

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة المكتوبة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

# الصحافة الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية ميدانية-

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

إشرافه أ/د: فضيل دليو

إنجاز: لعبدلي شميناز

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. ليلي بن لطرش
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ/د فضيل دليو
عضوا	جامعة أم البواقي	أستاذ التعليم العالي	أ/د صالح بن نوار
عضوا	جامعة عنابة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. جمال العيفة
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة-	أستاذ محاضر -أ-	د. أحمد عبدلي
عضوا	جامعة بجاية	أستاذ محاضر -أ-	د. عيسى مراح

السنة الجامعية 2016-2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## إهداء:

إلى من تعمداني بالتربية في الصغر وكانا لي نبراسا ينير فكري بالنصح والتوجيه في الكبر، إلى من علماني حب العلم والتعلم ودرما فيّ قيم التواضع والاحترام: أمي وأبي حفظهما الله.

إلى من وقف جانبي وشجعني على مواصلة مسيرتي العلمية ولم يبخل عليّ بعبارات التشجيع، إلى من اقتطع من وقته وجمده للوقوف معي ومساندتي: زوجي وفقه الله.

إلى أملي في الحياة ونبع قوتي إلى سبب اجتهادي وتضحياتي، أبنائي رعاكم الله.

إلى من شملني بالعطف وأمددني بالعون، وحفزني على التقدم، أخواتي حفظهن الله.

إلى كل أفراد عائلتي الكبيرة والصغيرة.

إلى الصديقات والزميلات اللواتي تعلمن منهن أجمل معاني التعاون والتكافل.

إلى طلبة الأعماء الذين تركوا فيّ أظنى صور الاحترام والاجتهاد.

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

## شكر وتقدير:

الحمد لله الكريم الذي أثار لي الدرب، وفتح لي أبواب العلم، وأمدني بالصبر والإرادة، وأكرمني ووفقني لإتمام هذا العمل المتواضع، والسلاة والسلام على معلو البهريه ومهادي الإنسانية وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أتقدم بأسمى معاني التقدير والامتنان إلى كل من حمل أقدس رسالة في الحياة، وعمد الأجيال المتعاقبة طريق العلم والمعرفة، إلى كل الأساتذة الذين تشرفيت ولا زلت أتشرف بالتلمذ على أيديهم طوال مراحل حياتي العلمية، وأوجه لهم تحية تقدير وإجلال من هذا المنبر المتواضع.

ويطيب لي المقام لأشكر الأستاذ المشرف: "الأستاذ الدكتور فضيل دليو" على ما قدمه لي من توجيهات ونصائح قيمة ممزوجة بالحكمة والخبرة الأصيل، مما كان له الأثر الطيب على نفسي، والدافع القوي لمواصلة العمل والتفاني فيه، حيث كان فعلاً بمثابة المصباح الذي أثار طريقي، وأمدته بجراحات من الطاقة والأمل.. فأسال الله أن يوفقه للوصول إلى أعلى الدرجات وأن يوفقه لما فيه كل خير.

كما لا يفوتني أن أشكر كل الأساتذة الذين قبلوا قراءة ومناقشة هذا العمل المتواضع، وأسأل الله لهم التوفيق والنجاح في رسالتهم النبيلة.

وأوجه في الأخير بكلمة شكر إلى كل الزملاء والأصدقاء الذين قدموا لي يد المساعدة ولو بالكلمة الطيبة والدعاء الصالح، وفقكم الله وسدد خطاكم.

جاءكم الله كل الخير

مقدمة.....أ.ب-ج

### الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- 1-1 تحديد مشكلة الدراسة.....2
- 2-1 أهمية الدراسة.....5
- 3-1 أسباب اختيار موضوع الدراسة.....5
- 4-1 أهداف الدراسة.....6
- 5-1 تساؤلات الدراسة وفروضها.....7
- 6-1 تحديد مفاهيم الدراسة.....9
- 7-1 المدخل النظري للدراسة.....12
- 8-1 الدراسات السابقة.....14
- 9-1 منهج الدراسة.....32
- 10-1 أدوات جمع البيانات.....34
- 11-1 مجالات الدراسة.....43
- 12-1 عينة الدراسة.....44

### الفصل الثاني: الصحافة الإلكترونية

- 1-2 الصحافة الإلكترونية سماتها، أشكالها وخدماتها.....54
- 1-1-2 سمات الصحافة الإلكترونية.....62
- 2-1-2 أشكال الصحف الإلكترونية.....66
- 3-1-2 خدمات الصحافة الإلكترونية.....70
- 2-2 نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية.....73
- 1-2-2 خلفية تاريخية عن تطور الصحافة الإلكترونية في العالم.....73
- 2-2-2 نشأة الصحافة الإلكترونية العربية.....77

3-2-2 الصحافة الإلكترونية في الجزائر.....79

### الفصل الثالث تحرير الصحف الإلكترونية وتصميمها

**1-3 تحرير الصحف الإلكترونية.....110**

1-1-3 تعريف التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته.....110

2-1-3 خصوصية الكتابة للصحافة الإلكترونية.....112

3-1-3 مراحل الكتابة الإلكترونية.....117

4-1-3 الفنون التحريرية في الصحافة الإلكترونية.....119

5-1-3 قوالب التحرير المستخدمة في الصحافة الإلكترونية.....127

**2-3 تصميم الصحف الإلكترونية.....140**

1-2-3 تعريف التصميم الإلكتروني.....140

2-2-3 مبادئ التصميم الإلكتروني.....140

3-2-3 عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية.....144

4-2-3 التفاعلية وأدوات التفاعل.....157

### الفصل الرابع: الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث المضمون

1-4 أنواع المضامين الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....168

2-4 مصادر المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....179

3-4 المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....189

4-4 قيم المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....190

## الفصل الخامس: الخصائص الشكلية والتفاعلية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

- 1-5 الخصائص الشكلية للصحافة الإلكترونية الجزائرية.....195
- 2-5 مقياس تفاعلية الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....237

## الفصل السادس: اتجاه الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية

- 1-6 خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....251
- 2-6 اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية.....254
- 3-6 اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية.....270
- النتائج النهائية للدراسة.....286
- آفاق الدراسة.....302
- قائمة المراجع.....305

## الملاحق

- الملحق 01 استمارة تحليل المضمون.....314
- الملحق 02 استمارة قياس الاتجاه.....319
- الملحق 03 نموذج من الصفحات التمهيدية للصحف الإلكترونية عينة الدراسة.....323
- ملخصات الدراسة.....330

## فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان
44	جدول (1) يوضح ترتيب أهم اليوميات الإخبارية الصادرة باللغة العربية الموجودة على الإنترنت حتى ماي 2015
47	جدول (2) يبين ترتيب أهم اليوميات الإخبارية الصادرة باللغة الفرنسية الموجودة على الإنترنت حتى ماي 2015
50	جدول (3) يبين مفردات العينة المختارة في الصحيفتين الإلكترونيتين "El Watan" و"الشروق أون لاين"
89	جدول (4) يوضح مساعدات الدولة للصحف اليومية الخاصة عام 1991
89	جدول (5) يبين سحب الصحف الخاصة ابتداء من 1991
92	جدول (6) يبين أهم الصحف الموقوفة أو المتوقفة
93	جدول (7) يبين عدد سحب اليوميات لسنة 2000
100	جدول (8) يوضح تتابع ظهور الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت
102	جدول (9) يبين توالي الصحف الإلكترونية المحضة في الصدور
102	جدول (10) يبين ترتيب أهم الصحف الإلكترونية المحضة ذات الطابع الإخباري في الجزائر
166	جدول (11) يبين المواضيع الإعلامية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
168	جدول (12) يبين المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
170	جدول (13) يبين المواضيع الاقتصادية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
172	جدول (14) يبين المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
174	جدول (15) يبين المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
175	جدول (16) يبين المواضيع الرياضية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
176	جدول (17) يبين مواضيع الإعلانات الإلكترونية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
177	جدول (18) يبين مصادر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
179	جدول (19) يبين مصادر المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
180	جدول (20) يبين مصادر المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"



الصفحة	العنوان
181	جدول (21) يبين مصادر المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و" El Watan"
182	جدول (22) يبين مصادر المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و" El Watan"
184	جدول (23) يبين مصادر المواضيع الرياضية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و" El Watan"
185	جدول (24) يبين مصدر المادة الإعلانية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
186	جدول (25) يبين المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و" El Watan"
188	جدول (26) يبين قيم المادة الإعلامية في كل من صحيفتي "الشروق أون لاين" و" El Watan"
194	جدول (27) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
196	جدول (28) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
198	جدول (29) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
200	جدول (30) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
201	جدول (31) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
203	جدول (32) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
204	جدول (33) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
206	جدول (34) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
207	جدول (35) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"
209	جدول (36) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

الصفحة	العنوان
210	جدول (37) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
211	جدول (38) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
212	جدول (39) يبين موقع نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
214	جدول (40) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
215	جدول (41) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
216	جدول (42) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
216	جدول (43) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
217	جدول (44) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في المواضيع الثقافية المنشورة في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
218	جدول (45) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في المواضيع الرياضية المنشورة في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
219	جدول (46) يبين نوع العناوين المستخدمة في نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
220	جدول (47) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
221	جدول (48) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
222	جدول (49) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
223	جدول (50) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
224	جدول (51) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
225	جدول (52) يبين وظيفة الصور المنشورة في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"
227	جدول (53) يبين أنواع الصور المنشورة في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan" من حيث التقنية المستخدمة

الصفحة	العنوان
229	جدول (54) يبين نوع الصور المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
230	جدول (55) يبين موقع نشر الصور في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
233	جدول (56) يبين نوع الإحالة المستخدمة في النصوص الفائقة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
234	جدول (57) يبين شكل النصوص الفائقة المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
235	جدول (58) يبين التقنية المستخدمة في عرض الفيديو في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"
237	جدول (59) يبين فئات بعد تعدد الخيارات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
240	جدول (60) يوضح فئات بعد الاتصال الشخصي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
241	جدول (61) يبين فئات بعد الاستجابة للمستخدم في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
243	جدول (62) يبين فئات بعد سهولة إضافة معلومات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية:
246	جدول (63) يبين فئات بعد سرعة وسهولة الحصول على المعلومات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
248	جدول (64) يبين فئة بعد مراقبة نظام الاستخدام في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
250	جدول (65) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس
251	جدول (66) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن
252	جدول (67) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي
253	جدول (68) يبين الاتجاه نحو العبارة: تنفرد الصحف الإلكترونية الجزائرية بتقديم الأحداث فور وقوعها مقارنة بالصحف الورقية
254	جدول (69) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحف الإلكترونية الجزائرية بوتيرة بطيئة في تحديث الأخبار
255	جدول (70) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمصادقية محتوياتها
256	جدول (71) يبين الاتجاه نحو العبارة: تستعين الصحف الإلكترونية الجزائرية بمصادر إخبارية متنوعة
257	جدول (72) يبين الاتجاه نحو العبارة: تحتوي الصحف الإلكترونية الجزائرية على عدد أكبر من الأخبار والمواضيع مقارنة بالصحف الورقية
258	جدول (73) يبين الاتجاه نحو العبارة: تنشر المواضيع في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنفس الأسلوب المعتمد في الصحافة الورقية
259	جدول (74) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز بعض الصحف الإلكترونية بأيقونات أرشيفية غير فعالة تؤدي إلى مضمون فارغ
260	جدول (75) يبين الاتجاه نحو العبارة: يمكن في الصحافة الإلكترونية الجزائرية الاطلاع على كل المواضيع الحديثة والقديمة منها عن طريق خدمة الأرشيف
261	جدول (76) يبين الاتجاه نحو العبارة: توفر الصحافة الإلكترونية الجزائرية للقارئ هامشا للتعبير عن رأيه بكل حرية
262	جدول (77) يبين الاتجاه نحو العبارة: ينشر أي رأي أو تعليق من قبل القراء مباشرة على موقع الصحيفة دون حذف أو إضافة

الصفحة	العنوان
263	جدول (78) يبين الاتجاه نحو العبارة. تعد مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر أفضل من الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث التفاعل وإضافة الآراء والتعليق
264	جدول (79) يبين الاتجاه نحو العبارة: لا تلقى أسئلة القراء وطلبهم المعلومات الاهتمام الكافي من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية
265	جدول (80) يوضح الاتجاه نحو العبارة: بعض الصحف لا يهتم بالرد على أسئلة أو طلبات القراء عبر البريد الإلكتروني
266	جدول (81) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعد المواضيع التي تطرحها الصحيفة للاستفتاءات مهمة وتعبّر عن انشغالات المواطن
267	جدول (82) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز نتائج الاستفتاءات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بالصدق
268	جدول (83) يبين الاتجاه نحو العبارة يتم نشر إعلانات شخصية من طرف القراء كالميلاد، التعازي بسهولة على موقع الصحيفة
269	جدول (84) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بعدم انسجام المحتوى الإلكتروني الناتج عن تغليب النص على مقاطع الفيديو والصوت
271	جدول (85) يبين الاتجاه نحو العبارة: لا يختلف محتوى الصحافة الإلكترونية عنه في الصحف الورقية إلا في كثرة نشر الصور
272	جدول (86) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتحكم الصحافة الإلكترونية الجزائرية بلغة صدورها الأصلية أكثر مقارنة باللغات الإضافية
273	جدول (87) يبين الاتجاه نحو العبارة: تهتم الصحافة الإلكترونية الجزائرية أكثر بالمحتوى المقدم بلغتها الأصلية عربية كانت أم فرنسية مقارنة بالمحتوى المقدم باللغات الإضافية
274	جدول (88) يبين الاتجاه نحو العبارة: النصوص الفائقة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بسيطة لا تحيل القارئ إلى محتوى غني بالمعلومات
275	جدول (89) يبين الاتجاه نحو العبارة: النصوص الفائقة المتوفرة في مواقع الصحف الإلكترونية داخلية ولا تحيل القارئ إلى مواقع إعلامية أخرى
276	جدول (90) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعتبر وتيرة تحميل الصفحات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بطيئة مقارنة بمواقع إعلامية أخرى
277	جدول (91) يبين الاتجاه نحو العبارة بطء تحميل الصفحة الإلكترونية مرده الحشو وكثرة نشر الصور ومقاطع الفيديو.
278	جدول (92) يبين الاتجاه نحو العبارة: تؤثر تصنيفات الصحيفة الإلكترونية لبعض المواضيع ("الأكثر قراءة"، "الأكثر تعليقا"، "أهم الأخبار") على خيارات القارئ.
279	جدول (93) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعتبر الكلمات الدلالية التي يوفرها موقع الصحيفة عند نشر الأخبار مفيدة في تسهيل البحث عن الأخبار والمواضيع
280	جدول (94) يبين الاتجاه نحو العبارة: يتميز تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية بالحشو وتكرار عرض الأخبار والمواضيع مما يؤدي إلى تشويش ذهن القارئ وضياعه
281	جدول (95) يبين الاتجاه نحو العبارة: يعد تصميم الصحف الصادرة باللغة الفرنسية بسيطا مقارنة بالصحف الناطقة بالعربية
282	جدول (96) يبين الاتجاه نحو العبارة لا يرقى تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى مستوى تصميم الصحف العالمية
283	جدول (97) يبين الاتجاه نحو العبارة: على عكس الصحف العالمية تولى الصحافة الإلكترونية الجزائرية أهمية بالغة لتصميم واجهة الموقع مقارنة بالصفحات الداخلية
284	جدول (98) يبين الاتجاه نحو العبارة: يعتبر استخدام الصحف الإلكترونية أكثر تعقيدا مقارنة بالصحف الورقية.

الصفحة	العنوان
295	جدول (99) يبين إجمالي مقياس تفاعلية الصحف الإلكترونية عينة الدراسة
296	جدول (100) يوضح الاستجابة لمؤشر تنوع الأخبار والمواضيع
297	جدول (101) يوضح الاستجابة لمؤشر سهولة التفاعل وإضافة الآراء والتعليق
298	جدول (102) يوضح الاستجابة لمؤشر كيفية تقديم المحتوى
299	جدول (103) يوضح الاستجابة لمؤشر صعوبة استخدام الموقع

## فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
57	يوضح مقارنة بين مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة	1
128	يوضح قالب لوحة التصميم في تحرير الأخبار.	2
130	يبين قالب المقاطع في تحرير الأخبار	3
131	يوضح قالب المقاطع في الحديث الصحفي	4
132	يوضح قالب الساعة الرملية في تحرير الأخبار	5
133	يوضح قالب القائمة في تحرير الأخبار	6
134	يوضح قالب القائمة في الحديث الصحفي	7
135	يوضح قالب وول ستريت جورنال في تحرير الأخبار والتحقيقات	8
136	يوضح قالب الدائرة في تحرير الأخبار.	9

## مقدمة

يشهد المجتمع الإنساني معالم جديدة للتفاعل بين البشر رسّخها ظهور واستعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تبادل المعلومات والأخبار في مجتمع يطلق عليه مجتمع المعلومات والمعرفة، الذي يميّزه أساسا الإنتاج الغزير للمعلومات في كافة المجالات. وبالطبع لا يتوقف الأمر عند عملية الإنتاج، فمجتمع المعلومات من أهم ركائزه تبادل وتوزيع المعلومات ونقلها بين أفرادها للاستفادة منها حتى يتمكنوا من مواكبة آخر التطورات في مختلف المجالات الحياتية.

ويعتبر الإعلام الجديد أحد إفرزات ومظاهر مجتمع المعلومات حيث يلعب دور الوسيط والرقيب الذي يأخذ على عاتقه مسؤولية ضبط ومعالجة المعلومات وإعادة توزيعها على الأفراد بطريقة منظمة، وذلك حتى يتحقق من نوعية المعلومات المتبادلة بين الأفراد في محاولة منه للسيطرة على ما قد يصل إلى الأفراد و تصفيته، فوظيفة المعالجة ومراقبة المحيط أصبحت شبه صعبة في عصر تحول فيه الفرد البسيط إلى طرف فاعل في عملية إنتاج المعلومات، خاصة وأن التكنولوجيات الحديثة للإعلام تسمح له بأن يكون منتجا للرسالة الإعلامية على اختلاف أشكالها النصية أو السمعية البصرية التي قد تصل إلى عدد لا متناه من الأفراد من خلال شبكة الإنترنت. هذه الشبكة التي تملك من الخصائص والسمات الاتصالية ما جعل استخدامها في العمل الإعلامي بصفة عامة سهلا وناجحا في الوقت ذاته، حيث أنها أضافت الكثير وغيّرت من المشهد الإعلامي بل أحدثت ثورة في هذا المجال. لقد سهلت كثيرا العمل الصحفي من خلال احتوائها على مصادر مهمة للمعلومات يمكن أن يُعتمد عليها، كما أنها تمكّن من توزيع المادة الإعلامية بكل سهولة على أفراد الجمهور، بالإضافة إلى إمكانية التفاعل مع هذا الأخير سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة (حسب التقنية المستعملة) من جهة، وظروف تواجد كل طرف على شبكة الإنترنت من جهة أخرى.

وقد تطفّنت المؤسسات الإعلامية الناشطة في هذا المجال إلى هذه الخصائص المميزة حيث أبدت رغبتها الفعلية في الاستفادة منها عن طريق اندماجها في الشبكة وإنشاء مواقع افتراضية لها على الإنترنت إلى جانب مؤسساتها الأصلية، وهذا بغية التأقلم مع مختلف التغيّرات التي مسّت كل أطراف العملية الإعلامية في إطار تنافسي محض بينها بغية الحصول على إقبال جماهيري على مواقعها، وهذا يعتبر رهان كل وسيلة إعلامية هدفها تحقيق الربح في ظل اقتصاد رقمي هام.

في هذا الإطار يبدو أن المؤسسات الصحفية الجزائرية لم تُفوّت هذه الفرصة الجوهرية، فبادرت إلى استغلال الوضع الجديد منذ دخول الإنترنت إلى الجزائر، وأخذت تنشئ مواقع لها على الإنترنت بشكل تدريجي ومنتظر من أي جهة مدركة وواعية بأهمية الوضع الإعلامي الجديد الذي يراهن على الجمهور الحديث الذي أصبح بإمكانه المقارنة بين ما توفره الوسائل الإعلامية الجزائرية وإمكاناتها وبين ما هو متوفر على الصعيد العربي وحتى الدولي، خاصة وأن الفرد وفي ظل الحياة المعاصرة قد لا تسمح له ظروفه الخاصة بمتابعة وسائل الإعلام التقليدية، بل هو بحاجة إلى الحصول على المعلومات من خلال وسائل التكنولوجيا الصغيرة والبسيطة في أي زمان أو مكان.

وبهذا فقد شهد المشهد الإعلامي الجزائري هو الآخر تغيرات وتطورات تمثلت أساسا في ظهور العديد من المواقع الإعلامية الإلكترونية والتي تعد الصحافة الإلكترونية جزء لا يتجزأ منها، فبالإضافة إلى الصحف الإلكترونية المحضة نجد أيضا النسخ الإلكترونية للصحف الورقية، التي تحاول الاستفادة من الخصائص الاتصالية التي توفرها الإنترنت والتي سمحت بتطوير وظائف الصحافة، وحتى مضمونها الذي يعد أكثر ثراء وتنوعا مقارنة بالصحف الورقية، حيث توفر المجال واسعا للقارئ حتى يختار منه وينتقي ما يتلاءم وحاجته المعرفية وخصائصه الشخصية.

في هذا الإطار جاءت هذه الدراسة لتتخصّص في وصف الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون، إضافة إلى قياس اتجاه الجمهور الجزائري نحو مواقعها، وذلك من خلال مجموعة من الفصول النظرية والميدانية جاءت كالآتي:

**الفصل الأول:** عرض إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، إضافة إلى شرح مفصل لأهدافها وأهميتها وعرض أسباب اختيار موضوعها، وقد تم توضيح المنظور النظري الخاص بالدراسة وتحديد مفاهيمها، كما تضمن هذا الفصل الإجراءات المنهجية المتبعة من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، كالمنهج المتبع، وأدوات جمع البيانات، مجالات الدراسة البشرية والزمنية، شرح لمفردات العينة ونوعها، كما تم في هذا الفصل عرض الدراسات السابقة للموضوع وشرح كيفية الاستفادة منها.

أما **الفصل الثاني** والخاص بالصحافة الإلكترونية فقد تم تقسيمه إلى جزأين، اهتم الجزء الأول بالعناصر الأولية، كأشكال، سمات وخدمات الصحافة الإلكترونية، أما الجزء الثاني فقد



تطرق إلى نشأة وتطور الوسيلة في العالم بصفة عامة ثم في العالم العربي ثم في الجزائر بصفة خاصة.

في الوقت الذي اهتم فيه **الفصل الثالث** في جزئه الأول بالجوانب التحريرية للصحافة الإلكترونية، خصوصية الكتابة وأهم القوالب الحديثة، إضافة إلى أهم الأدوات التحريرية، أما الجزء الثاني فقد تطرق إلى كل ما يتعلق بتصميم الصحف الإلكترونية من أدوات تفاعل ووسائط متعددة إضافة إلى شرح لأهم مبادئ التصميم المتبعة.

**الفصل الرابع** هو عبارة عن عرض لبيانات الدراسة التحليلية في شقها الخاص بالمضمون حيث عرض نتائج الفئات الآتية: أنواع المواضيع، مصادر المادة الإعلامية، المجال الجغرافي لها، إضافة إلى قيمها المتضمنة.

**الفصل الخامس** الذي اهتم بعرض بيانات الدراسة المتعلقة بشكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية وقد تضمن بيانات الفئات: الفنون الصحفية، موقع نشر المادة الإعلامية، أنواع العناوين، خصائص الصور، النص الفائق، الوسائط المتعددة، إضافة إلى عرض بيانات مقياس التفاعلية المعتمد.

أما **الفصل السادس** فقد اختص بعرض بيانات مقياس الاتجاه الخاص بالكشف عن اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضمون وشكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية. ليتم في الأخير عرض نتائج كل من الدراستين التحليلية والميدانية، وإنهاء الدراسة باقتراح مجموعة من الآفاق المستقبلية لها.

