press paper is 3.25 it is a strong tendency.
- Result of study proved the tendencies in favor of reading electronic press by the Algerian journalist, they know perfectly where this press is, and this is the proof that they learn it and its proved weak in the attitude towards indicator of highlighting reading electronic press irregularly.
- Study concluded that small percentage use foreign electronic press, this proved weak in the attitude towards indicator for reading foreign press, it came average intensity tendency towards a strong and an estimated 3.32
- Study concluded that it exist position guide of Algerian journalist in boom Algerian electronic press services in the future, the average attitude for index in resistance speared electronic Algerian press is estimated 3.59 its reflects the attitude so weak.

Therefore the results of study have no certified the tow hypotheses.