الفصل الأول  
موضوع الدراسة  
وإجراءاتها المنهجية

## 1-1 تحديد مشكلة الدراسة

يعد الإعلام جزء أساسيا من حياة الأفراد الذين أصبحوا مرتبطين بوسائله المختلفة، التي شهدت تطورات كبيرة أصبح العالم بموجبها قرية صغيرة ألغيت فيها المسافات الزمنية والجغرافية في عصر يطلق عليه عصر السرعة والمعلومات، لقد أصبح العالم اليوم يعيش ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي يصاحبه الإنتاج الكبير للأفكار والخدمات في مختلف المجالات الاقتصادية، العلمية، الثقافية، إلخ. الأمر الذي حثَّ إنشاء أوعية، وسائط ودعامات تكنولوجية قادرة على جمع المعلومات، تعديلها، تخزينها ونقلها إلى الأفراد، مما يساعدها على احتواء ومواكبة العصر الجديد.

وما عزز هذه الثورة الرقمية ودعم ركائزها في المجتمعات المعاصرة هو ظهور وانتشار الشبكة العالمية للمعلومات، التي أصبحت تتيح اليوم التبادل السريع للأفكار والمعارف في كل الاتجاهات وفي شتى الميادين، حيث سهّلت على الأفراد القيام بمختلف الأنشطة السياسية بفضل ظهور ما يعرف اليوم بالحكومات الإلكترونية، التي تعتمد أساسا على استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لربط مؤسساتها الحكومية ببعضها البعض، من أجل تقديم خدمة فعّالة للجمهور أو المواطن. أما بالنسبة للأنشطة الاقتصادية فنجد في المقدمة التجارة والتسويق الإلكترونيين، وأما فيما يخص المجال الإعلامي فتعد شبكة الإنترنت أهم وسيط إعلامي يمكن اعتماد الجمهور عليه للحصول على الأخبار والمعلومات، نظرا لما تمتلكه من إمكانيات اتصالية هائلة أهمها سهولة الحصول على المعلومات من عدد غير محدود من المصادر، والكفاءة في معالجتها وتقديمها بطريقة أقرب من واقع الجمهور نظرا لما يمكن أن تدعم به الرسالة الإعلامية من لقطات فيديو وتسجيلات صوتية وإمكانيات تفاعلية.

وقد تظن بسرعة المجتمع الإعلامي أفرادا ومؤسسات إلى الإمكانيات الإعلامية غير المحدودة لشبكة الإنترنت، فراحوا يحاولون استغلالها بإنشاء مواقع إعلامية شخصية كانت أم مهنية، سواء كان ذلك من طرف مؤسسات إعلامية تنشط أصلا في الميدان الإعلامي، أو بظهور مؤسسات افتراضية أرادت خوض تجربة إعلام جديد استحدثته شبكة الإنترنت بإمكانياتها الاتصالية التي غيرت المفاهيم والممارسات الإعلامية وبالتالي النظريات المفسرة لهذه الظاهرة الحديثة.

وبهذا فقد عمدت وسائل الإعلام التقليدية على اختلاف أنواعها بسرعة إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت كخدمة إعلامية مكملة ومدعمة لما تقدمه أصلا للجمهور، فأصبح بإمكاننا الآن الاستماع إلى برامج مختلف الإذاعات الوطنية والدولية عبر شبكة الإنترنت، وحتى القنوات التلفزيونية، اختارت نفس المنهج لتعميم الخدمة للجمهور والاستفادة مما تملكه الإنترنت من إمكانيات البث عالي الجودة، والتفاعلية مع الجمهور المشاهد وخيار البث الحي، بفضل توظيف واستغلال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

أما الصحافة المكتوبة فقد دخلت مرة أخرى في جو المنافسة المفروضة عليها من طرف الوسائل أو الأوعية الجديدة لبث المعلومات والاتصال بال جماهير، فبعدما استطاعت المحافظة على مكانتها بجدارة بعد ظهور كل من الإذاعة والتلفزيون كوسائل منافسة في نقل الأخبار والتأثير على الرأي العام خلال القرن الماضي، وذلك بفضل الخدمات والوظائف التي ضمنتها لجمهور القراء ما جعلها وسيلة إعلامية صعب الاستغناء عنها في المجتمع، ها هي تعيش حاليا ما يسمى بالثورة الرقمية والتي تعد أهم تحدٍّ واجهته الصحافة كوسيلة إعلامية في مسيرة تطورها، حتى أن معظم الباحثين في مجال الإعلام تنبؤوا بزوال الإعلام المكتوب والصحافة الورقية وتعويضها بالإنترنت والصحافة الإلكترونية، لكنها سرعان ما تأقلمت مع الوضع الجديد ساعية للوصول إلى قاعدة جماهيرية أوسع بطريقة أسهل ووقت أسرع، وكذلك الاستفادة من الإمكانيات المتاحة التي وفّرتها شبكة الإنترنت، فحاولت المؤسسات الصحفية إنشاء مواقع إلكترونية تمكن جمهور الإنترنت من الاطلاع على مضامينها الإعلامية، والاستفادة مما تقدمه على مواقعها، وذلك بالتزامن مع تزايد أعداد المستخدمين لشبكة الإنترنت مما يمكّنها من اكتساب فئات جديدة من جمهور القراء، خاصة وأنه يمكن الاطلاع على مضمونها من أي مكان في العالم.

ولم يكن المشهد الإعلامي الجزائري بعيدا عن هذه الظاهرة، حيث تعيّن على المؤسسات الصحفية مواكبة التطور التكنولوجي للاستفادة من مزاياه، فلجأت الصحف الجزائرية إلى إنشاء طبقات إلكترونية لها قصد توسيع دائرة مقرئتها، والمحافظة على جمهورها الذي قد تحتم عليه ظروفه العملية أو العلمية أو حتى خصائصه العمرية تفضيل النسخة الإلكترونية (على شبكة الإنترنت) على النسخة الورقية. ولقد كانت انطلاقة الصحافة الإلكترونية متأخرة نسبيا مقارنة بتاريخ ربط الجزائر بالإنترنت سنة 1994، حيث يرجع تاريخ أول مؤسسة صحفية أوجدت لها مكانا على الشبكة وهي جريدة الوطن El Watan، إلى عام 1997، تلتها كل من جريدة Liberté،

اليوم، الخبر، الشعب، El Moujdahid و Le Soir d'Algérie على التوالي عام 1998، ثم توالى باقي الجرائد.

وهكذا تغيرت وتطورت الطبيعة الإعلامية للصحافة الجزائرية التي أخذت تحاول الاستفادة من الإمكانيات الاتصالية الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت، من أنية وإمكانية تحديث المحتوى، وتفاعلية، وإمكانية التواجد والتواصل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوفير كم هائل من الأخبار والمعلومات بأشكال مختلفة نصية، سمعية، وسمعية بصرية وبلغات متعددة. كما حاولت الصحافة الإلكترونية الجزائرية كذلك الاستفادة من الإمكانيات التحريرية التي توفرها شبكة الإنترنت وأهمها التخلص من الكتابة الخطية وتعويضها بما يوفره النص الفائق من إمكانية انتقاء الأخبار وقراءة الملخصات ثم المرور إلى تفاصيل الخبر بما يتفق ورغبة القارئ، وحاجاته، هاته الأخيرة التي تحاول الصحافة الإلكترونية الجزائرية تلبيتها من خلال التأقلم مع التطورات الحديثة الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال من جهة، والتنافس فيما بينها من أجل المحافظة على مكانتها الإعلامية من جهة أخرى.

وفي هذا الصدد جاءت هذه الدراسة بعنوان "الصحافة الإلكترونية الجزائرية" -دراسة تحليلية ميدانية- لتلقي الضوء على خصائص الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون من جهة ولتكشف عن اتجاه الجمهور الجزائري نحو الصحف الإلكترونية الجزائرية بما توفره من وظائف وخدمات وما يميزها من حيث الشكل والمضمون.

وعليه، يكون لدينا تساؤلين، أولهما خاص بالدراسة التحليلية وهو: ما هي خصائص الصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون؟

أما بالنسبة للدراسة الميدانية فتطرح الباحثة التساؤل الآتي:

- ما هو اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل ومحتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟  
ويهدف التساؤل إلى قياس اتجاه جمهور الصحافة الإلكترونية نحو الخصائص التي تميز هذه الأخيرة سواء من ناحية الشكل أو المضمون.

## 2-1 أهمية الدراسة

ويمكن إيجازها في العناصر الآتية:

- تبحث هذه الدراسة في إحدى مظاهر التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإعلام التي بدأت تفرض نفسها على الساحة الإعلامية الجزائرية ألا وهي الصحافة الإلكترونية، والتي تعد مجالاً خصباً يستدعي التدخل بالدراسة والبحث من أجل الكشف عن الظاهرة ذاتها من جهة والعناصر المرتبطة بها من جهة أخرى، خاصة وأن مفهوم الصحافة الإلكترونية يرتبط بعناصر حديثة لم تعرفها الوسائل الإعلامية من قبل كتحديث المضمون، والفورية، والتفاعلية، وهي أهم متطلبات الخدمة الإعلامية الحالية.

- تهتم الدراسة، زيادة على تحليل مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية، بقياس اتجاه الجمهور الجزائري نحو مواقعها في صورتها وهيئتها الحديثة، في عصر شهد تراجع المفاهيم التقليدية التي كانت مرتبطة بالإعلام وظهور إعلام جديد يلعب فيه الجمهور دوراً أساسياً، بتفاعله ومشاركته في العملية الإعلامية.

- تعد الصحافة الإلكترونية إحدى أهم معايير تقييم التطور التكنولوجي الحاصل في المجتمع عامة وفي نظامه الإعلامي بشكل خاص، فنجاح الوسيلة الإعلامية في هذا العصر يتوقف على قدرتها على مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، واستغلال ما توفره هذه الأخيرة من إمكانيات تجعلها قادرة على تلبية حاجات جمهور العصر الحديث أو تسعى على الأقل إلى ذلك عليها .

## 3-1 أسباب اختيار موضوع الدراسة

تحصر الباحثة الأسباب التي دفعت بها إلى اختيار موضوع الدراسة فيما يأتي:

✓ الاهتمام الشخصي للباحثة بكل ما يتعلق بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال خاصة في المجال الإعلامي، حيث تعد الصحافة الإلكترونية أهم إفرازات العصر الحديث التي يجب تناولها بالبحث والدراسة للكشف عن مستوى التغير أو التطور الذي تشهده الوظيفة الإعلامية للإعلام الجديد.

✓ التخصص الأكاديمي للباحثة الذي يفرض عليها التطرق لمثل هاته المواضيع، خاصة وأنها تناولت في مستويات سابقة الصحافة المكتوبة بشكلها التقليدي، وعايشت التطورات التي شهدتها هذه الوسيلة خاصة التكنولوجية منها، وقد كان هذا دافعا أساسيا لتناول هذا الموضوع.

✓ اعتبار الإعلام الجديد عموما والصحافة الإلكترونية بشكل خاص مجالا خصبا يتطلب التدخل بالدراسة من أجل وصف عناصره، والعلاقة بينها، وظائفه والتأثيرات المحتملة له، فقد لمس التغير كافة عناصر العملية الإعلامية الأمر الذي أوجد مساحة جديدة للباحث الإعلامي للتقصي والتفسير.

✓ ملاحظة التوجه الكبير للمؤسسات الصحفية الجزائرية إلى إنشاء مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت، فبمجرد الملاحظة نستنتج أن الأمر تعدى مجرد نشر نسخ إلكترونية للنسخ الورقية، إلى تصميم بوابات إعلامية تتضمن خدمات إعلامية مختلفة من حيث الشكل، المضمون واللغات، الأمر الذي لفت انتباه الباحثة وجعلها تهتم بوصف الظاهرة وصفا علميا بتطبيق الأدوات المنهجية المعدة لذلك.

#### 4-1 أهداف الدراسة

إن تحديد الهدف من البحث يساعد الباحث في تحديد الطريق الذي سيتوجه إليه، كما يمهد السبيل أيضا في إنجاز تصميم البحث، وإستراتيجيته ومنهجيته، فضلا على أنه يساعده في اختيار الأداة أو الأدوات الأصلح في التحري عن البيانات والمعلومات.<sup>1</sup> من هذا المنطلق فقد حددت الباحثة الأهداف الآتية كمنطلقات أساسية لتحديد منهجية البحث التي تمكن من تحقيقها:

- ✓ تستهدف هذه الدراسة التعرف عن ماهية الصحافة الإلكترونية الجزائرية والوصول إلى توصيف دقيق للوسيلة الإعلامية وخصائصها التكنولوجية.
- ✓ الكشف على مستوى التطور التكنولوجي الذي وصلت إليه الصحافة حاليا في الجزائر.
- ✓ الكشف عن أهم مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية.
- ✓ مناقشة الوضع الراهن للصحف الإلكترونية الجزائرية، ومدى استغلالها واستفادتها من الإمكانيات الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيات الصحافة الإلكترونية (الأرشيف، النص الفائق، الوسائط المتعددة، عنصر الحالية، والتحديث السريع للطبعات الإلكترونية).
- ✓ الكشف عن مستوى التفاعلية المحقق بين الصحف وجمهور القراء.
- ✓ الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو شكل ومضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية.

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، إيمان السامراني: البحث العلمي الكمي النوعي، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 145.

## 5-1 تساؤلات الدراسة وفروضها

بغية إضفاء طابع علمي على الدراسة عادة ما يتم اقتراح فرضيات كإجابة مؤقتة على التساؤلات المطروحة، لكن في حال ما إذا تعذر أو صعب على الباحث الافتراض ثم الاختبار الإحصائي، فإنه يمكن الاكتفاء بطرح تساؤلات وإجابة عليها، وهو ما يحدث عادة في دراسات تحليل المضمون، ولهذا اكتفت الباحثة في الشق التحليلي لهذه الدراسة بطرح التساؤلات في انتظار الإجابة عليها بعد عملية تحليل المضمون، وهي كالآتي:

### ✓ التساؤل الأول

- ما هي مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية؟

مؤشراته

أنواع المواضيع الإعلامية.

مصادر المادة الإعلامية.

المجال الجغرافي للمادة الإعلامية.

قيم المادة الإعلامية.

### ✓ التساؤل الثاني

- ما هي الخصائص الشكلية للصحف الإلكترونية الجزائرية؟

مؤشراته

الفنون الصحفية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

القوالب الفنية.

موقع نشر المواضيع.

نوع العناوين المستخدمة.

أنواع الصور الإعلامية.

النصوص الفائقة.

الوسائط المتعددة.

### ✓ التساؤل الثالث

- ما هو مستوى التفاعلية المحقق في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

مؤشراته



تعدد الخيارات  
سهولة الاتصال الشخصي  
الاستجابة للمستخدم  
سهولة إضافة معلومات  
سرعة وسهولة الحصول على المعلومات  
مراقبة نظام الاستخدام

أما بالنسبة للدراسة الميدانية فتعمل الباحثة على اختبار الفرضيتين الآتيتين:  
**الفرضية الأولى:** للقارئ الجزائري اتجاه إيجابي نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية.  
**المؤشرات**

✓ تنوع الأخبار والمواضيع.  
✓ سهولة التفاعل وإضافة الآراء والتعليق  
**الفرضية الثانية:** للقارئ الجزائري اتجاه سلبي نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية.  
**المؤشرات**

✓ كيفية تقديم المحتوى.  
✓ صعوبة استخدام الموقع.  
**6-1 تحديد مفاهيم الدراسة**

انطلاقاً من عنوان الدراسة، تساؤلاتها وفرضياتها، ارتأينا تحديد كل من مفهومي "الصحافة الإلكترونية" و"الاتجاه":

### **1-6-1 الصحافة الإلكترونية**

بظهور الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة ومتميزة بخصائصها وسماتها الإعلامية التي سبق وأشرنا إليها، ساد التغيير كافة أطراف العملية الاتصالية: الرسالة، المرسل، المستقبل... إلخ، وقد عملت الصحافة بشكلها المطبوع على الاستفادة من هذه الخصائص وذلك لمواجهة المنافسة المفروضة عليها من طرف الوسائل التكنولوجية الجديدة، حيث تحولت جل الصحف نحو الإصدار الإلكتروني الذي يعد نقلة نوعية في تاريخ الصحافة المكتوبة.

وقد حاول العديد من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية وإعطائه بعداً شاملاً، إلا أن جل التعاريف متشابهة وغير محددة بدقة كون صحافة

الإنترنت تتطور بتطور دعامتها (الإنترنت)، حيث أن تكنولوجيا الشبكة في تطور وتغير مستمرين ما يجعل تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية يتغير بمرور الوقت، وسنستعرض أهم تعاريف الصحافة الإلكترونية، حيث أن الباحثة تفادت ذكر التعاريف المتشابهة واكتفت بعرض التعاريف التي تخدم الدراسة بشكل مباشر:

- الصحف الإلكترونية هي: "الصحف المكتوبة والتي يعاد نسخها على الإنترنت وتتميز النسخة الإلكترونية باستعمال كبير للألوان، الصوت والصورة"<sup>1</sup>.  
هذا التعريف لا يوضح فعلا ماهية الصحافة الإلكترونية أو خصائصها حيث يرى أن الفرق الوحيد بين النوعين هو الدعامة، الورقية بالنسبة للمطبوعة، والإنترنت بالنسبة للإلكترونية.

- الصحافة الإلكترونية هي: "كيان إخباري رقمي مرتبط بتواتر الأحداث ويقوم بإنتاج ونشر الأخبار والمقالات والصور والتصاميم الفنية الرقمية والوثائقية السمعية أو البصرية أو النصية ذات العلاقة بالحدث معتمدا على التحديث الدائم للمعلومات بما ينسجم مع تواتر الأحداث وينشر عبر الإنترنت"<sup>2</sup>.

وقد ركز هذا التعريف على الأنواع الصحفية التي يمكن أن تقدمها الصحافة الإلكترونية، إضافة إلى خاصية التحديث الفوري للأخبار دون التطرق إلى باقي الخصائص الاتصالية للإنترنت.

كما وضع فايز الشهري تعريفا للصحافة الإلكترونية يؤكد فيه أنها: "عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسب الإلكترونية وما تملكه من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات واسترجاعها في ثوان معدودة، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصالات الجماهيرية التي جعلت العالم قرية صغيرة"<sup>3</sup>.

ركّز هذا التعريف على الاندماج الحاصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال والذي ينبثق عنه الوسائل متعددة الوسائط بصفة عامة وليس الصحافة الإلكترونية على وجه التحديد.

<sup>1</sup> - جمال بوعجمي و بلقاسم بن روان: الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق - مؤتمر صحافة الإنترنت - جامعة الشارقة 2005.

<sup>2</sup> نواف حازم خالد، خليل إبراهيم محمد: الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية النقصيرية الناشئة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون، ع 46، أبريل 2011، ص 223.  
<sup>3</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل، للنشر، عمان، 2011، ص 218.

✓ ويرى زيد منير سليمان أن الصحافة الإلكترونية: "هي نوع من الاتصال بين البشر عبر الفضاء الإلكتروني - الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى- تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات تقنية المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقين، لاستقاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة<sup>1</sup>.  
حاول هذا التعريف أن يجمع بين خصائص الصحافة الورقية وخصائص الاتصال الإلكتروني التي يمكن الاستفادة منها كالتفاعلية والسرعة في تقديم الأخبار.  
ومن التعاريف التي حاول أصحابها أن يلموا بمجمل خصائص الصحافة الإلكترونية ومحدداتها نجد تعريف الدكتور ماجد سالم تريان الذي يرى أن:

"الصحيفة الإلكترونية هي عملية اتصال صحفي عبر شبكة الإنترنت، تتم من خلال وسائط إلكترونية متعددة مستفيدة بما تقدمه شبكة الإنترنت من مزايا تكنولوجية، وتصدر بشكل دوري ولها موقع محدد على الشبكة، وتعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تحليل وصياغة محتويات الصحيفة وتقديمها إلى القارئ عبر الإنترنت لخلق جو من التفاعل معه، وذلك بما توفره له من إمكانيات التفاعل مع النص والقدرة على تصفحه واستدعائه والبحث في محتوياته وتخزينه واسترجاعه بأيسر الطرق وأسهلها، وقد تكون بمثابة إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد أو مجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والخدمات المرجعية"<sup>2</sup>.

وعلى الرغم من أن الباحث في هذا التعريف قد حاول جمع كل التعاريف السابقة حتى يتحصل على تعريف جامع إلا أننا نرى أنه وقع في فخ الإطالة، فالتعريف طويل، حيث أن أفضل تعريف للصحافة الإلكترونية هو الذي وضعه الدكتور رضا عبد الواحد أمين، الذي توصل إلى أن الصحافة الإلكترونية هي: "وسيلة من الوسائل المتعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار بشكل دوري

<sup>1</sup> زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 11.  
<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 98.

وبرقم متسلسل باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، تصل إلى القارئ من خلال جهاز الحاسوب سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي للصحافة الإلكترونية

الصحافة الإلكترونية في دراستنا هي: "تلك المواقع الإلكترونية للصحف اليومية العامة (الإخبارية) على شبكة الإنترنت، وهي نسخة إلكترونية لصحيفة مطبوعة تصدر بشكل دوري ومنتظم ويتم تحديث مضمونها من فترة إلى أخرى، تتيح المحتوى في روابط متعددة تسمح للقارئ الوصول إلى هذا المحتوى بتوفير حرية التجول الاختيار والتفاعل معه".

### 1-6-2 الاتجاه

يعرّف الاتجاه على أنه استعداد داخلي مستمر يترجم في شكل استجابات تعبر عن رفض أو قبول الفرد لشيء أو لفئة من الأشياء. والاتجاه لا يمكن ملاحظته بشكل مباشر بل يقاس من خلال استجابات لفظية أو سلوكية، وهو عبارة عن استعداد شخصي، حيث يعتبر الفرد هو مصدر تشكيل وتعديل اتجاه معين، الذي يكون نتاج وخالصة كل تجاربه سواء كانت لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالشيء المراد قياسه.<sup>2</sup>

فالالاتجاه هو حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع المواضيع والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة.<sup>3</sup>

### التعريف الإجرائي للاتجاه

تنظيم نفسي للعمليات الإدراكية والعقلية للفرد يتشكل من خلال خبراته وتجاربه السابقة والتي تنعكس على آرائه واعتقاداته حول موضوع معين، من خلال رفضه للموضوع أو قبوله، بطريقة تسمح بقياس درجة هذا الرفض أو القبول.

### 1-7 المدخل النظري للدراسة

انطلاقاً من تساؤلات الدراسة والأهداف التي تريد الباحثة تحقيقها، ونظراً لطبيعة الموضوع "الصحافة الإلكترونية الجزائرية" التي تستهدف وصف الوسيلة وعناصرها بما فيها اتجاه

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 95.

<sup>2</sup> Henriette Bloch et autres: Grand dictionnaire de la psychologie, édition LAROUSSE, Paris, 1992, P79.

<sup>3</sup> محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي، عمان، 2006، ص 6.

الجمهور الجزائري نحو المواقع الإعلامية للصحافة الإلكترونية، فإنه يفضل الاعتماد على المنظور الوظيفي الذي يهتم بوصف وتفسير الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام في المجتمع. حيث يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها والتي تقوم على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع. وبناء على ذلك اتفق الخبراء على ضرورة تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تحافظ على وجود المجتمع واستقراره، ومن هذه الأنشطة النشاط الاتصالي أو نشاط وسائل الإعلام في المجتمع الذي يرتبط استمراره بتحقيقه لعدد من الوظائف أيضا باعتباره أحد الأنشطة المتكررة في المجتمع، أو باعتبار النظام الإعلامي أحد النظم الفرعية أو العناصر الفرعية لبناء المجتمع الذي يقوم لتحقيق عدد من الوظائف الاجتماعية في إطار مفهوم البنائية الوظيفية.<sup>1</sup>

وقد كان هارولد لاسويل H. D. Lasswell أول من اقترح تصنيف لوظائف الاتصال في مقال له عام 1948، حيث حدّد ثلاث وظائف اجتماعية هي: مراقبة المحيط، الاندماج بين مختلف مكونات النظام، وأخيرا نقل الموروث الثقافي. ليأتي بعده تشارلز رايت Ch. Wright ليؤكد في مقال له عام 1960، أن عملية الاتصال هي نشاط اجتماعي متكرر يقبل التحليل الوظيفي كأبي بناء في المجتمع، وأضاف وظيفة التسلية والترفيه إلى الوظائف المقترحة من طرف لاسويل، كما انه يعتبر أول من أشار إلى الاختلالات الوظيفية التي يمكن أن تنتج عن النشاطات الاتصالية. في عام 1973 قام كاتز E.Katz، في مقال يعتبر فيه المتلقي مسؤول عن المضامين الإعلامية التي ينتقيها، ويستوعبها، حيث يتحدد استعماله لوسائل الإعلام على أساس دوره ومكانته الاجتماعية من جهة، وباستعداداته النفسية. هذه الدراسة لم تتناول فحسب الحاجات النفسية للأفراد أثناء استعمال وسائل الإعلام، لكنها كانت تبحث عن مكانة استعمال وسائل الاتصال ودوره في سيرورة النظام الاجتماعي ككل، بفضل إشباع الحاجات النفسية للأفراد من طرف وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 2، القاهرة، 2004، ص 31.

<sup>2</sup> Philippe Breton, Serge Proulx: l'explosion de la communication –introduction aux théories et aux pratiques de la communication- La Découverte, coll "Repères", Paris 1996, P 172-173.

وتعتمد الباحثة على المنظور الوظيفي حتى تتمكن من تناول الموضوع من الجوانب الآتية:

- تناول موضوع الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الوظائف التي تقدمها للجمهور، وذلك مقارنة مع الخصائص العامة للصحافة الإلكترونية من حيث الشكل والمضمون وما يجب أن تكون عليه، من حيث توظيف الخصائص الاتصالية لشبكة الإنترنت خاصة منها التفاعلية ومدى توفيقها في ذلك.

- دراسة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الوظائف التي تقدمها الصحافة الإلكترونية الجزائرية والتي تنعكس على مستويات الشكل والمضمون المتوفرين على المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

### 8-1 الدراسات السابقة

إيماننا من الباحثة بطبيعة البحث العلمي التراكمية، واقتناعا منها بأن هذه الدراسة تعد حلقة من سلسلة بحوث متعددة الأبعاد في ظاهرة الإعلام الجديد عموما والصحافة الإلكترونية بصفة خاصة، وإقرارا بأهمية الدراسات السابقة ودورها المتمثل في:<sup>1</sup>

- المساعدة على بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها بشكل أكثر وضوحا.
- تزويد الباحث بالجديد من الأفكار والإجراءات التي يمكن أن يستفيد منها في بحثه، فقد تساعده البحوث السابقة في اختيار أداة أو وسيلة أو تصميم أداة مشابهة لأدوات أخرى ناجحة استخدمت في تلك البحوث.

- الحصول على معلومات جديدة بخصوص المصادر التي لم يستطع تشخيصها بنفسه.
- إفادة الباحث في تجنب السلبيات التي وقع فيها من سبقوه في البحث، وتعريفه بالصعوبات التي واجهوها والوسائل التي اتبعوها في معالجة تلك الصعوبات.

- الاستفادة من نتائج البحوث السابقة في بناء فرضيات لبحوث جديدة.
- استكمال الجوانب التي وقفت عندها البحوث السابقة، لأن في ذلك تجانس وتكامل لسلسلة البحوث العلمية في مجال تخصصه.

فقد تمكنت الباحثة من الحصول على مجموعة من الدراسات التي قد تكون مشابهة أو سابقة لموضوع البحث، تبعا لطبيعة علاقتها به، و سوف نستعرض أهم هذه الدراسات وتحديد أوجه الإفادة منها:

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، إيمان السمرائي: البحث العلمي الكمي النوعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 99.

## 1-8-1 دراسة محمود حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة

تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية- رسالة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه،

جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام، 2004

تتركز مشكلة الدراسة حول كيفية إنشاء صحافة إلكترونية تفيد من العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت من ناحية، ومحاولة خروج هذه الصحف من عباءة الصحف الورقية في الشكل والتصميم من ناحية أخرى. حيث قسم الباحث الهدف من هذه الدراسة إلى قسمين:

**هدف وصفي** تسعى الدراسة من خلاله إلى توصيف العناصر البنائية الموجودة في بعض الصحف المصرية والأمريكية اليومية على الإنترنت بغرض التعرف على استخداماتها، أدوارها، وظائفها وخصائصها، و**هدف تقويمي** يتمثل في محاولة تقويم استخدام العناصر البنائية الموجودة في الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت بغرض بناء صحافة إلكترونية تفيد من جميع العناصر البنائية الموجودة على الإنترنت إفادة مثلى وذلك من خلال دعم هذه الصحف ببعض العناصر البنائية غير المستخدمة على صفحاتها من ناحية والإفادة المثلى من العناصر الموجودة على صفحاتها من ناحية أخرى.

وقد طرح الباحث مجموعة من التساؤلات كالاتي:

✓ ما هي العناصر البنائية الأساسية التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت.  
✓ ما هي وظائف واستخدامات العناصر البنائية الأساسية التي تستخدمها الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت.

✓ هل تفيد الصحف المصرية والأمريكية من كل العناصر البنائية الأساسية التي تقدمها الإنترنت.  
✓ ما هي العناصر البنائية المساعدة التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية على الإنترنت.

✓ ما هي وظائف واستخدامات العناصر البنائية المساعدة التي تستخدمها الصحف المصرية والأمريكية.

✓ ما هي العناصر البنائية التفاعلية التي تستخدمها الصحف الإلكترونية.

✓ ما هي أشكال التصميم التي تحظى بها الصحف المصرية والأمريكية الموجودة على الإنترنت.

أما عن المدخل النظري للدراسة، فالبحث في الأشكال البنائية في الإنترنت دفع الباحث إلى تقديم مدخل جديد استقاه من الدراسات التكنولوجية، هو "إيهام المستخدم" الذي اعتمد عليه في صنع واجهة إلكترونية قادرة على اختزال المساحة المطولة التي تقدمها الصحف الإلكترونية لعرض مواضيعها، كما تعتمد هذه الدراسة على "المدخل المهجن" في الجزء الخاص بتأثير تكنولوجيا الإنترنت على بنية الصحافة من خلال التزاوج بين الصحافة التقليدية والإنترنت.

واستخدم الباحث المنهج المسحي في مسح الأشكال البنائية الموجودة في الصحف الأمريكية على الإنترنت للتعرف على خصائصها، سماتها ووظائفها، كما قام بمسح الأسلوب الإخراجي الذي تتبعه هذه الصحف من الناحية الأخرى للتعرف على الأساليب التي يتميز بها الإخراج الإلكتروني. كما اعتمد على المنهج المقارن لمقارنة العناصر البنائية مع بعضها البعض من ناحية، وبين صحف الدراسة من ناحية أخرى.

### أدوات جمع البيانات

وفي هذا الصدد اشتملت هذه الدراسة على العديد من أدوات جمع البيانات هي:

✓ تحليل الشكل: الذي يهدف إلى الكشف عن العناصر البنائية الأساسية، والعناصر البنائية المساعدة، والعناصر البنائية التفاعلية.

✓ تحليل لغة المصدر: أي البرامج المستخدمة في تصميم صفحات الويب.

✓ تحليل المهام: أي تحليل ما تقوم به العناصر البنائية داخل البناء الكلي للصحيفة من خلال تحديد علاقات الاتصال بين هذه العناصر من ناحية، وتحديد متى تبدأ مهمة كل عنصر ومتى تنتهي من ناحية أخرى.

✓ الاستبيان الإلكتروني: حيث تم إرسال استبيان إلكتروني لذوي الخبرة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات للتعرف على رأيهم حيال ووضعية العناصر البنائية في الصحف الإلكترونية على الإنترنت حيث تم إرسال الاستبيان إلى عدد من مدارس وأقسام الإعلام المتخصصة في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تمثلت عينة المصدر: بالنسبة للصحف المصرية في كل من صحيفة الجمهورية، وصحيفة الأهرام المصرية، أما بالنسبة للصحف الأمريكية فقد حلل الباحث كل من USA To Day وصحيفة NEW YORK TIMES.



وقد انطلق الباحث في عملية التحليل بداية جانفي 2002، حتى نهاية ديسمبر 2002، حيث قام بتحليل الأشكال البنائية الموجودة في الصحف الإلكترونية على الإنترنت، وكذلك الأساليب المتبعة في تصميم صفحات البدء.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الصحف عينة البحث قد حاولت الاستفادة من الإمكانيات المتاحة من طرف الإنترنت لإنتاج صحيفة إلكترونية، لكن الصحف الإلكترونية الأمريكية كانت أكثر التزاما بقواعد الإخراج الإلكتروني والإفادة من إمكانيات الإنترنت حيث أن صحفها كانت أكثر نموذجية من الصحف المصرية.

### أوجه الاستفادة من هذه الدراسة

تعد هذه الدراسة دراسة سابقة للدراسة الحالية، دراسة وصفية تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية، اهتمت خاصة بوصف بناء وتصميم الصحف الإلكترونية، إضافة إلى الخصائص التفاعلية لها، كما أنها اهتمت بالمزج بين كل من الجانب النظري وما يقابله في الميدان، وهي طريقة جيدة حتى لا يظهر للقارئ أو المهتم ذلك الهامش الذي يخلفه التطرق لكل ما هو نظري من خصائص بنائية وتفاعلية، ثم العودة لوصف ما هو موجود على أرض الواقع وتحليله، أما جوانب الإفادة من هذه الدراسة فتلخصها الباحثة في النقاط الآتية:

- اعتمدت الباحثة على هذه الدراسة كمرجع نظري بالدرجة الأولى لاستكمال بعض جوانب الموضوع التي صعب إيجاد مراجع لها.

- تبنت الباحثة نفس مقياس التفاعلية الذي وظفه الباحث، حيث أنه اعتمد على مقياس هيبتر للتفاعلية، مع بعض التعديل، وقد وجدت الباحثة أن هذه الإضافات منطقية، ومفيدة بالنسبة للتحليل فأرادت تطبيقها على الصحف الإلكترونية.

- الباحث قام بتحليل الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية مركّزا على الخصائص البنائية التي يقوم عليها إخراج وتصميم الصحف، وهذا هو وجه الاختلاف الأساسي مع الدراسة الحالية التي حاولت البحث في الشكل والمضمون وربطه بالوظائف والخدمات التي تؤديها هذه الصحف.

تركز مشكلة البحث على كيفية تناول المواقع الإلكترونية للمادة الإخبارية في الصحافة الإلكترونية في ظل المساحة الواسعة التي احتلتها على شبكة الإنترنت، واحتدام المنافسة بين الصحف الإلكترونية نفسها بعد استغلال السمات والمزايا المتعددة التي تتمتع بها الإنترنت والتي أفرزت تنوعاً في الأساليب التقنية في تحرير الأخبار، ولا سيما من حيث المواضيع والنوع والقيم الإخبارية وطبيعة المادة الإخبارية والقوالب الفنية المستخدمة في بناء وصياغة الأخبار إلى جانب مصادرها، وقد طرح الباحث مجموعة من التساؤلات هي:

✓ ما هو مستوى اهتمام المواقع الإلكترونية بالمادة الإخبارية قياساً بالفنون الصحفية الأخرى.  
✓ ما مدى استخدام أساليب التحرير الحديثة في صياغة وبناء المادة الإخبارية (الخبر، القصة الإخبارية، التقرير الإخباري)، خاصة من حيث القوالب الفنية الحديثة.  
✓ ما الخصائص التي ميّزت الصحافة الإلكترونية في تعاملها مع المادة الإخبارية وتأثير سمات الصحافة الإلكترونية عليها من حيث: التحديث، الفورية، التفاعلية، واستخدام الوسائط المتعددة، إضافة إلى القيم التي تتضمنها المادة الإخبارية في مواقع الصحافة الإلكترونية.  
وقد سعى الباحث من خلال بحثه هذا الوصول إلى الأهداف التالية:

✓ التعرف على مدى اهتمام الصحافة الإلكترونية بالمادة الإخبارية قياساً بالفنون الصحفية الأخرى.

✓ التعرف على قوالب التحرير الفنية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية لصياغة المادة الإخبارية وفق أساليب التحرير الحديثة في الصحافة الإلكترونية.

وقد تم تحديد الفترة من 2010-08-01 إلى غاية 2010-10-31 أي مدة ثلاث أشهر تابع فيها الباحث بشكل يومي المادة الإخبارية المنشورة في كل من موقع BBC العربية وإيلاف، فخرج بحصيلة جيدة من المواد الإخبارية أخضعها للدراسة والتحليل. وبالتالي يمكن القول أنه اعتمد على تقنية الحصر الشامل.

واختار الباحث المنهج الوصفي في بحثه مستخدماً في ذلك أسلوب تحليل المضمون لجمع البيانات وتسجيلها عن طريق استمارة أعدت لهذا الغرض وقد تضمنت:

✓ وحدات التحليل: حيث اعتمد على المادة الإخبارية كوحدة للتحليل.

✓ فئات التحليل: تطلبت الدراسة من الباحث التركيز على فئات المضمون التي اشتملت على: فئة الموضوعات، فئة نوع المادة الإخبارية، فئة القيم الإخبارية، فئة طبيعة المادة الإخبارية، فئة القوالب الفنية، فئة مصادر المادة الإخبارية.  
توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

✓ تشابه وتطابق عينة الدراسة في الاهتمام بالمجال السياسي في مواضيع المادة الإخبارية، حيث يتبين اهتمام موقعي الدراسة بالمواضيع التي تتناسب وطبيعة دورها وتوجهاتها.

✓ أظهر الموقعان تطابقا في استخدام الخبر القصير على حساب القصة الإخبارية والتقارير الإخباري، هذا ما يثبت أن الموقعين تعاملوا بواقعية مع ما يجب أن تكون عليه المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، حيث يؤكد خبراء الإعلام أنه على المواقع أن تقدم خدمات معلوماتية مركزة يريدها الزائر بعيدا عن الإطالة والإسراف والاستفادة من مميزاتها وإمكاناتها التقنية في تغطية الأحداث الإقليمية والدولية، ولا سيما في مجالي التحديث والآنية في نشر الأخبار القصيرة.

✓ تطابق الموقعين عينة الدراسة في اتباع أساليب البناء الفني الحديثة للمادة الإخبارية من خلال الاعتماد على القوالب الفنية الحديثة على حساب القوالب الفنية التقليدية، وقد ظهر ذلك في تفوق القوالب الحديثة في كلا الموقعين.

✓ لقد وجدت الدراسة أن قالب الكتل الرئيسية ولوحة التصميم احتلا الصدارة بين القوالب الفنية الحديثة الأخرى.

✓ أما في مجال استخدام القوالب الفنية التقليدية (الهرم المقلوب، الهرم المعتدل، الهرم المعتدل المتدرج، والهرم المقلوب المتدرج)، وباقي القوالب الأخرى فقد احتل الهرم المقلوب الصدارة في كلا الموقعين.

✓ ويشير تنوع عينة الدراسة في استخدام مختلف القوالب الفنية الحديثة منها والتقليدية لوجود حالة من الرؤية الواضحة لعملية تحرير المادة الإخبارية وبنائها وإن كانت الكفة قد مالت إلى القوالب الفنية الحديثة.

أوجه الاستفادة من الدراسة

تعد هذه الدراسة سابقة للدراسة الحالية، اهتمت بتحليل الوظيفة الإخبارية في المواقع عينة الدراسة، وهو وجه الاختلاف الرئيس بين الدراستين، حيث تهتم الدراسة الحالية بتحليل كل مضامين الصحف الإلكترونية من أخبار، مقالات إعلانات....إلخ، ورغم ذلك فإنها تعد مرجع قيم اعتمدت عليه الباحثة كون الدراستين تلتقيان في هدف أساسي وهو محاولة الكشف عن نوعية قوالب التحرير المعتمدة من طرف الصحف الإلكترونية هل هي تقليدية أم حديثة هذا من جهة، ومن جهة أخرى تحاول الدراسة أيضا تسليط الضوء عن أهم قوالب التحرير الحديثة المعتمدة من طرف الصحف الإلكترونية قيد التحليل، وبالتالي حاولت الباحثة الاسترشاد بالخطوات والإجراءات المنهجية التي اعتمدها الباحث لتحقيق هذا الهدف وأتباعها، ورغم أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعتبر فتية إلا أن الباحثة أرادت الكشف عن مستوى الخدمة الإعلامية المقدمة ومدى اختلافها عن تلك التي تضمنها الصحافة الورقية، حيث يظهر أن للتحرير الإلكتروني قواعده الخاصة التي فرضتها شبكة الإنترنت والإعلام الجديد وأثبتت الدراسات الخاصة بعمليات التحرير ظهور قوالب تحرير حديثة لتقديم الخدمات الإعلامية وهو ما أرادت الباحثة الوصول إليه ومدى التزام الصحافة الجزائرية به.

### 1-8-3 دراسة سمية بورقعة "الصحافة الإلكترونية في الجزائر" دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في

الصحافة الإلكترونية الجزائرية: الشروق أونلاين، الخبر أونلاين، النهار أونلاين نموذجاً، رسالة مقدمة للحصول على شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3 الجزائر،

2014-2015

تكمن مشكلة الدراسة في طريقة توظيف التطبيقات التفاعلية في الصحف الإلكترونية التي تتيح التواصل والمشاركة بين القائم بالاتصال والقراء، حيث أن البريد الإلكتروني يمكن أن يتيح للقارئ علاقة أكثر من معمقة بكاتب المقال، ويمكن أن تكون هذه العلاقة الاتصالية بناء وتوظيف وتوجيه لمواضيع ومعالجات وطرح لقضايا دون أخرى، فكل هذه البنى المستحدثة توظف لتنشر أفكار مستحدثة ظاهرها هو التفاعلية، وكامنها الإيديولوجي هو الأجندة الإعلامية المرغوبة لكل من القائم بالاتصال والمتلقي باعتباره يعايش بيئة رقمية للصحفي والمواطن.

وقد حاولت الباحثة الإجابة على التساؤل الرئيس للدراسة وهو: ما مدى توظيف الصحف الإلكترونية الجزائرية لتطبيقات التفاعلية في المواد الإعلامية المنشورة على صفحاتها؟ وذلك من خلال تحليل الجوانب الرئيسية في الدراسة وهي:

✓ تحليل محتوى المواد الإعلامية التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة من خلال الكشف عن الأجندة الإعلامية المتبناة، وعن دورة اهتمام تلك المواقع بمواضيع تفاعلية دون أخرى بتوظيف تطبيقات تفاعلية للمستخدم والقارئ، ومدى تبني هذا المستحدث وإحداثه للتغيير سواء للقائم بالاتصال أو للقارئ.

وجاء التساؤل الرئيس للدراسة الميدانية كالاتي: ما مدى تفاعل القائم بالاتصال مع القراء عبر البريد الإلكتروني لبناء أجندة إعلامية تفاعلية وتبني أفكار مستحدثة؟ وتتفرع عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

أ- ما هي أكثر وسائل الاتصال التي يتم التواصل من خلالها بين الصحفيين والقراء.

ب- كم عدد الرسائل التي يتلقاها الصحفيون بعد كتاباتهم للمقالة الصحفية.

ج- ما مدى اهتمام الصحفيين بالرد على رسائل القراء الإلكترونية وحفظها.

د- ما مدى حرص الصحفيين على تجديد التواصل مع قرائهم.

هـ- هل تزود رسائل القراء الصحفيين بأفكار مواضيع جديدة.

و- هل يغير الصحفيون بعض اتجاهاتهم إزاء بعض المواضيع جراء رسائل القراء.

وقد سعت الباحثة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي:

✓ الكشف عن ملامح أجندة الصحف الإلكترونية الإخبارية الجزائرية، وأهمية المواضيع التفاعلية المختارة والمنشورة على هذه الأجندة ومدى توظيفها للتطبيقات التفاعلية.

✓ الكشف عن نوع المواضيع التفاعلية الذي تركز عليه الصحف الإلكترونية محل الدراسة أكثر من غيرها.

✓ تحديد دور التطبيقات التفاعلية شكلا ومضمونا التي تركز عليها الصحف الإلكترونية ومعرفة ما إذا كانت هناك أجندة فرعية ذات صلة بالقوالب الصحفية في نشر ومعالجة المواضيع التفاعلية.

✓ الكشف عما إذا كانت هناك وظيفة كامنة من خلال التطبيقات التفاعلية في المواضيع المنشورة.

✓ الكشف عن المشهد الإعلامي الإلكتروني الجديد المجسد في صحافة الويب كمبتكر جديد ومدى توظيف هذا المبتكر للأفكار المستحدثة من طرف القائم بالاتصال وتعامل المتلقي وتجاوبه وتكيفه وتبنيه لها لإحداث التغيير، انطلاقا من تحليل مضامين المواضيع التفاعلية واستخدام التطبيقات التفاعلية من طرف القارئ وممارسته لها.

ولتحقيق هذه الأهداف فقد اقترحت الباحثة الفرضيات الآتية:

✓ تركز الصحف الإلكترونية على نشر المواضيع السياسية الاجتماعية الرياضية أكثر من غيرها.

✓ تعتمد الصحف الإلكترونية عينة الدراسة في تغطية المواضيع المنشورة على توظيف الفنون الصحفية التي تركز على التطبيقات التفاعلية.

✓ لا تعالج الصحف عينة الدراسة بتوازن المواضيع المنشورة من ناحية المساحة ولا من ناحية جغرافية الأخبار.

✓ تتبنى الصحف الإلكترونية عينة الدراسة التطبيق التفاعلي الحديث "البريد الإلكتروني" بين صحفيها وقرائها لبناء أجندة إعلامية.

وقد اختارت الباحثة المنهج الوصفي الاستكشافي الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة التفاعلية في الصحف الإلكترونية ومحاولة تفسيرها من خلال تصنيفها وتحليلها، معتمدة على تقنية تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة التحليلية، واستمارة استبيان بالنسبة للدراسة الميدانية.

وقد كانت خصائص العينة كالآتي:

✓ عينة الدراسة التحليلية: الصحف الإلكترونية الإخبارية وشملت عينة هذه الدراسة 12 مفردة من كل من صحيفة: "الشروق أون لاين"، "الخبر أون لاين" و"النهار أون لاين"، ثم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة.

✓ عينة الدراسة الميدانية: قامت الباحثة بحصر شامل على الصحفيين الجزائريين الذين قاموا بنشر مقالات في الصحف الجزائرية التي لديها مواقع على شبكة الإنترنت خلال شهر فيفري 2013.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى تحقق الفرضية الأولى والتي نصها: "تركز الصحف الإلكترونية على المواضيع السياسية، الاجتماعية، الرياضية أكثر من غيرها من المواضيع"، حيث تأكدت كثرة المواضيع التي تثير فضول القارئ بأيقونة الأكثر قراءة، الأكثر تعليقا، والأكثر تقييما، والتعامل مع هذه المواضيع بإعطائها حجم كبير للمادة الإعلامية المخصصة للمواضيع السياسية الاجتماعية والرياضية للصحف الثلاثة.

✓ تشير نتائج الدراسة إلى تحقق الفرضية الثانية والتي نصها: "تعتمد الصحف الإلكترونية في تغطية المواضيع المنشورة على توظيف الفنون الصحفية التي تعتمد على التطبيقات التفاعلية، وقد أثبتت الدراسة صحة مؤشر "الإفراط في استخدام استطلاعات الرأي العام" متفاوت نسبيا بين الصحف فقد شكلت صحيفتا "الشروق أون لاين" و"الخبر أون لاين" حضورا ملحوظا لاستطلاعات الرأي العام في صفحتيهما التمهيدية، فيما غاب هذا الفن الصحفي تماما في "النهار أونلاين"، وفيما ثبت مؤشر الإفراط في إحالة القارئ على روابط أخرى نسبيا، فقد عرفت صحيفة "النهار أونلاين" هي الأخرى غيابا كليا لمحرك بحث موظف ومتاح على صفحتها التمهيدية وغياب كذلك روابط تحيل القارئ إلى مواضيع أخرى، هذا التفاوت الملحوظ يجعل من تفاوت هذه الفرضية متفاوت من صحيفة إلى أخرى.

✓ أما فيما يخص الفرضية الثالثة: "لا تعالج الصحف الإلكترونية بتوازن المواضيع المنشورة من ناحية المساحة ولا من ناحية الأخبار"، فقد ثبتت صحتها حيث تؤكد إعطاء الأولوية للمواضيع المحلية على حساب المواضيع الثقافية، وكذا اختلاف مساحة المادة المنشورة إلكترونيا سواء في الصفحة التمهيدية من حيث الترتيب أولا والتفصيل ثانيا لمواضيع دون أخرى.

✓ أما فيما يخص الدراسة الميدانية فتشير نتائجها إلى صحة الفرضية: "تبني الصحف الإلكترونية للتطبيق التفاعلي الحديث بين صحفيها وقرائها لبناء أجنحة إعلامية أكثر تفاعلية"، وقد أثبتت الدراسة صحة المؤشرات، حيث أن مؤشر تذييل الصحفيين لمقالاتهم بعنوان بريدهم الإلكتروني وجد وأتيح للقراء وإن جاء بنسب متواضعة جدا، فيما أثبتت الدراسة صحة مؤشر مشاركة القراء في المواضيع المطروحة للنشر، وكذلك مؤشر تأثير آراء الصحفيين برسائل القراء في طرحهم لمواضيع معينة، فتصدر البريد الإلكتروني كأداة فعالة للتواصل بين القراء والصحفيين، وحرص معظمهم على فتح بريدهم كل يوم سواء كان في المنزل، أو مقهى الإنترنت.

### أوجه الاستفادة من الدراسة

يمكن اعتبار هذه الدراسة دراسة سابقة للدراسة الحالية تكتسي من الأهمية ما جعل الباحثة تسترشد بها في كثير من الخطوات والإجراءات المنهجية، المتبعة غير أن وجه الاختلاف يكمن أساسا في المدخل النظري للدراسة التي اعتمدت على نظرية وضع الأجنحة في تحليل مضامين الصحف الإلكترونية والكشف عن مدى أهمية مواضيع دون أخرى بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، في حين تعتمد الدراسة الحالية أساسا على المدخل الوظيفي كمرجعية للتحليل بغية التوصل إلى

وصف شامل لشكل ومضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية وذلك بغية تقييم الوظيفة الإعلامية التي تقدمها للجمهور، ورغم ذلك فهذه الدراسة تعتبر مرجعا هاما في الصحافة الإلكترونية الجزائرية يعتمد عليه من قبل الباحثين والمهتمين بمجال الإعلام الجديد.

#### 1-8-4 دراسة حسن محمد حسن منصور: الإعلام العربي في شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية تقويمية

لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت - رسالة مقدمة للحصول على شهادة

**الدكتوراه في علوم الإعلام جامعة الأزهر مصر 2007**

حاول الباحث التعرف على مدى استثمار وسائل الإعلام العربية (صحف، مجلات، محطات راديو، وقنوات تلفزيونية)، للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت، ودرجة توفير تلك المواقع لعناصر المحتوى التي تدعم الوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها.

واقترح مجموعة من الفروض هي:

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة توفير المزايا التقنية والخدمات التفاعلية (الكفاءة والتفاعلية) في مواقع الدراسة من جهة، ودرجة توفير عناصر (دعم الوسيلة) في تلك المواقع من جهة أخرى.

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجات توفير المزايا التقنية والخدمات التفاعلية بين مواقع الدراسة.

✓ وجود فروق ذات دلالة في درجات (المقياس الكلي) لتوفير عناصر دعم الوسيلة الإعلامية في المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة -.

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات المواقع الإلكترونية في مقياسي (تنوع خيارات المحتوى - ومستوى التحديث والفورية).

✓ نوع الوسيلة الإعلامية يؤثر في درجات مقاييس دعم الوسيلة الأربعة، وأن درجات المواقع تختلف باختلاف الوسائل الإعلامية التي تصدر عنها في المقاييس الأربعة.

✓ يؤثر حجم الوسيلة (محلية/عربية دولية) في درجات مقاييس الكفاءة والتفاعلية للمواقع الإلكترونية الصادرة عن تلك الوسائل.

✓ يؤثر حجم الوسيلة الإعلامية (محلية/غير محلية) على درجات الموقع الإلكتروني في المقياس الكلي لدعم الوسيلة.



✓ تبعية الوسائل للحكومة (رسمية/غير رسمية) تؤثر في درجات مواقعها الإلكترونية في المقياس الكلي للكفاءة والتفاعلية.

✓ تؤثر تبعية الوسيلة الإعلامية للحكومة في درجات مقاييس دعم الوسيلة من خلال موقعها الإلكتروني.

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على مناهج بحثية متعددة، حيث اعتمدت على منهج المسح بالعينة نظرا لصعوبة المسح الشامل لجميع المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت، واستخدمت الدراسة المنهج المقارن لإجراء المقارنات بين وسائل الإعلام العربية المختلفة (تلفزيون، إذاعة، صحافة)، في مدى استفادة كل منها من الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت في تقديم خدماتها الإعلامية.

وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون وصممت مقاييسين كميين، يهدف الأول لقياس مستوى كفاءة وتفاعلية عناصر البناء في الصفحات الافتتاحية للمواقع الإلكترونية العربية، وقياس الثاني مستوى دعم المواقع الإلكترونية للوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها.

أما عن العينة فقد بلغ حجمها العينة 122 موقعا، وهي عينة عمدية تتمثل في المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام العربية والتي جاءت ضمن قائمة المائة ألف موقع الأكثر شعبية حسب إحصاءات "أليكسا".

وقد أجريت الدراسة خلال تسعة أشهر قسّمت على ثلاثة مراحل: المرحلة الأولى انطلقت في سبتمبر 2005، تم خلالها إحصاء 344 موقعا إلكترونيا، ثم تم تحديد العينة بـ122 موقعا كانت الأهم، في المرحلة الثانية ديسمبر 2005، تمت خلالها الدراسة التحليلية وتطبيق مقاييس تقريبية لمعرفة مدى استثمار وسائل الإعلام العربية للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية للإنترنت، وفي المرحلة الثالثة تم تطبيق مقاييس الدراسة التحليلية على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة للمرة الثانية لمعرفة مدى التقدم أو التراجع الذي حدث في مقياس الكفاءة والتفاعلية ومقياس دعم الموقع للوسيلة التي يصدر عنها.

بعد هذه الخطوات توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى قبول الفرض الأول الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة توفير المزايا التقنية والخدمات التفاعلية (الكفاءة والتفاعلية) في مواقع الدراسة من جهة، ودرجة توفير عناصر (دعم الوسيلة) في تلك المواقع من جهة أخرى، وكان نجاح المواقع الإلكترونية – عينة الدراسة – في توفير عناصر دعم الوسيلة التي تصدر عنها أكثر

من نجاحها في تقديم عناصر الكفاءة والتفاعلية، وكانت الفروق ذات دلالة بين درجات المقياسين في جميع المواقع عدا مواقع (الراديو)، وإجمالاً فقد أشارت نتيجة اختبار (الفرض الأول) إلى أن المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة - تنجح في تقديم نفسها كامتدادات أو كأذرع إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية التي تصدر عنها، أكثر من نجاحها كمواقع إلكترونية تقدم خدمة إعلامية تستثمر مزايا (الوب) وأهمها ميزة التفاعلية.

✓ دعمت النتائج قبول الفرض الذي يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجات توفير المزايا التقنية والخدمات التفاعلية بين مواقع الدراسة. وكانت درجات (مواقع المجلات) هي الوحيدة التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينها وبين درجات جميع المواقع الأخرى، أي: أن درجات مواقع المجلات كانت هي (مصدر التباين)، وكانت جميع المقارنات لصالح المواقع الأخرى مقابل مواقع (المجلات) في مقياس الكفاءة والتفاعلية، ولذلك فإن متوسط درجات المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة - في مقياس الكفاءة والتفاعلية قد ارتفع من (47.1) إلى (51.7) درجة من مائة عند استبعاد مواقع المجلات التي تمثل 9% فقط من مواقع الدراسة.

✓ أشارت نتائج الدراسة إلى عدم قبول الفرض الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة في درجات (المقياس الكلي) لتوفير عناصر دعم الوسيلة الإعلامية في المواقع الإلكترونية - عينة الدراسة -.

✓ دعمت النتائج قبول الفرض الرابع جزئياً، إذ أن متغير (نوع الوسيلة) قد أثر في درجات المواقع الإلكترونية في بعض مقاييس الكفاءة والتفاعلية، وكانت الفروق بين درجات المواقع التي تصدر عن الوسائل المختلفة ذات دلالة إحصائية في مقياسي (تنوع خيارات المحتوى - ومستوى التحديث والفورية) - على وجه التحديد - وكانت مواقع المجلات هي مصدر التباين في المقياسين.

✓ أكدت نتائج الدراسة قبول الفرض الخامس القائل بأن نوع الوسيلة الإعلامية يؤثر في درجات مقاييس دعم الوسيلة الأربعة، وأن درجات المواقع تختلف باختلاف الوسائل الإعلامية التي تصدر عنها في المقاييس الأربعة، إذ كانت الفروق ذات دلالة إحصائية بين درجات مجموعات المواقع الخمس في كل مقياس من مقاييس دعم الوسيلة، وكانت المواقع (المركبة) هي مصدر التباين في مقياس التعريف بالوسيلة، ومواقع (المجلات) هي مصدر التباين في مقياس تعدد أشكال مضمون الوسيلة، ومواقع (التليفزيون) هي مصدر التباين في مقياس مدة أرشيف الوسيلة، ومواقع (الراديو) هي مصدر التباين في مقياس معلومات الاشتراكات والإعلانات.

✓ أشارت نتائج اختبارات الفرض السادس إلى عدم قبول الفرض القائل بتأثير حجم الوسيلة (محلية/عربية دولية) في درجات مقاييس الكفاءة والتفاعلية للمواقع الإلكترونية الصادرة عن تلك

الوسائل، إلا أن النتائج أثبتت وجود فروق ذات دلالة بين المواقع (المركبة) الصادرة عن المؤسسات الإعلامية الكبرى من جهة، والمواقع (غير المركبة) من جهة أخرى، في المقياس الكلي للكفاءة والتفاعلية، وكانت الفروق أشد وضوحاً لصالح المواقع (المركبة) في مقياس (تنوع خيارات المحتوى).

✓ دعمت اختبارات الفرض السابع قبول الفرض في بعض مقاييس دعم الوسيلة، إذ يؤثر حجم الوسيلة الإعلامية (محلية/غير محلية) على درجات الموقع الإلكتروني في مقياس (مدة أرشيف الوسيلة في الموقع) فقط، بينما يؤثر حجم الوسيلة الإعلامية (مؤسسات كبرى/وسيلة إعلامية واحدة) على درجات الموقع في المقياس الكلي لدعم الوسيلة، وفي المقاييس الفرعيين: (التعريف بالوسيلة – وتعدد أشكال محتوى الوسيلة في الموقع).

✓ أكدت النتائج قبول الفرض الثامن جزئياً، وأشارت إلى أن تبعية الوسائل للحكومة (رسمية/غير رسمية) تؤثر في درجات مواقعها الإلكترونية في مقاييس من مقاييس الكفاءة والتفاعلية، وهما: مقياس تنوع خيارات المحتوى ومقياس التحديث والفورية.

✓ أشارت نتائج اختبارات الفرض التاسع إلى عدم قبول الفرض القائل بتأثير (تبعية الوسيلة الإعلامية للحكومة) في درجات مقاييس دعم الوسيلة من خلال موقعها الإلكتروني.

#### أوجه الاستفادة من الدراسة

تعد هذه الدراسة دراسة وصفية تحليلية استهدفت المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام، من صحافة إذاعة وتلفزيون، اعتمدت على مقاييس كمية لتحليل كفاءة الأداء الإعلامي والتفاعلي لهذه الوسائل على شبكة الإنترنت، وهو ما استرشدت به الباحثة لاعتماد مؤشرات تقربها من القياس الحقيقي لوظائف الصحافة الإلكترونية، شكلها ومضمونها.

1-8-5 دراسة رضا عبد الجواد أمين: الصحافة الإلكترونية رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بقسم

#### الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر 2005

تتمحور مشكلة هذه الدراسة أساساً حول البحث في استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتفضيلاتهم لها، ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام من خلال التعرف على الآليات والمحددات التي تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، ورؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.

وقد قام الباحث بصياغة التساؤلات التالية:

- ما هي السمات والخصائص الرئيسة للنخب المصرية التي تتعرض للصحافة الإلكترونية؟  
- ما هي مستويات التفضيل لدى النخبة لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية؟

- ما دوافع التعرض لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية؟  
- ما هي الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية؟

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

- ما حجم المشاركة النشطة للنخب المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية على واقع الصحف الورقية؟

- ما هي تصورات النخبة المصرية لمستقبل العلاقة بين كل من 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؟

وقد اقترح للإجابة على هذه التساؤلات الفروض الآتية:

**الفرض الأول:** وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين واستخدام الصحف الإلكترونية على الإنترنت، ويشتمل هذا الفرض على عدد من الفروض الفرعية.

**الفرض الثاني:** وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين ومستويات التفضيل بين الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.

**الفرض الثالث:** وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين واتجاههم نحو مستقبل الصحف الإلكترونية.

**الفرض الرابع:** وجود علاقة ارتباط بين الخبرة الزمنية للمبحوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية.

**الفرض الخامس:** وجود علاقة ارتباط بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.

**الفرض السادس:** وجود علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للإنترنت وبين التعرض للصحف الإلكترونية.

**الفرض السابع:** وجود علاقة ارتباط عكسية بين زيادة تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية وزيادة تعرضهم للصحف الورقية.

وقد اشتمل البحث أربع أنواع من النخب المصرية، هي النخبة الأكاديمية التي شملت أساتذة الجامعات، والنخبة الإعلامية التي تضم الصحفيين والإذاعيين، ورجال السياسة أو ما يعرف بالنخبة السياسية، إضافة إلى النخبة الدينية التي تشمل رجال الدين والدعوة من أئمة مساجد ومفتشين ورؤساء إدارات في وزارة الأوقاف، حيث قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من النخبة الذين يستخدمون الإنترنت.

وقد استخدم الباحث منهج المسح الوصفي بنظام العينة لأعضاء النخب المصرية، كونه منهجا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة. وقد اعتمد في ذلك على استمارة الاستبيان التي وزعت على النخبة المصرية، بالإضافة إلى الاستعانة ببعض الوسائل الإحصائية كالجداول التكرارية والمعاملات الإحصائية لسهولة عرض النتائج واستنتاج العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضوع الدراسة.

في الأخير أسفرت الدراسة على النتائج التالية:

- فيما يتعلق باستخدام النخبة للصحافة الإلكترونية
  - خلصت الدراسة إلى أن سمة الفورية والأنية في إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية، إضافة إلى ما تمثله هذه الصحف للنخبة كبديل سهل للصحف التقليدية، ولا تكلفهم الكثير من المال، ولأنهم يتمكنون من قراءة الصحيفة الإلكترونية قبل نزول الإصدار الورقي منها في الأسواق.
  - بينت الدراسة أن أقل من ثلث العينة (29% تقريبا) لا يقرؤون الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت لعدة أسباب، كان منها أنهم لا يعرفون مواقع هذه الصحف، ولأنهم يكتفون بقراءة الصحف المطبوعة فلا داعي لتحمل تكلفة قراءتها مرة أخرى على الإنترنت ولو كانت قليلة، أو لأنهم يفضلون مواقع أخرى على الإنترنت ليس من بينها مواقع الصحف الإلكترونية.
- ✓ وفيما يتعلق بعلاقة النخبة بالصحافة الإلكترونية المصرية

- كشفت الدراسة استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية أن الصحف الإلكترونية المصرية كانت أكثر تفضيلاً لديهم عن الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية، وأرجع الباحث ذلك لأهمية الأخبار المحلية لدى المستخدمين، ولصعوبات لغوية فيما يتعلق بالصحف الأجنبية.

- جاءت صحيفة الأهرام على شبكة الإنترنت في المرتبة الأولى في قائمة تفضيلات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية المصرية، يرجع ذلك لأسباب ترتبط بحجم ومكانة الإصدار الورقي منها، بالإضافة إلى مقومات التفوق الإلكتروني لموقع جريدة الأهرام على غيرها من المواقع، وتلتها صحيفتا الأخبار والجمهورية، وهي الصحف المسماة بالقومية، نظراً للإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسات الصحفية التي تقف وراء الإصدار الإلكتروني لكل صحيفة، وخلت قائمة الصحف الإلكترونية الأكثر تفضيلاً تقريباً من الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي لقلّة هذه الصحف، حيث تمثل المواقع الإلكترونية التابعة للصحف الورقية الجزء الرئيس من ظاهرة الصحافة الإلكترونية المصرية.

- أوضحت نتائج الدراسة أن المادة الإخبارية المتعلقة بالمواضيع السياسية جاءت في الترتيب الأول من حيث مستويات تفضيل النخبة لمضامين الصحف الإلكترونية، تلتها الأخبار المحلية ثم مقالات الكتاب وصفحات الرأي، فالموضوعات الرياضية وأخيراً الموضوعات الاقتصادية والفنية.

- كشفت نتائج الدراسة فيما يتعلق بدوافع استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية أن الدوافع المعرفية جاءت في مقدمة هذه الدوافع المتمثلة في معرفة الأخبار الفورية والمعلومات والاطلاع على الأخبار المحلية، ثم جاءت الدوافع النفعية المتمثلة في إمكانية قراءة الصحيفة قبل نزولها إلى الأسواق وتوفير تكلفة شراء الصحيفة الورقية، أو لأنها غير موجودة بشكلها الورقية مثل صحيفة شباب مصر.

- أظهرت نتائج الدراسة أن مفهوم المشاركة النشطة من جمهور النخبة في مواقع الصحف الإلكترونية ظهر بشكل واضح أثناء مشاركتهم في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي، واستخدام البريد الإلكتروني الذي توفره مواقع الصحف الإلكترونية لمستخدميها، وقلّ هذا النشاط في أشكال تفاعلية أخرى كالمشاركة في غرف الحوار، وهو ما يشير إلى أن الصحف الإلكترونية المصرية لا توفر كثيراً من الأشكال التفاعلية التي تميز شبكة الإنترنت لمستخدميها ولا تستفيد من الإمكانيات التفاعلية المتعددة التي تتيحها الشبكة.

- بيّنت الدراسة أن الإشباع التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية تمثلت في تزويد النخبة بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها، وأنها لبّت كافة احتياجاتهم الصحفية، غير أن مواقع الصحف الإلكترونية لم تحقق لدى جمهور النخبة الإشباع المتعلق بتنمية المهارات، أو اكتساب المهارات الجديدة، كما لا تلبّي الحاجة إلى التسلية وقضاء وقت الفراغ، الأمر الذي أرجعه الباحث إلى انتشار المواقع الأخرى التي تحقق وتشبع رغبات مستخدمي الإنترنت في التسلية والترفيه، بخلاف مواقع الصحف الإلكترونية، وإلى أن أفراد النخبة تبحث في الصحف الإلكترونية عن إشباع الحاجات المعرفية والعملية أكثر من الحاجات الترفيهية.

✓ وفيما يتعلق باتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية:

- بيّنت الدراسة أن تعرض النخبة لشبكة الإنترنت وللصحافة الإلكترونية قد أثر على مقروئية الصحف الورقية لكن بشكل محدود.

- أثبتت الدراسة أنه على الرغم من قراءة الصحف الإلكترونية والتعرض للإنترنت إلا أن النسبة الأكبر من عينة البحث لم تحجم عن قراءة الصحف الورقية بشكل منتظم أو غير منتظم.

- انتهت الدراسة إلى وجود العلاقة التكاملية بين الصحف الإلكترونية والورقية في المستقبل في تصورات أعضاء النخبة المصرية، حيث ذكر غالبية المبحوثين أنه ليس بإمكان الصحف الإلكترونية إلغاء الصحف الورقية.

#### أوجه الاستفادة من الدراسة

تعتبر هذه الدراسة مشابهة للدراسة الحالية، حيث أنّها تهتم بالجانب الميداني المتعلق باستخدامات الجمهور للصحافة الإلكترونية، والإشباع التي تحققها هته الأخيرة من خلال الوظائف والخدمات التي تضمنها على مواقعها، تعتبر هذه الدراسة من أولى الدراسات التي تكمن الباحثة من الحصول عليها حيث أنه ورغم الاختلافات الموجودة بين أهداف الدراستين والإجراءات المنهجية المتبعة لتحقيقها، إلا أن الدراسة مكّنت الباحثة من تكوين نظرة ملمة حول ماهية الصحافة الإلكترونية خاصة في بداية البحث حيث لم يكن للباحثة القدر الكافي من المعلومات حول الوسيلة، وكيفية استخدامها من طرف الجمهور.

## 9-1 منهج الدراسة

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تتجه إلى: "وصف ما هو كائن وتفسيره، ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما يهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة، والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عدد الأفراد والجماعات، عن طريق جمع المعلومات والبيانات والتعبير عنها كما وكيفا أو بالاثنين معا، بما يوضح خصائصها وسماتها". فالبحث الوصفي يشترط وجود البيانات والمعلومات، ولذلك فإن الباحث يجد في تنظيمها وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها، كما يشترط كفاية هذه المعلومات والبيانات حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى الاستنتاجات أو التعميمات التي تساعده على فهم الواقع الذي يقوم بدراسته وتطوير هذا الواقع نحو الأفضل.<sup>1</sup>

ومثل هذه الدراسة تستهدف تقييم خصائص مشكلة معينة ودراسة الظروف المحيطة بها، أي كشف ارتباطها بمتغيرات أخرى بهدف وصف هذه الظاهرة وصفا دقيقا شاملا من كافة جوانبها. وبالتالي فهي لا تتوقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتفسيرها، لاستغلال دلالتها وتحديدها للصورة التي هي عليها كميًا وكيفيًا بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.<sup>2</sup>

وتبرز أهمية الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام، كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشاكل والظواهر التي تتصل بالإنسان، ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله، حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو المنهج التاريخي في دراستها، وهو أمر جعل معظم البحوث الإعلامية تقع في إطار هذا المنهج.<sup>3</sup>

وتتميز كل ظاهرة أو مشكلة محل الدراسة بصفات خاصة تميزها عن غيرها، لذلك توجب أن يكون لكل دراسة منهجا خاصا يتوافق وطبيعة المعطيات والمتغيرات المتعلقة بها، ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة "الصحافة الإلكترونية الجزائرية" -دراسة تحليلية ميدانية- فإن المنهج الأصح لتحقيق أهداف الدراسة بشقيها التحليلي والميداني، وللإجابة على تساؤلاتها هو منهج المسح الوصفي.

ويعتبر منهج المسح، أو كما يعرف عند البعض بالمنهج الوصفي، أحد الطرق التي يفضل استخدامها في البحوث الوصفية، التي تهدف إلى تقديم صورة كلية عن الموقف الاجتماعي أو

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 78.

<sup>2</sup> سمير محمد حسن: دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)، عالم الكتب ط2، القاهرة، 2006، ص 150.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، مرجع سابق، ص 82.



الوحدة الاجتماعية موضوع الوصف، بهدف إلقاء الضوء على العناصر المتباينة التي تكوّن هذه الصورة، وما يترتب على ذلك من توضيح طبيعة العلاقة بين هذه العناصر، وبالتالي تحديد أي العناصر ترتبط ببعضها أكثر من غيرها، فالمسح يوفر لنا البيانات الدقيقة والمنظمة التي تساعد على تصوير الوضع الراهن للوحدة الاجتماعية موضوع الوصف.<sup>1</sup>

ويعرّف بأنه: "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يستهدف المنهج أساسا تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل".<sup>2</sup>

وهي الجوانب المرجوة بالدراسة الحالية التي تستهدف من جهة وصف المضمون للكشف عن خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية شكلا ومضمونا، ومن جهة أخرى وصف اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحف الإلكترونية الجزائرية والخدمات التي توفرها على مواقعها الإعلامية، ومدى التزامها بالوظيفة الإعلامية المنوطة بها.

### 10-1 أدوات جمع البيانات

تتحدّد أدوات جمع البيانات والمعلومات وفق نوع منهج الدراسة، أهدافها، وتساؤلاتها، وتستدعي طبيعة البحث والمنهج المستخدم فيه، وبغية تحقيق أهداف البحث والإلمام بكل ما يحيط به من عناصر وجزئيات الاعتماد على مجموعة من أدوات جمع البيانات هي:

#### 1-10-1 الملاحظة

وتعرّف الملاحظة بأنها "المشاهدة والمراقبة الدقيقة لظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات أولا بأول".<sup>3</sup>

وقد اعتمدت الباحثة على الملاحظة كأداة أولية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وذلك من خلال تصفح مختلف مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، بغية حصر الخدمات التي توفرها لزوارها، والوصول إلى توصيف حقيقي لعناصرها الشكلية والموضوعية، والوقوف على أوجه الاختلاق والتشابه بينها، خاصة وأن المواقع الإعلامية للصحف الإلكترونية في تطور مستمر

<sup>1</sup> سامية محمد جابر، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 281.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 157، 159.

<sup>3</sup> عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري، عمان، 2008، ص 219.

سواء من حيث العناصر التصميمية الموظفة، أو الخدمات التفاعلية الموفرة، إضافة إلى الوظائف التقليدية التي تضمنها عادة للقراء، وقد ساعدت البيانات المحصل عليها الباحثة كثيرا في تصميم أدوات جمع البيانات، سواء تعلق الأمر باستمارة تحليل المضمون، أو باستمارة قياس اتجاه الجمهور الجزائري نحو هذه المواقع.

### 1-10-2 استمارة تحليل المضمون

استخدمت الباحثة تحليل المضمون كأسلوب لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية، أي تحليل مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، وقد قدّم برلسون ( Berelson 1948) أول تعريف لتحليل المضمون، حيث عرّفه على أنه: "تقنية بحث للوصف الموضوعي، منظم وكمي لمضمون واضح الاتصالات، هدفه التفسير"<sup>1</sup>

ويعرّفه محمد عبد الحميد بأنه "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى". ويؤكد هذا التعريف على توظيف إجراءات منهجية واضحة ومحددة تقود الباحث إلى تقرير النتائج بشكل منهجي منظم، يتفق مع الأسس العلمية للبحث.<sup>2</sup>

ويتجاوز المحتوى المعروف على المواقع الإعلامية حدود النص ذاته إلى كل ما هو متاح على الموقع من معلومات تشمل النص والوسائل المتعددة، وأدوات التوصيل والإتاحة وسهولة قراءة المحتوى وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني. ومن هنا فإن المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية يمثل مادة التحليل التي تشمل:

- النص أو النصوص المتعددة.
- الروابط التي تدخل في بناء النص الفائق.
- الوسائل المتعددة والفائقة.
- أدوات التجول والإبحار.
- أدوات التفاعل مع المحتوى أو غيره من أطراف العملية الإعلامية.
- عناصر الضبط والمراقبة.
- طرق الدخول إلى الموقع وتسجيل المستخدمين.

<sup>1</sup> أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص 243.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 220-221.

- المساعدات والإرشادات.

ويتصدر هذه العناصر المؤسسية والتنظيمية الخاصة ببيانات المؤسسة التي تكفل الموقع وترعاه والتعريف بها ونشر سياساتها وأهدافها وأدلة المواقع المرتبطة، ومصادر المعلومات المضافة.<sup>1</sup>

وقد تضمنت استمارة تحليل مضمون الدراسة ما يلي:

### 1- وحدات التحليل

إن المحتوى في إطار عملية التحليل هو عبارة عن مجموعة من الوحدات اللغوية، يختارها المصدر بعناية بالغة للتعبير عن الأفكار والمعاني التي يستهدف توصيلها إلى الجمهور لتحقيق أهدافه الاتصالية، ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة: "الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، ورغبة من الباحثة في تحقيق أهداف المرجوة من البحث، فقد تم اعتماد الوحدات الآتية:

أ- وحدة الفكرة: التي تعتبر الأكثر شيوعا في تحليل المحتوى، لأن تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداما للكشف عما يقوله المضمون، خاصة إذا ما تعلق الأمر بقيم ومجالات اهتمام الصحيفة واتجاهاتها نحو المادة الإعلامية المعالجة، وقد استخدمت الباحثة هذه الوحدة للكشف عن أهم أنواع المواضيع ومجالات الاهتمام، إضافة إلى القيم المتضمنة، وتحديد المجال الجغرافي للأحداث سواء كان وطني، محلي أو دولي.

ب- وحدة مفردات النشر: وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار كالمقالات، والأخبار، والبرامج الحوارية واللقاءات وغيرها من الأشكال المستخدمة في وسائل الإعلام من أجل عرض المحتوى.<sup>2</sup>

وقد استخدمت الباحثة هذه الوحدة لتحليل كل ما تعلق بالجانب الشكلي من قوالب فنية وأنواع صحفية مختلفة سواء مكتوبة أم سمعية بصرية، إضافة إلى الصور والرسوم الكاريكاتورية، كما ساعدت هذه الوحدة كثيرا الباحثة في تحديد العناصر التفاعلية المستخدمة والتميز بينها كالفضاءات المستخدمة لإضافة التعاليق، الأيقونات الخاصة باللغة، الأرشفيف، محرقات البحث، تسجيل الدخول، المنتديات البريد الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي، توقيت التحديث، النصوص الفائقة... وغيرها من العناصر الشكلية والتفاعلية التي يمكن الكشف عنها باعتماد هذه الوحدة والتمكّن من عدها وقياسها.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 295-296.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 223.

## 2- فئات التحليل

تستخدم الفئات في تحليل المضمون كي تصف بأكبر قدر من الموضوعية والدقة مضمون وسائل الإعلام، فهي تشكل في الواقع متغيرات البحث التي ترتبط بالإطار النظري للدراسة، والفروض الأساسية للبحث. وتشير الأدبيات المتخصصة عادة إلى فئتي ماذا قيل؟ وكيف قيل؟: أولاً فئات ماذا قيل؟ تبعاً لأهداف الدراسة وخدمة لأغراضها، تم تقسيم فئات الموضوع إلى ما يلي:

### أ- فئة نوع المادة الإعلامية

وقد شملت الفئات الآتية:

**المواضيع السياسية:** حيث تدرج تحت هذه الفئة كل المواضيع ذات الطابع السياسي، كالنشاطات الحكومية، العلاقات الدبلوماسية، نشاطات المعارضة، أزمات العالم العربي أو حتى الغربي وما يحدث نتيجة ذلك من انزلاقات وأعمال إرهابية، إضافة إلى الجهود المبذولة سواء من الأطراف السياسية أو من طرف الجهات الأمنية من أجل استتباب الأمن سواء كان ذلك على المستوى الوطني أو الدولي.

**المواضيع الاقتصادية:** تتناول النشاطات الاقتصادية بكل صورها كالصناعة، التجارة، السياحة، الفلاحة، المحروقات، أخبار المال والأعمال، إضافة إلى مشاكل القطاع كالإضرابات والاحتجاجات وكل ما يتعلق بالحياة الاقتصادية، المحلية، الوطنية، أم الدولية.

**المواضيع الاجتماعية:** تتناول الجانب الاجتماعي، الصحي والتربوي تهتم بما يعانيه الأفراد من ظروف ومشاكل اجتماعية كأزمة السكن وتدهور القطاع الصحي، إضافة إلى الآفات والاحتجاجات الاجتماعية.

**المواضيع الثقافية:** ويراد بها المادة الإعلامية التي تعنى بالفن والأدب والتظاهرات الثقافية وغيرها من الفعاليات المختلفة، إضافة إلى الجانب التراثي والحضاري الذي يعتبر جزء لا يتجزأ من ثقافة المجتمعات.

**المواضيع الرياضية:** تهتم بالفعاليات الرياضية المختلفة المحلية، الوطنية والدولية، وأخبار الفاعلين فيها.

ب- فئة مصادر المادة الإعلامية: ويقصد بها مجموعة المصادر المعتمدة في الحصول على المادة الإعلامية وهي تتألف من صحفيين، مراسلين، وكالات الأنباء، البعثة الخاصة، مواقع إلكترونية ووسائل إعلام أخرى.

ج- فئة المجال الجغرافي: والتي يتم في ضوءها تقسيم المواضيع حسب منشئها محلي، وطني أو دولي.

د- فئة القيم: ويقصد بها مجموعة المعايير التي يتم من خلالها انتقاء المادة الإخبارية ومنها: قيمة العمل، التضامن، التقدير، السلام، منافسة، إصلاح، وفاء تنظيم، مشاركة، عدل تمسك، تنديد، وعي، تنمية.

ثانيا فئات كيف قيل؟

أ- فئة الفنون الصحفية

وتضم الخبر الصحفي، الحديث الصحفي، التحقيق الصحفي، الريبورتاج الصحفي، المقال الصحفي، الكاريكاتير، الاستطلاع، ملف صحفي، حديث سمعي بصري، تحقيق سمعي بصري، استطلاع سمعي بصري، ريبورتاج سمعي بصري.

ب- فئة نوع القوالب الصحفية

✓ قوالب تقليدية: الهرم المقلوب، الهرم المعتدل، والهرم المتدرج.

✓ قوالب حديثة: قالب لوحة التصميم، قالب الكتل النصية، قالب المقاطع، قالب الدائرة، قالب

الساعة الرملية، قالب فورك، قالب وول ستريت، قالب الماسة، قالب الكأس، قالب القائمة.

ج- فئة موقع نشر المادة الإعلامية

وشملت المواقع الآتية الواجهة فقط، الصفحات الداخلية فقط، الواجهة والصفحات الداخلية، الواجهة والصفحات الخارجية، الصفحات الداخلية والصفحات الخارجية.

د- فئة العناوين

وتشمل العناوين المجمع وغير المجمع من جهة، والعناوين الرئيسية فقط والرئيسية والفرعية من جهة أخرى.

ه- فئة الصور

وتشمل:

✓ فئة مضمون الصورة: الصور المعلوماتية، الصور الشخصية، والصور الإيضاحية.

✓ فئة نوع الصور من حيث التقنية: وتشمل: صور JPEG، صور GIF، صور PNG.

✓ فئة نوع الصور من حيث الديناميكية: وتشمل الصور الثابتة، والصور المتحركة.

✓ فئة موقع الصورة بالنسبة إلى النص: وتشمل يسار النص، يمين النص، بين العنوان

والنص، فوق العنوان، تحت النص، دون عنوان.

✓ فئة موقع الصورة بالنسبة للصحيفة: وتشمل الواجهة، الصفحات الداخلية والصفحات الخارجية.

#### و- فئة النص الفائق

✓ فئة نوع الإحالة: وتضم النص الفائق الداخلي، النص الفائق الخارجي، والنص الفائق المحلي.

✓ فئة شكل النص الفائق: وتشمل الشكل النصي، الشكل الجرافيكي، الشكل النصي والجرافكي.

#### ي- فئة الوسائط المتعددة وقد قسمت إلى الفئات الآتية:

✓ نوع الوسائط المتعددة: وتشمل الصوت الرسوم المتحركة ومقاطع الفيديو.

✓ التقنية المستخدمة في العرض.

ثالثا مقياس تفاعلية الصحف الإلكترونية الجزائرية وقد شمل الأبعاد التالية:

أ- فئة تعدد الخيارات.

ب- فئة سهولة الاتصال الشخصي.

ج- فئة الاستجابة للمستخدم.

د- فئة سهولة إضافة معلومات.

هـ- فئة سرعة وسهولة الحصول على المعلومات.

و- فئة مراقبة النظام.

وستشرحها الباحثة بالتدقيق في الجزء الخاص بعرض بيانات المقياس.

#### 3-10-1 استمارة قياس الاتجاه

من أجل تحقيق أهداف البحث واختبار الفروض التي اقترحتها الباحثة في بداية البحث، تم الاعتماد على استمارة قياس الاتجاه كأداة وتقنية لجمع البيانات، حيث تعدد مقاييس الاتجاه من أهم أنواع المقاييس المستعملة في العلوم الاجتماعية خاصة عندما يتعلق الأمر بـ "قياس درجة اتجاه أو استعداد نفسي دائم متعلق بمسائل محددة"<sup>1</sup> وفي حقيقة الأمر لا توفر مقاييس الاتجاه عملية

<sup>1</sup> فضيل دليو: عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة - جامعة قسنطينة - 2015، ص 158.

قياس حقيقي، ولا يمكن أن نقول أنها تقيس الاتجاه المرجو بطريقة دقيقة، وإنما تعد أداة لتمكين البحث من الاقتراب لقياس الاتجاه بطريقة أكثر موضوعية وعقلانية.<sup>1</sup>

وقد اعتمدت الباحثة على مقياس ليكرت والذي يصنف ضمن مقاييس الشدة بدرجاته الخمس: موافق بشدة موافق، محايد، معارض، ومعارض بشدة، كون الجمهور المستهدف من رواد مواقع الصحف الإلكترونية ويملك من الإمكانيات العقلية والمعرفية ما يمكنه من التمييز بين كل من درجة موافق بشدة وموافق، ودرجة معارض بشدة ومعارض.

ويتميز مقياس ليكرت بالسهولة والبساطة مقارنة بمقاييس الاتجاه الأخرى خاصة مقياس ثورستون، وتبدأ عملية إعداده انطلاقاً من اختيار العبارات التي تصف الخاصية المراد قياسها، حيث يتم وضع هذه العبارات على مقياس يبدأ بأعلى درجات التأييد وينتهي بأدنى درجات المعارضة وهي: موافق بشدة، موافق، محايد، معارض ومعارض بشدة، يحدد لكل منها درجة أو وزن معين كالآتي:

تتميز الصحافة الإلكترونية بمصادقية محتوياتها

موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
5	4	3	2	1

أما إذا كنت العبارة المقدمة للمبحوث سلبية فيتم توزيع درجات المقياس بالعكس:

بعض الصحف الإلكترونية لا يهتم بالرد على أسئلة أو طلبات القراء عبر البريد الإلكتروني.

موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	2	3	4	5

وتتم عملية حساب الاتجاه الخاص بكل عبارة كالآتي: تستخرج العلامة الكلية الممثلة لدرجة اتجاه العينة ككل نحو كل عبارة ثم تحسب متوسطاتها (بقسمة مجموع الشدة – التكرارات المعدلة أو المرجحة- على مجموع التكرارات عند كل عبارة ثم يحسب متوسطها).<sup>2</sup>

ويتم وصف الاتجاه وتقديره وفق ما يلي:

[1 - 1,5]: اتجاه ضعيف جداً، [1,5 - 2,5]: اتجاه ضعيف، [2,5 - 3]: اتجاه متردد نحو الحياد، 3: اتجاه محايد، [3 - 3,5]: اتجاه متردد نحو الحياد، [3,5 - 4,5]: اتجاه قوي، [4,5 - 5]: اتجاه قوي جداً.

وتتكون استمارة قياس الاتجاه الخاصة بالبحث من ثلاثة محاور أساسية هي:

<sup>1</sup> Henriette Bloch et autres: Grand dictionnaire de la psychologie, op cit, p 79.

<sup>2</sup> فضيل دليو: عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 165.

**المحور الخاص بالبيانات الشخصية:** أرادت من خلاله الباحثة الكشف عن الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة كالسن، الجنس والمستوى التعليمي.

**المحور الثاني:** ويضم أساسا العبارات التي ترمي إلى قياس اتجاه أفراد العينة نحو محتوى الصحف، وهو المحور المعني باختبار الفرضية الأولى، ويتكون من قسمين أساسيين كل قسم خاص بمؤشر معين:

- القسم الخاص بالمؤشر الأول (تنوع الأخبار والمواضيع): وضم 8 عبارات من العبارة 1-8.

- القسم الخاص بالمؤشر 2 (سهولة التفاعل وإضافة الآراء والتعليق) وضم 8 عبارات من 9-16.

**المحور الثالث:** ويتضمن مجموع العبارات التي تسمح بقياس اتجاه أفراد العينة نحو شكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ويتكون بدوره من قسمين هما:

- القسم الأول الخاص بالمؤشر (كيفية تقديم المحتوى) ويتكون من ستة عبارات من العبارة 17-22.

- القسم الثاني والخاص بالمؤشر (صعوبة استخدام الموقع) ويتكون من 9 عبارات أساسية من 23-31.

وبهذا يكون المقياس قد تضمن 31 عبارة تراوحت بين العبارات الإيجابية والعبارات السلبية.

وقد قامت الباحثة بتصميم استمارة قياس الاتجاه وتوزيعها بطريقة إلكترونية على الجمهور الجزائري المستهدف وفق الخطوات الآتية:

- مراجعة أهداف وفروض الدراسة الميدانية التي تهتم بالبحث عن اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

- صياغة الاستمارة بطريقة أولية وعرضها على الأستاذ المشرف<sup>1</sup> الذي اقترح بعض التعديلات لجعلها تتماشى والتحليل الشامل لمحتوى الصحف الإلكترونية وشكلها.

- بعد تعديل المقياس تم اقتراحه على مجموعة من أساتذة الإعلام بغية تحكيم مقياس الاتجاه من الناحية المنهجية والإعلامية، وبعد فترة جاوزت شهر لم تتلق الباحثة الرد من طرف جل

---

<sup>1</sup> الأستاذ الدكتور: فضيل دليو.



الأستاذة المحكمين، فتم الاكتفاء بالملاحظات المقدّمة من طرف اثنين منهم،<sup>1</sup> وتعديل الاستمارة النهائية وفقها.

- تمت الاستعانة ببرنامج Google Forms المعد لأغراض إنشاء الاستبيانات الإلكترونية، وتسهيل توزيعها على شبكة الإنترنت، وذلك للتمكن من تحرير استمارة قياس الاتجاه في شكلها النهائي بطريقة مرنة وجذابة، وسهلة الاستخدام من طرف جمهور الصحافة الإلكترونية.

- تم عرض المقياس على شبكة الإنترنت بغية تجريبه كمرحلة أولية على صفحات الخاصة بصحيفتي الدراسة (الشروق أون لاين، و El watan) على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك قصد الوصول إلى الجمهور الحقيقي للصحافة الإلكترونية الجزائرية، لمدة أسبوعين، ثم تم توقيفه وتحليل الإجابات المحصل عليها، وقد لمست الباحثة تجاوبا من طرف الجمهور الجزائري، كما أنها لم تسجل أي سوء فهم لعبارات المقياس، ما جعلها تقوم بالاتصال بكل الصحف الإلكترونية الجزائرية خاصة صحيفتي الدراسة بغية تمكينها من عرض المقياس على موقعيهما لكنها لم تتلق أي رد سواء بالموافقة أو بالرفض.

- في فترة لاحقة تم عرض الاستمارة على شبكة الإنترنت خاصة على صفحتي الصحيفتين في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر، إضافة إلى نشرها على منتدى صحيفة الشروق الإلكتروني، لكنها لم تكن طريقة فعالة حيث لم تتمكن الباحثة من الحصول على معدل مقبول من الردود، حيث لم يتجاوز 10 إجابات في اليوم وأحيانا تنعدم الردود خاصة في العطل الأسبوعية، لتقرر فيما بعد عرضها على موقع [www.pressalgrian.com](http://www.pressalgrian.com)، بعد الاتصال بإدارته التي قدمت للباحثة كل التسهيلات، وقامت بعرض المقياس كإعلان على الواجهة وهو ما جعل الباحثة تتحصل على عدد كبير من الردود قدر في مرحلة أولى بـ 392. تم حذف الاستمارات التي تحوي إجابات فارغة، أو متناقضة، أو التي قدرت الباحثة أنها غير جدية لتحصل في الأخير على 377 إجابة تم إخضاعها لعملية التحليل وفق ما يتطلبه قياس الاتجاه.

<sup>1</sup> الدكتورة منال قدواح والأستاذة زينب خلافة.

## 11-1 مجالات الدراسة

بما أن الدراسة تنقسم إلى جزأين أساسيين: تحليلي وميداني، فإن الباحثة ستشرح وتفصل في مجالات الدراسة الميدانية، في هذا القسم كون الدراسة التحليلية لها خصائصها التي ستتطرق لها الباحثة في الجزء الخاص بالعينة.

### 1-11-1 المجال البشري

يتمثل المجال البشري للدراسة أساسا في جمهور وزوار الموقع الإلكتروني [www.pressalgrian.com](http://www.pressalgrian.com)، الذين يقصدونه بهدف الاطلاع على محتوى الصحف الإلكترونية الجزائرية المرتبطة به والمتمثلة أساسا في "الشروق أون لاين" باللغة العربية، و "El Watan" باللغة الفرنسية.

### 2-11-1 المجال الزمني للدراسة الميدانية

تم نشر الاستبيان على شبكة الإنترنت خلال الفترة الممتدة بين 18 فيفري 2016، وتم إنهاؤها يوم 15 أفريل من نفس السنة، وهي الفترة التي تلت مباشرة فترة الدراسة التحليلية وقد تم اختيارها للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مضمون الصحافة الإلكترونية قصد الحصول على بيانات حديثة ومرتبطة مباشرة بمضمون الصحف الإلكترونية وشكلها المستحدث، وقد دامت فترة جمع البيانات 8 أسابيع تم استغلالها بغية الحصول على عدد معتبر من الإجابات قدر نهاية الفترة بـ 377 إجابة أو رد تم تحليله وفق ما يتطلبه مقياس ليكرت الخماسي.

### 3-11-1 المجال الافتراضي للدراسة

اتخذت الدراسة الميدانية من الموقع الإلكتروني [www.pressalgrian.com](http://www.pressalgrian.com) مجالا افتراضيا لها تمكنت خلاله من الوصول إلى جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية والتعرف على اتجاهاته نحوها، حيث يوفر الموقع جميع المواقع الإلكترونية للصحف الجزائرية، يمكن للجمهور من خلاله الوصول إلى كل المواقع الإعلامية بما فيها مواقع الإذاعات الوطنية، وكالة الأنباء والجريدة الرسمية، إضافة إلى أهم المنتديات في الجزائر، هذا ما جعل الباحثة تلجأ إليه بعد محاولتها مرارا وتكرارا الاتصال بأغلب الصحف الإلكترونية الجزائرية كالشروق أون لاين، الخبر، النهار أون لاين، الفجر، البلاد، النصر، Le Soir d'Algérie, El Watan. Liberté، الخ من أجل تمكينها من نشر استمارة قياس الاتجاه على مواقعها مستعملة في ذلك كل وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية كالهاتف، البريد العادي، الإلكتروني، إلا أنها لم تجد الرد، فعمدت في أول الأمر إلى نشر الاستمارة على الصفحات الإلكترونية للصحف

الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها لم تكن طريقة فعالة حيث لم تتمكن الباحثة من خلالها من الحصول على معدل يومي مقبول من الردود، كما أن الطريقة كانت متعبة ومضیعة لكثير من الوقت بدون جدوى، فقامت بعدها بالاتصال بالقائمين على الموقع الإلكتروني [www.pressalgrian.com](http://www.pressalgrian.com)، الذين لم يترددوا في الرد على الباحثة والاتصال بها عن طريق البريد الإلكتروني، وبعد فهم الموضوع والغرض من طلب نشر الاستمارة، تم عرضها مباشرة على الموقع دون شرط ولفترة زمنية غير محدودة حتى أنهت الباحثة عملية جمع البيانات بعد تمكنها من الحصول على إجابات الجمهور الجزائري.

## 12-1 عينة الدراسة

### 1-12-1 عينة الدراسة التحليلية

#### 1-1-12-1 مستوى العينة

أ- العينة الزمنية: انطلقت عملية التحليل ابتداء من الثلاثي الثاني من عام 2014 واستمرت إلى غاية الثلاثي الأخير من عام 2015، ويرجع ذلك إلى مواكبة هذه الفترة للدراسة، مما سهّل على الباحثة الحصول على مفردات العينة خاصة ما تعلق منها بالأشهر الأخيرة من فترة الدراسة.

ب- عينة المصدر: تم اختيار الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan" وذلك لأسباب موضوعية ومنطقية محضة، أبرزها كون الصحيفتين من أكثر الصحف التي تشهد إقبالا من طرف الجمهور الجزائري، حيث تحتل الشروق أون لاين المرتبة الأولى مقارنة بباقي الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة العربية، وذلك حسب ترتيب موقع "أليكسا" كما يوضح ذلك الجدول التالي:

ويوضح الجدول (1) ترتيب أهم اليوميات الإخبارية الصادرة باللغة العربية الموجودة على الإنترنت حتى ماي 2015<sup>1</sup>

رتبة الموقع	الموقع الإلكتروني	اسم الصحيفة
12	<a href="http://www.echoroukonline.com">www.echoroukonline.com</a>	الشروق اليومي
21	<a href="http://www.ennaharonline.com">www.ennaharonline.com</a>	جريدة النهار الجديد
28	<a href="http://www.elkhabar.com">www.elkhabar.com</a>	الخبر
46	<a href="http://www.elbilad.net">www.elbilad.net</a>	جريدة البلاد
170	<a href="http://www.al-fadjr.com">www.al-fadjr.com</a>	جريدة الفجر
504	<a href="http://www.akhersaa-dz.com">www.akhersaa-dz.com</a>	يومية آخر ساعة
564	<a href="http://www.elhayat.net">www.elhayat.net</a>	جريدة الحياة
801	<a href="http://www.annasronline.com">www.annasronline.com</a>	جريدة النصر
932	<a href="http://www.el-massa.com">www.el-massa.com</a>	جريدة المساء
1146	<a href="http://www.ech-chaab.com">www.ech-chaab.com</a>	جريدة الشعب
1198	<a href="http://www.akhbarelyoum.dz">www.akhbarelyoum.dz</a>	جريدة أخبار اليوم
1220	<a href="http://www.eldjournhouria.dz">www.eldjournhouria.dz</a>	جريدة الجمهورية
1530	<a href="http://http://wakteldjazair.com">/http://wakteldjazair.com</a>	وقت الجزائر
1607	<a href="http://www.sawt-alahrar.net">www.sawt-alahrar.net</a>	جريدة صوت الأحرار
1684	<a href="http://www.eldjazaireldjadida.dz">www.eldjazaireldjadida.dz</a>	الجزائر الجديدة
2038	<a href="http://www.kawalisse.com">www.kawalisse.com</a>	جريدة كواليس
3578	<a href="http://www.essalamonline.com">www.essalamonline.com</a>	يومية السلام اليوم
3611	<a href="http://www.elraaed.com">www.elraaed.com</a>	يومية الرائد
3656	<a href="http://www.el-hourria.com">www.el-hourria.com</a>	جريدة الحرية
4312	<a href="http://www.elayem.com">www.elayem.com</a>	جريدة الأيام الجزائرية
5607	<a href="http://www.elmakam.com">www.elmakam.com</a>	جريدة المقام

<sup>1</sup> تم ترتيب المواقع حسب موقع [www.alexa.com](http://www.alexa.com) الذي تم زيارته يوم 14-05-2015 على الساعة 5:00 صباحا.

## بطاقة فنية عن موقع الشروق أون لاين<sup>1</sup>

يعتبر موقع الشروق أون لاين أبرز واجهة إخبارية في البوابة الإعلامية للشروق، حيث يوفّر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية. وقد تأسس موقع الشروق أون لاين عام 2005 بعد قرار إدارة الشروق إنشاء واجهة إلكترونية للطبعة الورقية لتمكين شريحة من القراء على الشبكة العنكبوتية وكذا الجالية الجزائرية في الخارج من الإطلاع على محتويات الجريدة. وقد مرّ موقع الشروق أون لاين بأربعة مراحل أساسية منذ تأسيسه:

- المرحلة الأولى من 2005/2007: كان الموقع عبارة عن واجهة إلكترونية للنسخة الورقية لصحيفة الشروق اليومي: (نسخة مصورة+مقالات نصية) كما تم في هذه المرحلة إنشاء نسختين باللغتين الفرنسية والإنجليزية للموقع.

- المرحلة الثانية من 2007/2009: تم تحديث الموقع من حيث الشكل والمضمون لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ليدخل مرحلة التفاعلية، وتميزت بفتح المجال أمام القراء للتعليق على المقالات المنشورة وكذا إطلاق استفتاءات حول الأحداث والقضايا المطروحة على الساحتين الوطنية والدولية، كما تم لأول مرة فتح مساحات إخبارية بالموقع.

-بالإضافة إلى إنشاء منتديات الشروق والتي حاليا تحتوي قرابة 200 ألف عضو وهي من أكبر المنتديات في الوطن العربي، حيث تعد فضاء واسعا للقراء للنقاش وتبادل الأفكار.

المرحلة الثالثة ابتداء من 2009: شرعت إدارة الموقع في إستراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة إلكترونية مستقلة لمسايرة التطور الحاصل في هذا النوع الجديد من الإعلام وكذا تلبية رغبة القراء في متابعة الأحداث ساعة وقوعها بعد الانتشار الكبير للانترنت في الجزائر وخارجها. ويقوم تحديث الموقع على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الإلكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي ( فيسبوك، تويتر، يوتيوب و غوغل بلاس)

المرحلة الرابعة منذ العام 2011: برزت الحاجة إلى تطوير الموقع ليتحول إلى بوابة إلكترونية قائمة بذاتها، فرضها الطلب المتزايد على مختلف خدمات الموقع من طرف الزوار والشركاء، وهو الأمر الذي أدى بإدارة الموقع إلى ترفيقته إلى بوابة إلكترونية أنشأت مجموعة جديدة من المواقع المتخصصة بالتدريج (الشروق الرياضي – جواهر الشروق – أسواق الشروق – قنوات

<sup>1</sup> [www.echoroukonline.com](http://www.echoroukonline.com) تمت زيارة الموقع في 06-10-2016، التوقيت 10:30.

الشروق ...)، خصوصا وأن هذا واكب أيضا التحول الذي طرأ على مؤسسة الشروق التي تحولت على مجمع إعلامي خصوصا مع إطلاق أول قناة تلفزيونية خاصة في الجزائر، والتي تطورت هي الأخرى إلى باقة تضم 3 قنوات فضائية (عامة - إخبارية - قناة طبخ). ويسهر على سير بوابة الشروق الإلكترونية طاقم إداري وصحفي وتقني مجند على مدار الساعة، تتوزع مهامه كالآتي:

- 1- إدارة الموقع: تشرف على جميع أقسام البوابة فنياً وتحريرياً وإدارياً.
- 2- قسم التحرير: يتابع الأحداث الوطنية والدولية.
- 3- قسم التعليقات: ويقوم بالسهرة على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم بعد معالجتها.
- 4- قسم تقني: يتابع سير الموقع تقنياً إلى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة التحرير.
- 5- قسم الشبكات الاجتماعية: يشرف على متابعة صفحات البوابة عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.
- 6- قسم التسويق: تم إنشاؤه حديثاً ليقوم بمتابعة مختلف عمليات الترويج والتسويق والإعلان الخاصة بالبوابة.

وقد فاز موقع الشروق أون لاين عام 2011 بجائزة مجلة فوربس كثنائي أكبر المواقع العربية تأثيراً على الشبكة العنكبوتية تقدماً بمركز واحد عن تصنيف العام 2010 أين حل في المركز الثالث عربياً، واعتلى الموقع منصة التتويج للمرة الثالثة على التوالي في تصنيف عام 2012، ويعتبر الموقع الوحيد في الجزائر والمغرب العربي الذي يعتلي منصة التتويج في هذه المسابقة العالمية، التي تعتمد على معايير تصنيف دقيقة.

كما فاز صحافيو البوابة بالمرتبة الأولى أربع مرات على التوالي بجائزة نجمة للإعلام في الجائزة الخاصة بالصحافة الإلكترونية (2012-2013-2014-2015).

من جهتها تحتل الصحيفة الإلكترونية الصدارة من حيث الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة الفرنسية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (2) يبين ترتيب أهم اليوميات الإخبارية الصادرة باللغة الفرنسية الموجودة على الإنترنت حتى ماي 2015:

الرتبة	الموقع الإلكتروني	اسم الصحيفة
68	<a href="http://www.elwatan.com">www.elwatan.com</a>	<b>Al Watan</b>
97	<a href="http://www.lesoirdalgerie.com">www.lesoirdalgerie.com</a>	<b>Le Soir d'Algérie</b>
107	<a href="http://www.liberte-algerie.com">www.liberte-algerie.com</a>	<b>Liberté</b>
234	<a href="http://www.lequotidien-oran.com">www.lequotidien-oran.com</a>	<b>Le Quotidien d'Oran</b>
401	<a href="http://www.l'expressiondz.com">www.l'expressiondz.com</a>	<b>L'Expression</b>
496	<a href="http://www.elmoudjahid.com">www.elmoudjahid.com</a>	<b>El Moudjahid</b>
887	<a href="http://www.depechedekabylie.com">www.depechedekabylie.com</a>	<b>La Dépêche de Kabylie</b>
1099	<a href="http://www.jeune-independant.net">www.jeune-independant.net</a>	<b>Le Jeune Indépendant</b>
1128	<a href="http://www.letempsdz.com">www.letempsdz.com</a>	<b>Le Temps d'Algérie</b>
1149	<a href="http://www.horizons-dz.com">www.horizons-dz.com</a>	<b>Horizons</b>
1398	<a href="http://www.reflexiondz.net">www.reflexiondz.net</a>	<b>Réflexion</b>
1588	<a href="http://www.lnr-dz.com">www.lnr-dz.com</a>	<b>La Nouvelle république</b>
1641	<a href="http://www.info-soir.com">www.info-soir.com</a>	<b>Info Soir</b>
2392	<a href="http://www.echo-doran.com">www.echo-doran.com</a>	<b>L'Echo d'Oran</b>
2611	<a href="http://www.lecourrier-dalgerie.com">www.lecourrier-dalgerie.com</a>	<b>Le Courrier d'Algérie</b>
2718	<a href="http://www.lemidi-dz.com">www.lemidi-dz.com</a>	<b>Le Midi Libre</b>
3126	<a href="http://www.elacil.com">www.elacil.com</a>	<b>El Acil</b>
3502	<a href="http://www.lemaghrebdz.com">www.lemaghrebdz.com</a>	<b>Le Maghreb</b>
4605	<a href="http://www.lejourdalgerie.com">www.lejourdalgerie.com</a>	<b>Le Jour d'Algérie</b>
18198	<a href="http://www.jeunessedalgerie.com">www.jeunessedalgerie.com</a>	<b>Jeunesse d'Algérie</b>

## بطاقة فنية عن الصحيفة الإلكترونية<sup>1</sup> El watan

تعتبر الوطن أول جريدة وطنية دخلت الإنترنت من خلال استغلال الشبكة فور دخولها إلى الجزائر في عمليات البحث والاطلاع على العالم الخارجي. وقد دفعها الوعي بأهمية ودور الإنترنت كحلقة وصل بين عالم الصحافة والعالم الخارجي إلى الاتصال بمركز البحث التقني والعلمي باعتباره الهيئة الأولى في الجزائر المكلفة بالإنترنت الواقع تحت احتكارها، وذلك حرصا من الجريدة على:

- مواكبة ومحاكاة التجربة الفرنسية التي كانت تبحث لنفسها عن مواقع لها عبر شبكة الإنترنت للتحقيق مكانة ورواج أحسن لجريدها المطبوعة، والوصول إلى أكبر فئة ممكنة من جمهور القراء بتحقيق أحسن توزيع.

- النظرة التكنولوجية الحديثة والرغبة في إحداث تزاوج بين وسائل الإعلام وبين الإنترنت ما جعل الأخيرة مطمح وكطلب لكل الوسائل الإعلامية.

إلا أنه وفي البداية لم تكن الخدمة متوفرة إلا كصورة نصية يشترط مركز البحث أن يتولى هو بنفسه عملية الإعداد بصفة يومية، وعلى احد المكلفين من الجريدة الذهاب يوميا لتوصيل المحتوى المكتوب المرجو عرضه على الإنترنت، لذلك خلق هذا الأمر صعوبة الالتزام بالمواعيد نظرا لتأخر عملية إنهاء العمل المكتوب، إضافة إلى عدم توفر نظام الجرافيك الذي لم تعرفه الجزائر قبل عام 1995.

### إنشاء موقع الجريدة على الشبكة

قامت جريدة الوطن منذ 30 نوفمبر 1997، بإنشاء موقع على الإنترنت لتصبح بذلك أول جريدة جزائرية يومية تقدم طبعة إلكترونية أمام الطبعة الورقية، بنفس المضمون ونفس الأفكار، إذا استثنينا أخبار وكالات الأنباء. لقد كان مطمح الجريدة أن تكون حاضرة على الويب من خلال موقع خاص بها وقد مرت هذه العملية بـ:

- وضع تصور من طرف G.E.C.O.S.
- تكوين موظفين من الصحفيين والعمال في ميدان الإعلام الآلي والعمل فعليا على الموقع من مقر الجريدة، والتزود بالإنترنت في جميع قاعات العمل.
- إمكانية تحميل الموقع وتحديثه بالمعلومات اليومية انطلاقا من الجريدة نفسها.

<sup>1</sup> يمينة بلعاليبا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص-ص، 164-168.



- بعد مرور ثلاث سنوات من إنجاز الموقع، استطاعت الجريدة أن تنجح في تقديم الأخبار بطريقة يومية بالتركيبتين HTML و PDF بالإضافة إلى مصلحة للأرشيف.  
عام 2004 تم تحديث الموقع وتحويله وتعديله من موقع ساكن كخدمة نصية إلى موقع متحرك Dynamique ما يعني أن الجريدة أصبحت بخاصية التفاعلية والتواصل عبر البريد الإلكتروني، الإبحار في الأرشيف وتوفير محركات البحث في الموقع.

بعدما نجحت الجريدة في توفير كل الأحداث والأخبار التي نشرتها في صفحاتها المطبوعة منذ 1999 وحتى 2004، على قرص مضغوط وقد شهدت إقبال الجمهور على شراء هذا القرص بنجاح.

### ج- عينة المواضيع

تم تحليل كل المواد الإعلامية التي نشرت على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية خلال فترة الدراسة لكل أنواعها السياسية، الاقتصادية، الرياضية، الاجتماعية، والثقافية، محلية كانت أم دولية وحتى الإعلان الإلكتروني، بكل أشكالها سواء كانت على شكل نصوص، صور أو مقاطع سمعية بصرية سواء نشرت في الصفحة التمهيدية للصحيفة أو في صفحاتها الداخلية، وحتى في الصفحات الخارجية التي قد تكون مرتبطة بموقع الصحيفة.

### 1-12-2-1 نوع العينة

العينة الملائمة لهذه الدراسة هي العينة العشوائية المنتظمة بالأسلوب الدوري، الذي يضمن عدم تكرار الأعداد، وقد استخدم في ذلك أسلوب الأسبوع الصناعي، خاصة وأن الدراسة التحليلية انطلقت ابتداء من الثلاثي الثاني من 2014- حيث شرعت الباحثة في عمليات تحليل أولية قصد تجريب فئات التحليل وتصميم مقياس الاتجاه الخاص بالدراسة الميدانية، ولم تنته من دراسة المواقع إلا نهاية 2015، ففضلت الباحثة تقسيم الفترة على أساس ثلاثة أشهر (ثلاثي) بدل شهر واحد، هذا حتى تواكب التغيرات التي قد تطرأ على شكل الصحف الإلكترونية إن وجدت، كما فضلت اختيار عدد واحد كل ثلاثة أشهر، وفق الطريقة التالية: تم اختيار العدد الأول عشوائياً عن طريق كتابة أيام الأسبوع والأشهر على وريقات، وبعد سحب واحدة منها تبين أن يوم الفاتح من جوان من عام 2014 هو المفردة رقم واحد وهي توافق يوم الأحد من الأسبوع الأول من الشهر الثالث في الثلاثي الثاني (أفريل، ماي، جوان). ليوافق العدد الثاني يوم الإثنين من الأسبوع الثاني من الشهر الأول في الثلاثي الثالث، أما العدد الثالث فيكون الثلاثاء من الأسبوع الثالث من الشهر الثاني في الثلاثي الرابع من عام 2014، العدد الرابع يوافق الأربعاء الرابع من الشهر الثالث في

الثلاثي الأول من عام 2015، أما العدد الخامس فيكون حسب هذه الخطة يوم الخميس الأول من الشهر الأول في الثلاثي الثاني من 2015، العدد السادس يكون يوم السبت الثاني من الشهر الثاني في الثلاثي الثالث من 2015، أما العدد السابع والأخير فيوافق الأحد الثالث من الشهر الثالث في الثلاثي الرابع من 2015.

جدول (3) يبين مفردات العينة المختارة في الصحيفتين الإلكترونية "El Watan" و"الشروق أون لاين"

المفردة	الثلاثي	التاريخ
1	الثاني	الأحد 01 جوان 2014
2	الثالث	الإثنين 14 جويلية 2014
3	الرابع	الثلاثاء 18 نوفمبر 2014
4	الأول	الأربعاء 25 مارس 2015
5	الثاني	الخميس 02 أبريل 2015
6	الثالث	السبت 8 أوت 2015
7	الرابع	الأحد 20 ديسمبر 2015

#### 2-12-1 عينة الدراسة الميدانية

اعتمدت الباحثة على العينة العرضية وهي "العينة التي يتم اختيار مفرداتها في مكان ما، وفي فترة زمنية محددة، وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة"<sup>1</sup>. وهي نوع من المعاينة غير الاحتمالية، وتسمى أيضا بعينة الصدفة أو العينة المتاحة.

حيث تم اختيار مفردات العينة الخاصة بالدراسة بشكل عرضي أي خلال تواجدهم الافتراضي على موقع الدراسة "www.pressalgerian.com"، وتزامن طلبهم للموقع وخدماته الاتصالية مع وقت نشر الاستمارة في الموقع خلال الفترة الممتدة بين 18 فيفري 2016، و15 أبريل من نفس السنة، حيث أن الاختيار كان مرهونا بالوقت أو الفترة الزمنية الخاصة بتوزيع الاستمارة، من جهة وبزيارتهم لموقع الدراسة من جهة أخرى، وقد بلغ عدد الإجابات بعد انتهاء مرحلة جمع البيانات 377 إجابة أي (377 استمارة).

<sup>1</sup> عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام المعلومات التقليدية والإلكترونية، مرجع سابق، ص 189.

# الفصل الثاني

## الصحافة الإلكترونية

## 2-1 الصحافة الإلكترونية سماتها أشكالها وخدماتها

وسّع استخدام الإنترنت في الاتصال الإنساني مفهوم الاتصال التقليدي ليشمل الاتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الحاسوب، فلم يعد الاتصال الحديث موقفا سلوكيا ينقل من مصدر رسالة إلى مستقبل بهدف التأثير فيه، بل أصبح موقفا تبادليا يتبادل فيه شخصان أو أكثر معلومات أو مجموعة من الأفكار. كما ألغت الإنترنت تقريبا النموذج الخطي التقليدي للاتصال، بما كان يتضمنه من قيود على العملية الاتصالية، فقد كان هذا النموذج الخطي يمثل سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالاتصال وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلى العلاقة الاستبدادية. أما بعد ظهور الإنترنت فلم يعد للمرسل أو لبنية الاتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل، إذ يمنح الاتصال عبر شبكة الإنترنت للمتلقى صلاحيات وحرية أكبر للوصول إلى ما يريده من رسائل على الشبكة، وإذا كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإن الإنترنت بهذا المفهوم تعد وسيلة إعلامية جديدة، لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى، إلا أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور للعاملين في مجال الإعلام.<sup>1</sup>

فلاإنترنت خصوصية احتواء أغلب صفات وسائل الإعلام التقليدية كالفورية، الأرشيف، العمق المعرفي، التفاعلية، وبهذا فإنها تمكن من فرض نفسها إعلاميا، حيث أنها تعد وسيط الوسائط الاتصالية وتتجلى قوتها في قدرتها على احتواء الوسائط الأخرى كالإذاعة، التلفزيون والصحافة المكتوبة كمصادر للمحتوى بالنسبة له.<sup>2</sup>

كما أنها تتميز بتوفيرها للعديد من الخدمات الاتصالية للجمهور بصفة عامة يمكن للمؤسسات الإعلامية توظيفها والاستفادة منها وهي كالاتي:

### - خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail

وهو أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الإنترنت، ويستمد البريد الإلكتروني تعريفه من تعريف الوسائط الإلكترونية، وهي تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الحاسوب تسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي، سواء كانت المعلومات نصية، صوتية، أو مرئية، وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين.

<sup>1</sup> عبد الملك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2001، ص 34.

<sup>2</sup> Yves Agnès: Manuel de journalisme, Edition Médias plus, 3<sup>ème</sup> édition, 2008, Constantine, P 396.

ويعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقاً لدراسة توصلت إليها مجلة "إنترنت العالم العربي" فإن وظيفة البريد الإلكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت نسبة متصفحى البريد الإلكتروني 71٪ من إجمالي مستخدمي الشبكة.<sup>1</sup>

ويتميز البريد الإلكتروني بأنه:

- مجاني إلى حد كبير حيث أن أغلب المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت توفر هذه الخدمة مجاناً.
- إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الحاسوب وطباعته.
- إمكانية تبادل النصوص والصور والمواد متعددة الوسائط مثل الأصوات، الأغاني ولقطات الفيديو.
- إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك.<sup>2</sup>

#### - المجموعات الإخبارية

هي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها، ويمكن وصف مجموعات الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عدداً من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر، ويمكن من خلال المجموعات الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي، والصور الثابتة والمتحركة، ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات وأخبار وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته، عبر البريد الإلكتروني.

وتتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر، وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشاركين عبر البريد الإلكتروني، ولعل التفاعلية تعد من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير.<sup>3</sup>

#### - خدمة التراسل الفوري

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص وآخر، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير

<sup>1</sup> فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 71.

<sup>2</sup> عبد المالك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 68.

<sup>3</sup> فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 72-73.

هذه الخدمة عبر الإنترنت، ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام، فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن استخدام بعض البرامج الخاصة في التراسل الفوري لتبادل المعلومات بأشكال مختلفة مثل الصوت والصورة إلى جانب النصوص، أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بهما معا دون استخدام الصورة.

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري نجد برنامج Pal talk، MSN Messenger و Yahoo Messenger، وهي تتميز بسهولة الاستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها.<sup>1</sup>

### - محركات البحث

هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها، ومن هذه البرامج نجد برنامج "العنكبوت" Spider Program الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الأولى من الموقع المستهدف بل يتابع الروابط الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى، ومن البرامج الأخرى المستخدمة في محركات البحث نجد برنامج "المفهرس" Index Program الذي يعد قاعدة بيانات ضخمة تصف صفحات الويب. ومع التطور والتحديث المستمر للمواقع فإن محركات البحث تقوم بزيارات دورية للمواقع الموجودة في الفهرس للتأكد من التعديلات التي تطرأ على المواقع المفهرسة. وهناك العشرات من محركات البحث التي تختلف فيما بينها في الأسلوب وحجم التغطية، كما تختلف في مدى قدرتها على التحديث المستمر لقواعد بياناتها، ومن أشهر محركات البحث على شبكة الإنترنت نجد: Yahoo, Google, Alta Vista.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد: الإعلام الجديد، أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 105-106  
<sup>2</sup> فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 85-86.

## - الشبكة العنكبوتية الدولية The World Wide Web

جزء مهم وجوهري من شبكة الإنترنت، حيث تشتمل على معلومات وبحوث مهمة وحديثة تقدر بمليار صفحة، ويعود نجاح الشبكة العنكبوتية إلى عدة أسباب أهمها:

- استخدام تقنية لغة النص المترابط أو المتشعب والذي يشار إليه اختصاراً HTML الذي يسهل الوصول إلى مختلف أنواع المعلومات عن طريق التنقل بين الصفحات والملفات المخزنة في مواقع مختلفة، وفق نظام يسهل على الباحث التشعب من خلال عدد من العبارات المفتاحية المرتبطة مع بعضها، بشكل عنكبوتي يسميها البعض الوصلات Links أو النقاط الساخنة والتي يمكن تمييزها بلون حروفها المختلف عن بقية النصوص والعبارات، ويستطيع الباحث الضغط على المؤشر بواسطة الفأرة للوصول إلى المعلومات المتوفرة عن هذه العبارات المتميزة.

- الوصول إلى المعلومات المرئية والمسموعة كالصور الثابتة، الرسوم والصور المتحركة، الصوت لقطات الفيديو، إضافة إلى النصوص، ومن هذا الاتجاه ظهر مصطلح النص المترابط للوسائط المتعددة Hyper media.

- تسهل استخدام تقنية وفضاءات فعالة أخرى مثل غوفر Gopher وبروتوكول نقل الملفات FTP وخدمة قوائم المستعرض المعروف باسم Explorer وكذلك Netscape الذي يعرض واجهات الرسوم البيانية للشبكة العنكبوتية.

- تسهيل النفاذ إلى معلومات الشبكة العالمية عن طريق خدمة ما يسمى Mosaic الذي يتضمن مختلف أنواع الخدمات المطلوبة من شبكة إنترنت.<sup>1</sup>

### - خدمات نقل الملفات

ويتم ذلك بروتوكول نقل الملفات File Transfer Protocol FTP الذي يسمح للمستخدم بنقل الملفات من حاسب لآخر، وهذا النقل من حاسب بعيد إلى حاسب المستخدم يطلق عليه بـ Downloading، وقد يكون من حاسب المستخدم إلى حاسب آخر ويطلق عليه بـ Uploading وتسمح هذه الخدمة بالإضافة إلى ذلك بنقل الملفات من حاسب بعيد إلى حاسب آخر.<sup>2</sup>

هذه أهم الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت وهي في تطور سريع ومستمر، قد يختفي بعضها وتظهر بدله خدمات أكثر تطوراً، مثل خدمات الـ Gopher والـ Archi والـ WAIS التي لم يعد لها وجود مع ظهور الويب الذي بات يشمل كافة تطبيقات الإنترنت.

<sup>1</sup> عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، مرجع سابق، ص 355-356.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 62.

وبهذا فقد سارعت وسائل الإعلام لاستخدام هذا الوسيط للوصول إلى أكبر عدد ممكن من جمهور المتلقين الذين يستخدمون الشبكة لتحقيق وظائف هذه الوسائل، وبالتالي الوصول إلى قيمة مضافة من جمهور المتلقين إلى الجمهور الأصلي الذي يتعرض فعلا للصحف الورقية أو أجهزة الراديو أو التلفزيون. يمكن أن نقول أن شبكة الإنترنت وسيلة من وسائل الاتصال بالجمهور حيث أنه بالرجوع إلى المحددات الأساسية لوسائل الاتصال بالجمهور نجد أن معظم هذه المحددات متوفرة في شبكة الإنترنت واستخدامها مثل:

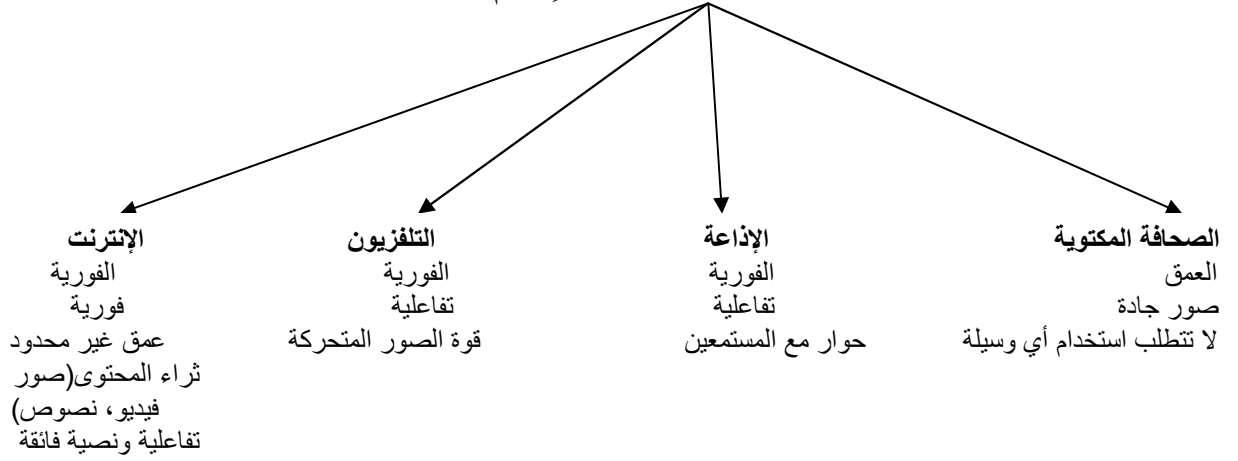
- الحجم الضخم للمستفيدين من وظائف الشبكة الذي يصل إلى ما يزيد من 500 مليون تقريبا.
- تعدد الوظائف التي أصبحت تؤديها الشبكة وينتشرها الإعلام والمعلومات، الترفيه والإعلان.
- بالإضافة إلى ذلك فإن جمهور وسائل الاتصال ومستخدمي الإنترنت مازال غير معروف للقائم بالاتصال، كما أن هذا الأخير بدوره غير معروف للجمهور سواء كان مصدر المعلومة أو صاحب الموقع.
- تنوع المحتوى أو الرسائل الاتصالية في الموقع الواحد أو مجموعة المواقع الموجودة على الشبكة بتنوع الوظائف وجمهور المستخدمين.
- الاعتماد على الوسائل الإلكترونية ويقابلها في شبكة الإنترنت الوسائل والمستحدثات الأكثر تطورا في الوصول إلى الجماهير كبيرة الحجم المنتشرة ومتباينة السمات كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 2004، ص 123.



## نقاط قوة وسائل الإعلام



شكل (1) يوضح مقارنة بين مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة<sup>1</sup>

من جهة أخرى تعتبر الإنترنت وسيط اتصالي بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث تعد وسيط الوسائط الذي تتجلى عظمته في قدرته على احتواء الوسائط الأخرى كمصادر للمحتوى بالنسبة له.<sup>2</sup> حيث أن وسائل الإعلام التقليدية تستخدم المواقع المتاحة لها على الشبكة في نشر وبت الرسائل الإعلامية باعتبارها إحدى قنوات أو مسارات النشر أو البث والتوزيع بالإضافة إلى القنوات التقليدية في هذا المجال، حيث أن وسائل الإعلام لا تقدم رسائل مختلفة عما تنشره في الصحف الورقية أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ولكنها تعيد نشر وإذاعة نفس المضامين على شبكة الإنترنت للوصول إلى مستفيدين آخرين يمثلون جمهور الشبكة بالإضافة إلى جمهورها التقليدي الذي تستهدفه في سياساتها ومنتجاتها.

من خلال ما سبق نجد أن المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت تقوم بأحد الدورين: دور الوسيلة الإعلامية أو الوسيط بين الوسائل والجمهور، أو الدورين معا.<sup>3</sup>

وبهذا فقد أثرت الإنترنت في عملية الاتصال ذاتها وخاصة في وسائلها ويمكن رصد بعض التأثيرات فيما يلي:

✓ أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، بشكل ألغيت معه الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل حيث أصبحت جل الصحف جرائد إلكترونية بالمعنى الصحيح تستخدم الحاسوب في كل عملياتها بل يمكن قراءتها

<sup>1</sup> Yves Agnès: Manuel du journalisme, Op cit, P 398.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 82.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 125.

مباشرة على الشبكة، كما أن جهاز التلفزيون أصبح يستخدم كجهاز استقبال برامج التلفزيون والراديو.<sup>1</sup>

✓ أصبحت وسائل الاتصال تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام الجديد طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي، حيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية جزء من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناع القرار من ضغوط، فقد أضفى كل من انفجار المعلومات وثورة الاتصال بشكل عام طابعا دوليا على وسائل الإعلام الجماهيرية جميعها، حيث أصبح من الصعوبة التفرقة بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي.<sup>2</sup> فالإعلام الوطني الذي ينتجه مجتمع ما لمواطنيه أصبح له بشكل من الأشكال بعد دولي.

✓ كما جعلت الإنترنت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فأى شخص لديه ارتباط بالإنترنت يستطيع أن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة بسيطة، حيث توجد عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي تناقش مختلف المواضيع الراهنة.<sup>3</sup>

كما رأينا فإن للإنترنت آثار على وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة، حيث تناقص في السنوات الأخيرة عدد الجرائد وذلك بسبب ما تمتلكه شبكة الإنترنت من إمكانيات خاصة منها تجديد الأخبار كل فترة زمنية قصيرة، الشيء الذي لا يتوافر للصحافة المكتوبة كون عمليات الطباعة والتوزيع تستغرق وقتا كبيرا نسبيا. وبهذا ظهر تخوف من التأثير السلبي للإنترنت على الصحافة أو من غيابها كليا عن المشهد الإعلامي، إلا أنها استطاعت تطوير نفسها والتغيير من محتواها لتصبح أكثر تفاعلا مع الجماهير ولتثبت أنها ستظل محافظة على موقعها وسط وسائل الإعلام الأخرى، فقد فرضت الإنترنت على الصحافة حتى تبقى محافظة على مكانتها ما يلي:

1- إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت.

2- إعطاء أهمية أكبر للعناصر المرئية في إخراج الصحيفة.

3- تأثر الأساليب التحريرية ذاتها بالخطاب التلفزيوني وميزات السرعة والإيجاز حيث أصبحت قراءة الصحف قراءة سريعة.

<sup>1</sup> محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص 31.

<sup>2</sup> سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، ع 1+2، دمشق، 2010، ص 470.

<sup>3</sup> محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص 32.

4- الحضور الإلكتروني خلال النشرات الإلكترونية التي تعرضها الصحافة المكتوبة لقرائها على شبكة الإنترنت.

هذه النشرات الإلكترونية أحدثت انقلابا حقيقيا في تاريخ الصحافة المكتوبة فقد منحها فرصة مواكبة تطور الوسائل السمعية البصرية، وقدمت لها إمكانية التفاعلية وأوصلتها إلى شرائح واسعة من الجمهور.<sup>1</sup>

فقد فتح استخدام الإنترنت للصحافة المكتوبة آفاقا مكنتها من الصمود في الساحة الإعلامية ومواجهة الثورة التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، بعد أن استطاعت توسيع دائرة قرائها واستقطاب فئة اجتماعية كانت أقل استخداما للصحف الورقية هي فئة الشباب بحكم تعاملهم الدائم وتحكمهم في التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، كما أن شبكة الإنترنت تسمح للمواقع الإعلامية بإثراء مضمونها وتقديم أكثر التفاصيل والتوضيحات مستخدمة في ذلك مختلف أشكال الاتصال النصية، التوضيحية، والسمعية البصرية، وهذا ما مكنها من منافسة وسائل الإعلام الثقيلة كالإذاعة والتلفزيون.<sup>2</sup>

وكانت الباحثة قد أشارت فيما سبق إلى أن الصحافة الإلكترونية في هذه الدراسة هي تلك المواقع الإلكترونية للصحف اليومية العامة (الإخبارية) على شبكة الإنترنت، وهي نسخة إلكترونية لصحيفة مطبوعة تصدر بشكل دوري ومنتظم، يتم تحديث مضمونها من فترة إلى أخرى، تتيح المحتوى في روابط متعددة تسمع للقارئ الوصول إلى هذا المحتوى بتوفير حرية التحول الاختيار والتفاعل معه".

<sup>1</sup> سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 474-475.

<sup>2</sup> Marie LEBERT: De l'imprimé à Internet, vu le 12-02-2014 à 13:00, sur le site: [www.étude-francaise.net/entretien/printfr05.html](http://www.étude-francaise.net/entretien/printfr05.html).

## 2-1-1 سمات الصحافة الإلكترونية:

تعتبر الخصائص التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية بمثابة المعالم المميزة للنشر على شبكة الإنترنت، ولذلك فإن نجاح أي صحيفة إلكترونية يتوقف على مدى فهم هذه الخصائص والاستفادة منها لتقديم نمط اتصالي جديد يتوافق وطبيعة النشر الإلكتروني، وتتمثل أهم الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية فيما يلي:

### 2-1-1-2 تعدد الوسائط Multimedia:

قبل ظهور الصحافة الإلكترونية، كانت هناك خارج شبكة الإنترنت محاولات دؤوبة للتقارب بين وسائل الإعلام، والتحالف وبناء العلاقات بين المؤسسات المختلفة، بهدف مزج الأشكال المختلفة للمادة الإعلامية وجعل هذه الأخيرة تظهر بطريقة أكثر فاعلية. وتحت مفهوم التقارب الإعلامي الذي يزيل الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية المختلفة، قامت مؤسسات إعلامية بمزج قاعات التحرير في موقعها الإلكتروني مع نظيرتها في الصحيفة الورقية أو المحطات التلفزيونية التابعة للمؤسسة ذاتها.<sup>1</sup>

وتعرّف الوسائط المتعددة بأنها "توظيف النصوص، الجداول، الرسوم البيانية، الصور الثابتة والرسوم المتحركة، الصوت والفيديو، بكيفية مندمجة ومتكاملة، من أجل تقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية احتياجات المتلقين ومتكيفة مع قدراتهم الإدراكية، ويمكن الحديث عن تعدد الوسائط ابتداء من توظيف وسيطين كحد أدنى والوسائط المتعددة وفقا لهذا التعريف ليست مجرد عملية تجميع لهذه الوسائط بقدر ما هي عملية إبداعية تخضع للشروط الفنية والنفسية المواكبة لعملية التلقي".<sup>2</sup>

وبسبب هذه السمة تكتسب الصحيفة الإلكترونية مميزات كل أنواع وسائل الاتصال، فهي تكتسب ميزة الاتصال المطبوع من خلال تقنية النص، وتكتسب ميزة الاتصال المسموع من خلال تقنية الصوت، وتكتسب ميزة الاتصال التلفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة.

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى إستراتيجية، ع 7، مركز الإمارات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، يوليو 2014، ص 112.  
<sup>22</sup> شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 113.

## 2-1-1-2 النصية الفائقة HyperText Transport Protocol

ويعرّف أيضا بالنص الفياض، النشاط أو التشعبي، وهو نظام لتقديم المعلومات المرتبطة في مسار غير خطية، يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، يسمح للمتلقي بالتجول بين المعلومات واختيار المسارات وبناء المعنى الذي يلبي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية، وتتحدد سمات النص الفائق فيما يلي:

- أنه تنظيم للعلاقة بين النصوص المرتبطة في بناء برنامج ما، أو موقع ما أو مواقع متعددة عند استدعاء النصوص عليها بواسطة أدوات التجول والإبحار.
  - يقوم التنظيم فنيا على بناء وصلات أو الروابط التي تربط بين عدة نصوص في مسارات تسمح للاختيار منها أو الانتقال إلى مسارات أخرى ترتبط فيما بينها.
  - هذا التنظيم يسمح بالاختيار الحر بين هذه النصوص والتفاعل مع محتواها خاصة في بناء محتوى آخر يمكن أن ينظمه المتلقي حسب حاجاته.
  - يعتمد النظام على وفرة النصوص بالدرجة الأولى في البرنامج أو الموقع الواحد أو وفرة الوصلات التي تنتهي إلى مواقع أخرى عليها النصوص المرتبطة.
  - كما يسمح النظام للمتلقي بالوصول إلى النصوص المرتبطة في مسارات غير خطية، فإنه يسمح بالقفز على بعضها وتجاوزها والعودة إلى نصوص أخرى بالانتقال إلى الصفحة الرئيسية.
  - يمكن إضافة الصورة إلى النص أو النصوص دون أن تغير من تعريفه وهو ما نراه مستخدما في الكثير من المواقع الإعلامية.
  - يعتمد النص الفائق على البنية الأساسية الرقمية التي أتاحت السعة الكبيرة في بناء قواعد البيانات والتخزين وبناء الروابط بينها، والسرعة الكبيرة في الاستدعاء والربط بين النصوص التي يقوم المتلقي باستدعائها من خلال الطرق المختلفة مثل النقر على الكلمات، أو الاختيار من القوائم أو الكلمات النشطة أو الساخنة.
- وبهذا يوفر النص الفائق للقارئ أو المتلقي حرية التجول بداية ثم حرية الاختيار بعد ذلك من المحتوى بما يتفق مع حاجاته وميوله.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على الإنترنت، مرجع سابق، ص-ص 113-117.

### 3-1-1-2 التفاعلية:

إن التفاعلية بمعناها الأولى هي عبارة عن عملية تبادل، وهي بذلك في العلاقات الإنسانية تنتظر إلى الاتصال كعملية دائرية، حيث تعتبر كل رسالة بمثابة دافع ومنبه بالنسبة للمتلقى يتطلب ردة فعل من طرف هذا الأخير وهو ما تعكسه عملية رجع الصدى كتفاعل مع أي رسالة، سلوك، اتجاه، أو حتى إشارات.<sup>1</sup>

وتعد الصحف الإلكترونية أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي باتت تتوفر على الاتصال التفاعلي، هذا الأخير الذي حتى وإن كان متوفرا في وسائل الإعلام التقليدية بنسب متفاوتة (الاتصالات الهاتفية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية)، إلا أنه شهد تطورا كبيرا خاصة مع ظهور الشبكة العنكبوتية، من خلال المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، فالتفاعلية في الصحافة الإلكترونية تتمثل أساسا في ردّات فعل الجمهور نحو المحتويات المقترحة على مواقعها الإعلامية من خلال عمليات التعليق والتصنيف أو تقييم المواضيع، كما تتمثل في المناقشات المنظمة من طرف هيئات التحرير والمنتديات الإلكترونية، التفاعلية هي أيضا استقبال مختلف المواضيع المحرّرة من طرف المواطنين ونشرها على المدونات الإلكترونية، كما تتطلب التفاعلية من الطاقم الإعلامي التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل المباشر مع الجمهور (صفحات الفيسبوك، وحسابات التويتر)، إضافة إلى مساهمة الجمهور في إنتاج المحتوى الإعلامي كالصور ومقاطع الفيديو، حيث تخصص بعض المواقع الإعلامية قسما خاصا باستقبال والتكفل بمراجعة إسهامات الجمهور والمصادقة عليها قبل عرضها على الموقع.<sup>2</sup>

### 4-1-1-2 تفتيت الاتصال أو اللاجماهيرية

يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الإنسان عندما توفر برامجه قدرا كبيرا من الخيارات التي تمنح أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختيار وهو ما يرفع من شأن الفردية. بالإضافة إلى ذلك فإن نظم الاتصال الرقمية تؤكد على سرية الاتصال وخصوصيته وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات، فالكثير من المواقع على الشبكة العالمية

<sup>1</sup> Christian BAYLON et Xavier MIGNOT: La communication, édition ARMAND COLIN, 2<sup>ème</sup> édition, Paris, 2006, p 193.

<sup>2</sup> Jean-Marie Charon: Un état des lieux de la presse numérique, conférence sur les perspectives de la presse numérique, école polytechnique Telecom, le 13 décembre 2011, Paris, p 4, vu le 15-02-2013 sur le site: [www.innovation-regulation2.telecom-paristech.fr/wp-content/uploads/2011/12/presse-numerique-jm-charon.pdf](http://www.innovation-regulation2.telecom-paristech.fr/wp-content/uploads/2011/12/presse-numerique-jm-charon.pdf).

أصبحت تتيح المعلومات والآراء والأفكار المتعددة التي تتفق مع حاجات الأفراد الفكرية والعلمية التي قد تختلف مع الحاجات الجماهيرية.

ومن جانب آخر تعددت المواقع التي تقدم معلومات ذات طابع خاص وتتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريبا كتعليم مهارات الرسم، أو التصوير أو الموسيقى... وغيرها من المواقع التي تقدم معلومات ذات طابع دقيق ومتخصص لتلبية حاجات مختلف الفئات وقد أدى هذا إلى تفتيت متعدد المستويات لجمهور المتلقي نتيجة التنوع الشديد وتعدد بدائل الاختيار وحرية التلقي.<sup>1</sup>

وترتبط هذه السمة بالجمهور وطبيعة استخدامه للصحيفة الإلكترونية، وتتحقق هذه الإمكانية بإحدى الطريقتين:<sup>2</sup>

الطريقة الأولى وهي إتاحة اختيارات متعددة أمام القارئ ليختار منها ويقوم هذا الأسلوب على استخدام نظام الوصلات، والتي تحيل المستخدم حسب رغبته إلى مواقع إخبارية، أو جماعات المناقشة أو خدمات البحث، أو الأرشيف، وتسمح هذه الطريقة للمستخدم بالبحث والرجوع إلى الوثائق والمصادر المختلفة للمحتوى المقدم إليه في الموقع الإخباري.

الطريقة الثانية وتسمى بدفع المحتوى، حيث يكون على المستخدم تحديد قائمة تتضمن كل المجالات التي تهتمه، ثم يتولى الموقع نفسه مهم إرسال المواد والمعلومات إلى المستخدم بشكل أوتوماتيكي ليطلعها في الوقت الذي يريده.

## 2-1-1-5 تجاوز وحدة الزمان والمكان

يتم الاتصال عبر الإنترنت عن بعد حيث لا يشترط تواجد الأطراف في مكان واحد مع توفره على المرونة والتفاعلية، أما من ناحية الزمن فيمكن إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه، مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية كالصحف الإلكترونية.<sup>3</sup> إلا أن تواجد الأفراد المشاركين في العملية الاتصالية في نفس الوقت يعتبر شرطا أساسيا في بعض التطبيقات الخاصة بالإنترنت مثل: المحادثات الفورية والمناقشات.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 111-112.  
<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 137.  
<sup>3</sup> سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 446-447.

بفضل الإنترنت أصبح بإمكان وسائل الإعلام المكتوبة تعديل الأخبار في الوقت الحقيقي، لتقديمها إلى القارئ الذي يشترط عوامل الفاعلية والسرعة في تقديم الأخبار التي كانت حكرًا على وسائل الإعلام السمعية بصرية. حيث مكنت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الصحافة المكتوبة من جمع الأخبار ومعالجتها ثم عرضها على القراء بطريقة سهلة وسريعة، وهذا ما جعلها تكتسب خصائص ومميزات باقي الوسائل وتنافسها.<sup>1</sup>

إن تواجد الصحافة اليومية على الإنترنت جعلها تنتقل بوظيفتها من تقديم الإعلام اليومي إلى ضمان إعلام مستمر بحكم ضرورة تحديث الأخبار وتجديدها، لذا وجد الصحفيون العاملون بالصحف المكتوبة صعوبة كبيرة في التأقلم مع ظروف العمل الجديدة، بحكم عدم تعودهم على أبعديات التعامل مع الوقت الحقيقي، خصوصًا في بدايات ظهور المواقع الإعلامية على الإنترنت، إلا أن هذه المشكلة تم تجاوزها بمرور الوقت واكتساب الخبرة والتعود على السرعة والفورية في تحديث الأخبار.<sup>2</sup>

## 2-1-2 أشكال الصحافة الإلكترونية

تتوفر الآن على شبكة الإنترنت عدة أشكال من الصحافة الإلكترونية، بدأت تظهر وتتطور بتطور شبكة الإنترنت للاستفادة أكثر من خصائصها وسماتها الاتصالية، وقد حاول الكثير من الباحثين في محاولاتهم لتصنيفها، وضع مجموعة من المحددات والمعايير الفنية والتقنية التي تسهل هذا التصنيف، وأهم هذه المعايير نجد

**المعيار الأول** ويتمثل في مدى توافر المشاركة والتفاعلية في الموقع الخاص بالصحف، وتقسّم الصحافة على أساس هذا المعيار إلى:<sup>3</sup>

### أ- المواقع الإخبارية السائدة

وهي المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب، تقدم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم مثل: BBC و CNN والجزيرة، أو منتجًا مخصصًا للنشر على الويب، وهو أكثر الأشكال سيطرة وتنظيمًا للمشاركة الاتصالية من جانب المحررين والمسؤولين، فالقارئ في معظم الأحوال تكون مشاركته استجابة لأسئلة أو طلبات الموقع والمحررين، وتنتمي معظم صحف الشبكات إلى هذه الفئة.

<sup>1</sup> E. THIVARD, M-L GINIES: les métiers du journalisme, Groupe VOCATIS, Paris, 2008, P43.

<sup>2</sup> Nicolas Kayser-Bril: Quelle place pour la presse en ligne à l'heure du web 2.0? mémoire de fin d'études, Institut d'études politiques de Lille, section économie et finance, p 31-32, vu le12-01-2013, à 14:00, sur le site: [www.manuscriptdepot.com/edition/document-pdf/nicolas\\_kayser-bril.pdf](http://www.manuscriptdepot.com/edition/document-pdf/nicolas_kayser-bril.pdf).

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 151-153.



## ب- مواقع الفهارس والتصنيف

وهذه المواقع ترتبط غالبا بأي محرك من محركات البحث مثل Google ، AltaVista و Yahoo، وهذه الحالة تسمح للصحفيين بالتعمق أكثر بدعم من روابط هذه الأدوات والمحركات مع المواقع الإخبارية أينما كانت على شبكة الإنترنت، التي تكون في بعض الأحيان مجمعة ومصنفة في فئات بواسطة فريق المحررين، ومثل هذه المواقع وإن كانت لا تقدم المحتوى التحريري كوظيفة أساسية، لكنها تعتبر مجالا للنقاش وتبادل الأخبار.

## ج- مواقع التعليق على الأخبار وآراء وسائل الإعلام:

وتنتهي هذه الفئة في بعض الأحيان إلى الصحافة الرقابية، وفي أحيان أخرى تعتبر امتدادا لفئة مواقع الفهارس والتصنيف، ويقدم المحتوى التحريري صحفيون مختلفون يناقشون محتوى آخر منشورا على الإنترنت، مثل الآراء النقدية لإنتاج وسائل الإعلان والمفاهيم الكامنة وراء هذا الإنتاج.

## د- مواقع المناقشة والمشاركة

ويجسد هذا الشكل العلاقة بين المحتوى والاتصال، ذلك أن السبب الأول لنجاح تكنولوجيا الوسائل الجديدة أن الناس تريد الاتصال بالآخرين على المستوى العالمي، حيث تكون البنية الأساسية اتصالية في الأساس، تعكس مستوى التسهيلات التي تقدمها الشبكة لتبادل الآراء والمواضيع والقصص وغيرها، ويعتبر هذا الشكل من الصحافة بمثابة مدونة جمعية تقدم مساحات شخصية لعدد غير محدود من الأفراد على الإنترنت لتقديم خبراتهم. يمكن اعتبار هذا التصنيف عام حيث أنه لم يهتم بتصنيف الصحف الإلكترونية في حد ذاتها بقدر ما صنف المواقع الإلكترونية بشكل عام.

المعيار الثاني ويتمثل في مدى وجود أصل مطبوع أم لا وتقسّم الصحف حسب هذا المعيار

إلى ما يلي:

#### أ- النسخ الإلكترونية للصحف الورقية

وهي المواقع التابعة لمؤسسات صحفية تقليدية حيث تحتوي على معظم ما ينشر على

صفحات تلك الصحف.<sup>1</sup>

ويأخذ هذا النوع أحد الشكلين الآتيين:

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن مواقع هذه الصحف لا يعمل بها صحفيون وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني ويمتاز هذا النوع بتقديم نفس الخدمات الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أحداث وتقارير وأخبار وصور كما يقدم خدمات أخرى لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت وتكنولوجيا النص الفائق، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة، أو في شبكة الويب، وخدمات الرد الفوري والأرشفة إضافة إلى الوسائط المتعددة.<sup>3</sup>

إذ أن عملية استنساخ الطبعة الورقية لها من المميزات ما جعل الجرائد تصل إلى عدد كبير من الجماهير من مختلف أنحاء العالم خاصة في البدايات الأولى لظهور شبكة الإنترنت، لكن هذه العملية لم تعد تخدم النسخة الإلكترونية ولا مستقبل الصحف على الإنترنت، حيث يرى بعض علماء الاجتماع أنه يتعين على الصحف استغلال كافة إمكانيات الإنترنت، هته الأخيرة التي تعتبر وسيلة الاتصال مختلفة تتوجه إلى جمهور متطلب لا يكتفي بما نشرته الصحيفة على الورق، بل يطمح إلى الحصول على خدمة إعلامية متطورة من خلال موقع الصحيفة الذي يجب أن يتحلى بإمكانيات تفاعلية وأساليب تحريرية متطورة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006، ص 117.

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 99.

<sup>3</sup> نجاح العلي: الصحافة الإلكترونية النشأة والمفهوم متوفر على الموقع [www.najjah2000,maktooblog.com/780306//25](http://www.najjah2000,maktooblog.com/780306//25) تاريخ الاطلاع 2010-12-28 على الساعة 20:00.

<sup>4</sup> Christophe Deleu: Les médias et l'Internet en France, les cahiers du journalisme, revue N°4, Janvier 1998, p 280.

وهنا تعتبر الطبعة الإلكترونية مكملة لنظيرتها الورقية حيث أن الطاقم الصحفي لهذه الأخيرة هو نفسه للموقع الإلكتروني إضافة إلى ما تتطلبه الطبعة الرقمية من طاقم تقني أيضا للاستفادة من إمكانات الإنترنت.

كما تجدر الإشارة إلى أن مصداقية الصحيفة الورقية ونوعيتها تتحكم أصلا في مدى نجاحها على شبكة الإنترنت التي تزيد من قوة تأثيرها، مما يسمح بتوسيع دائرة قرائها ورفع أسعار الإعلانات على مواقعها الإلكترونية، أي أن مدى كفاءة الصحيفة هي التي تحدد نجاحها على الإنترنت.<sup>1</sup>

### ب- الصحف الإلكترونية البحتة

وهي كما تشير إليه التسمية صحف لا تملك نسخة ورقية، يتم تصميمها للنشر على شبكة الإنترنت تملك أجهزة وإدارة خاصة بها، مراحل إنتاجها تكون إلكترونية محضة ولا تحتاج للطبع أو التوزيع حيث تعتمد أساسا على النشر الإلكتروني، ويأخذ هذا النوع سمات الصحيفة الإلكترونية العادية، حيث يخضع لقواعد النشر على الإنترنت من تبويب وعرض المواضيع وأسلوب التحرير وأنية في نقل الأحداث وتحديث يومي للصفحات.<sup>2</sup>

### المعيار الثالث هو معيار التقنية المستخدمة في الموقع<sup>3</sup>

أ- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الغرافيك التبادلي (Graphic Interchange Format): وهي التي تتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت إلا أن هذه التقنية لا تمكن القارئ من ميزات التفاعلية.

ب- تقنية النص المحمول: PDF Portable Datagram Format: وهو نوع قريب من النمط السابق يتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة.

ج- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML: وهو النوع الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانات الإنترنت المختلفة مثل: الوسائط المتعددة، النص الفائق، الأرشفة.... إلخ.

<sup>1</sup> Nicolas Kayser-Bril: Quelle place pour la presse à l'heure du web 2.0? op cit, p 13.

<sup>2</sup> Jean-Marie Charon: Un état des lieux de la presse numérique, op cit, p 5.

<sup>3</sup> نسرين حسونة: أنواع الصحف الإلكترونية، متوفر على الموقع: [www.alukah.net](http://www.alukah.net)، تاريخ الاطلاع: 20-12-2014، الساعة 20:00.

د- صحف إلكترونية تجمع بين النص الفائق والنص المحمول: وذلك للاستفادة من مزايا النظامين، حيث يوفر النص الفائق الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة وذلك لأن بعض القراء يفضل مطالعة صحيفته بالشكل الذي اعتاد عليه.

وبطبيعة الحال فإن هذا النوع يستخدم فقط من طرف المؤسسات الصحفية التي تعتمد على النسخة الورقية، وفي الجزائر نجد أن أغلب الصحف الإلكترونية الجزائرية تعتمد هذا النوع من النشر الإلكتروني فبالإضافة إلى النسخة الإلكترونية توفر الصحف الإلكترونية الجزائرية نسخة من النص المحمول.

### 2-1-3 خدمات الصحافة الإلكترونية

إن العلاقة بين الثلاثي: " الإنترنت، الصحافة، والجمهور " تعتبر علاقة تعدي يخدم كل واحد فيها الطرف الآخر.

هذا وفيما يخص العمل الصحفي فإن الإنترنت أفادت كثيرا الصحافة والإعلاميين كما سنوضحه:

1- الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية، من مصادر متعددة، وبلغات متباينة، وفي مجالات متنوعة.

2- الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوافرة على الإنترنت من العديد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد.

3- استكمال معلومات الموضوعات الصحفية، وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات.

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

5- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات، والمنظمات والدوريات الصحفية والاستفادة منها في عدة نواحي صحفية.

6- تطوير المهارات الصحفية للصحفيين، وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية، والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات وصياغتها وتطوير أساليب الكتابة

<sup>1</sup> سيد بخيت: الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية و التعليمية والقانونية والأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2010، ص 223-225.

الصحفية واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية، وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة.

7- استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي، يحوي موضوعاته الصحفية ومواعيده و عناوينه الخاصة، واهتماماته وكتبه وقراءاته .... الخ حيث تتوفر العديد من البرامج والخدمات التي تساعد على استخدام الإنترنت كذاكرة متنقلة وأرشيف متحرك.

8- استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة والتي تحوي المصادر الصحفية المفضلة له، والتي تجلب له الأخبار التي يهتم بها ويتابعها، كما تساعده على تصميم صحيفته المفضلة بالشكل الذي يروقه، والقيام -نيابة عنه - بمهمة السكرتير الخاص الذي يتولى جمع الأخبار والمعلومات الجديدة والمتنوعة ويصنفها بشكل منظم ومرتب ومتوافق مع ميوله واهتماماته.

9- بناء عالمه الصحفي الخاص الذي يطلع من خلاله الآخرون على شخصيته وميوله وقراءاته واهتماماته وسيرة حياته وكتاباتاته وآرائه ومقالاته وإنجازاته وأعماله الصحفية.

10- الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى من منظمات وشخصيات دولية ومشاهير ومسؤولين ... الخ

11- الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة مثل أرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني للمصادر والشخصيات والجهات التي يسعى للاتصال بها.

12- إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى صحيفته ومصادره، من أي مكان، وبدون تكلفة تذكر، وبطريقة تساعده في الاستفادة المثلي من البيانات المتبادلة بينهما وتوثيقها وتصنيفها.

13- الانضمام إلى جماعات صحفية وإخبارية، يتبادل معهم الخبرات الصحفية في موضوعات شتى، وبما يساعد في تطوير مهاراته ومعارفه.

14- الاستفادة من الآلاف القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات المتوافرة على الإنترنت والتي تصنف معلوماتها بشكل يسهل الاطلاع عليها.

15- استكمال مقرراته التعليمية الصحفية على يد العديد من الأساتذة في جامعات متنوعة وصحفيين محترفين من صحف مختلفة، بما يعمق معارفه الصحفية ويطورها بشكل دائم.

16- تطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية، وطرق التقائه بمصادره، حيث يمكن عقد مؤتمرات صحفية عن بعد، والاتصال بهم عبر البريد الإلكتروني، وعقد مؤتمرات فيديو، ونقاشات جماعية، وحجرات دردشة.

- 17- الإطلاع على أشكال جديدة من العمل الصحفي، وعلى أفكار موضوعات صحفية مختلفة، والبحث عن زاويا جديدة في معالجة القصص والتقارير الصحفية.
- 18- استخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية مثل التغطية باستخدام الكمبيوتر والتي تتيح له جمع المادة الصحفية من قواعد معلومات ضخمة بشكل إلكتروني عبر جهازه الخاص وتحليلها والكتابة عنه.
- 19- المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وممارستهم وأدائهم.
- 20- تطوير طرق اتصاله بقرائه وتعميق علاقاته بهم، عبر الوسائل التفاعلية التي توفرها الإنترنت.
- 21- استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية، ولتجميع معلومات خلفية عن الموضوعات الصحفية، والاشتراك في القوائم البريدية.
- أما فيما يخص الجمهور فتقدم الصحافة الإلكترونية وبفضل مجموعة السمات الاتصالية التي تكتسبها من وجودها على الإنترنت مجموعة من الخدمات التي تنفرد بها مقارنة بنظيرتها الورقية، هذه الخدمات الحديثة التي تعزز من مستوى مقروئيتها وإقبال الجمهور عليها وفيما يلي سنعرض أهم هذه الخدمات:<sup>1</sup>
- الشريط الإخباري: وهو عبارة عن شريط متحرك يوضع في مكان مناسب من الصفحة الرئيسية للصحيفة، ويتيح لزائر الموقع مطالعة عناوين آخر الأخبار والتطورات على مدار الساعة، وهذه العناوين تكون متصلة بصفحاتها التفصيلية.
- الصفحات التفاعلية: وذلك عن طريق:
- أ- المشاركة في التصويت: الذي يعد من الأدوات المهمة للموقع ولزائره على السواء، فالزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، أما الموقع فمن حيث إمكانية قياس رأي الزوار في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها.
- ب- المشاركة في الحوار المباشر: عن طريق المشاركة الحية التي يوفرها الموقع على الصفحة الرئيسية.
- ج- نشرة الأخبار البريدية: وهي مجموعة من الأخبار والمواضيع المحلية والإقليمية والدولية، يتم اختيارها وإرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة.

<sup>1</sup> عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، مرجع سابق، ص-ص 224-228.

وعموما فإن الخدمات التي توفرها الصحف الإلكترونية يمكن أساسا استنتاجها من سماتها الإعلامية ومما يميزها أصلا عن الصحافة الورقية، فمن خلال نظام الروابط والوصلات التشعبية ذكرنا سابقا أن الصحافة الإلكترونية تسمح لقراءها بمطالعة تفاصيل نا تنشره في الصفحة الرئيسية، أو تدلهم على مواضيع ذات علاقة بما يبحثون عنه سواء كان ذلك داخل موقعها، أو في مواقع أخرى على الشبكة. كما توفر أرشيف إلكتروني لأعدادها السابقة، سواء تعلق الأمر بالنسخة الإلكترونية أو المطبوعة، إضافة إلى البريد الإلكتروني، وكل ما تعلق بالتفاعلية.

## 2-2 نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية

### 1-2-2 خلفية تاريخية عن تطور الصحافة الإلكترونية في العالم

إن أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونيا بدأت عام 1971 عندما قام "مكتب البريد العام" General Post Office في المملكة المتحدة ببدء العمل فيما يطلق عليه خدمة Prestel، وببداية إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979 قدمت نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل، حجز تذاكر الطيران بواسطة شاشات خاصة تشبه شاشات التلفزيون، لكن الكلفة المرتفعة قصرت الخدمة على 65 ألف فرد معظمهم يعملون وكلاء لشركات سياحية لذا فقد تم إيقاف المشروع عام 1993.

وظهرت Ceefax أيضا خلال السبعينات وقامت هيئة الإذاعة البريطانية BBC بتطوير هذه الخدمة بعد جهد بحثي لكي تتيح برامجها لفئة الصم، ولعل الانخفاض الذي شهدته أسعار أجهزة الحاسوب والتطور في تكنولوجيا الذاكرة الأساسية للحواسيب وأوجه التقدم الأخرى في تقنيات نقل البيانات قد تساعد المشروع على الاستمرار وبدا واضحا أنه يمكن الاستفادة من تطبيقات عديدة تجاوزت بمراحل الخدمة الأساسية، وفي الوقت ذاته بدأت شركة Knight Rodder الأمريكية في تجربة نظام آخر باسم Vewtrom تم اختباره في ماي 1981 لم يكتب له النجاح بسبب ارتفاع تكلفة شاشات النظام الذي تم إيقافه أيضا عام 1986.<sup>1</sup>

من جهتها شرعت شركة Compu Serve في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية في إطار تجريبي، ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية ولأنها لم تجد عددا كافيا من المستهلكين لاستمرارها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية-دراسة في التفاعلية والتصميم- الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 23-24.  
<sup>2</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخير الصحفي- دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص 30.

وكانت المحاولات الفرنسية أكثر نجاحا من خلال تدشين نظام مينيتل للمعلومات الإلكترونية ودليل الهاتف Minitel Electronic Information And Téléphone Directory عام 1981، ويعود هذا النجاح إلى الشاشات التي وُزعت مجانا على المواطنين من طرف الحكومة الاشتراكية آنذاك، إضافة إلى تقديم نظام الاستعلام الهاتفي الذي لقي إقبالا كبيرا من طرف الزبائن، كما قدم هذا النظام النموذج الأول للصحيفة الورقية التي يمكن الوصول إليها بشكل إلكتروني، عندما استخدمت صحيفة Libération هذه الوسيلة لنشر نتائج منافسات دورة لوس أنجلوس الأولمبية الصيفية عام 1984 قبل أن تظهر الطبعة الأولى من الصحيفة في شوارع باريس. من جهتها طورت كل من شركتي BM و SEARS شبكة للأخبار والاتصالات باسم Prodigy و قد توافق بدء هذه الخدمة عام 1987 مع نشوء الحاسب الآلي الشخصي والربط المتزايد بين أجهزة الحاسوب، وخاصة في المؤسسات البحثية والأكاديمية.<sup>1</sup>

إضافة إلى الخدمات التي قدمتها شركة Knight Ridder و America Online في 1989، حيث كان لكل هذه الشبكات الجديدة الرغبة في تقاسم التحكم في الشبكة مع المستخدمين الذين زاد عددهم خاصة مع انتشار الحواسيب الشخصية وابتكار البرامج الجديدة في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي، وقد أظهرت شركات الإعلام الكبرى انزعاجها من ارتفاع عدد الشبكات وزادت مخاوفها من التغيير الإعلامي الحاصل والذي يفرض عليها مواكبته، لكن بظهور شبكة الويب بإمكانياتها المختلفة وتوسع استخدام الوسائط المتعددة فيها والبريد الإلكتروني سارعت بالاستفادة من هذا الوضع الجديد بتقديم الخدمات الصحفية المختلفة بوسائط جديدة.<sup>2</sup> حيث أصبحت أغلب وسائل الإعلام تدير مواقع لها على شبكة الإنترنت وأصبحت تلك المواقع أنجح وسائل الإعلام سواء من حيث عدد القراء أو المشتركين فيها، أو حجم الدخل الإعلاني لبعضها، كما خصصت وسائل الإعلام طاقتها تحريريا وإداريا خاصين بهذه المواقع الإلكترونية.<sup>3</sup>

فقد ظهر في سيرن بسويسرا أول النماذج التجريبية للويب التي انطلقت في العام اللاحق، وحتى هذا التاريخ لم تكن هناك أية صحيفة على الإنترنت، ومن أبرز الجهات الصحفية التي أنشأت موقعا على شبكة أميركا أونلاين نجد Chicago tribune في ماي 1992، التي أطلقت أول

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية-دراسة في التفاعلية والتصميم- مرجع سابق، ص 24.  
<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت 22-23 نوفمبر 2005، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، ص 5.  
<sup>3</sup> عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، مرجع سابق، ص 107.



صحيفة إلكترونية Chicago Online. كما انطلق في نوفمبر 1993 أول موقع على الإنترنت في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، هو موقع بالو ألتو Palo Alto Online وألحق به موقع آخر في 19 جانفي 1994 هو Palo Alto weekly لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام.<sup>1</sup>

من جهته أتاح مركز Mercury صحيفة "San Jose Mercury News" على الخط المباشر عام 1993، لتكون في مقدمة الجرائد الإلكترونية المنشورة على الويب، حيث أضافت خدمة أرشيف الأخبار، وتوسعت في نشر المعلومات المحلية، وأتاحت لوحة للنشرة الإلكترونية للقراء حتى يتواصلوا ببعضهم البعض، وبالمحررين كما قامت الصحيفة أيضا بتقديم خدمة إخبارية شخصية حيث يتلقى القراء الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني.

أما في بريطانيا فقد أطلقت الصحيفة الرائدة Daily Telegraph نسختها الإلكترونية Electronic Telegraph في نوفمبر 1994، وظهرت صحيفة Times في سبتمبر من نفس العام على الويب، إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة، ولم يتم تضمينها تكنولوجيا الويب الحديثة.<sup>2</sup> وتعد صحيفة "الواشنطن بوست" Washington post أول صحيفة أمريكية تنفذ مشروع كلفها عشرات الملايين من الدولارات، يتضمن نشرة تعدها الصحيفة، يتم تحديثها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع وجود مراجع وثائقية، وإعلانات مبنوبة، وأطلق على هذا المشروع لسم "الحبر الورقي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحليل والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود.<sup>3</sup>

أما في فرنسا فمنذ عام 1994 بدأت تظهر أول الصحف الإلكترونية المحضة أولها "La Vague Interactive" وكانت توزع على الأقراص المضغوطة وتصدر أربع مرات في السنة ثم يتم نشرها على الإنترنت.

في جوان 1995 ظهرت أول جريدة فرنسية على الخط وهي "Cyber Sphère" لتسارع أغلب الصحف المعروفة في فرنسا بإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت أهمها:

Le Monde, Le Figaro, La Croix, Libération, Les Echos.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية على الإنترنت مرجع سابق، ص 3.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية دراسة في التفاعلية والتصميم- مرجع سابق، ص 27.

<sup>3</sup> أجقو علي: الصحافة الإلكترونية العربية -الواقع والتحديات- دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005، ص 27.

<sup>4</sup> YANNICK Estienne: Le journalisme après Internet, L'HARMATTAN, Paris, 2007, P 60.

وحتى عام 1996 كانت أغلب الصحف متاحة على الإنترنت بشكل مجاني، عدا بعض الخدمات التي تقدم بمقابل مالي كالأرشيف وبعض الملفات الصحفية، وحتى هذا التاريخ كانت أغلب الصحف الإلكترونية متمركزة في الولايات المتحدة الأمريكية، لكن الصحف الإلكترونية الأوروبية كانت تبدو أكثر نشاطا واستعدادا لتدارك التأخر، وقد قدرت الإحصائيات وجود 450 صحيفة إلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية، 212 في أوروبا، 49 في كندا، 38 في أمريكا الجنوبية، 38 في آسيا، 10 أستراليا، 7 إفريقيا، و7 في الشرق الأوسط.<sup>1</sup>

وفي عام 1999 أصبح هناك 2800 موقعا صحفيا حول العالم في حين وصل عدد الصحف الإلكترونية إلى 5 آلاف صحيفة في إحصاء مماثل سنة 2004.<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أنه في ظل التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال خاصة مع ظهور اللوحات الرقمية التي فتحت آفاقا جديدة لاستخدام الصحافة الإلكترونية، فمعاكس شاشات الحواسيب التي لم تكن معدة خصيصا لمطالعة الصحف الإلكترونية والإبحار في مواقعها، تعتبر اللوحات الرقمية وبفضل مقاسها وحجمها الوسيلة المثالية التي تناسب تماما واجهات الصحف على الإنترنت، سيما مع ظهور التطبيقات الخاصة بالمواقع الإعلامية مما يسهل تحميلها والإبحار في مواقعها، ففي الولايات المتحدة الأمريكية وخلال العام 2011 فقد كشفت الإحصائيات أن 12٪ من مستخدمي الإنترنت الذين تتراوح أعمارهم بين 8 و64 سنة يستعملون اللوحات الرقمية، 87٪ بينهم يطلبون المواقع الإعلامية، وعلى أساس هذه الإحصائيات فإن المختصين في مجال الإعلام والاتصال يتوقعون أن تصبح اللوحات الإلكترونية الوسيلة الأساسية لمطالعة الصحف الإلكترونية مستقبلا.<sup>3</sup>

## 2-2-2 نشأة الصحافة الإلكترونية العربية

يرتبط انتشار الصحافة الإلكترونية بنمو الإنترنت ووصولها إلى أكبر عدد من المستخدمين، وفي الوطن العربي لم تجز التقنيات الحديثة سريعا بالسعة التي تجعل من الصحافة الإلكترونية ظاهرة ملموسة ومؤثرة حتى مع وجود العديد من المواقع الصحفية الشاملة، حيث تشير

<sup>1</sup> Annelise TOUBOUL: le journal électronique –Discours et offre de la presse française d'information générale sur le réseau Internet- mémoire du DEA en sciences de l'information et de la communication, université Lumière Lyon 2, 1996, p 31 vu le 11-10-2014, à 13:00 sur le site: <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1646-le-journal-electronique-discours-et-offre-de-la-presse-francaise-d-information-generale-sur-le-reseau-internet.pdf>.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية على الإنترنت، مرجع سابق ص 4.

<sup>3</sup> Vincent Chriqui: La presse à l'ère numérique: comment ajouter de la valeur à l'info? La note d'analyse N°253, centre d'analyse stratégique, le 30-11-2011, p 9-10, vu le 13-06-2013 sur le site: [http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-presse-numerique-edl-\\_vchriqui.pdf](http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-presse-numerique-edl-_vchriqui.pdf).

الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي بلغ مليوني شخص سنة 1999، ووصل إلى 11 مليون نهاية 2004، وهو رقم ضئيل إذا ما قورن بعدد سكان الوطن العربي، ويرجع ذلك أساسا إلى سوء البنية التحتية للاتصالات في أغلب الأقطار العربية، وبطء عملية التنمية، الأمر الذي أدى إلى محدودية انتشار الصحف الإلكترونية، تطورها ومنافسيتها لصحافة الورقية بالوطن العربي.<sup>1</sup>

وخلال مسيرة تطور صحافة الإنترنت، كان الوضع بالنسبة للصحافة العربية استثنائيا، فقد تواجدت في الشبكة بعد منتصف التسعينات، بعد أن قطعت الصحافة في الولايات المتحدة قرابة ربع القرن من التجارب الإلكترونية والشبكية، وأصبحت تمتلك درجة من النضج والمعرفة بميزات النشر الشبكي الإلكتروني مكنتها من الوجود في شبكة الإنترنت بمجرد ظهورها، هذا التواجد المتأخر نسبيا في الشبكة جعلها في وضع لا يتناسب مع الدائرة الخماسية التي أطلقها روجرز ضمن عملية استيعاب المستحدثات، فالإنترنت ليس مستحدثا عربيا في الأصل، والمتبنون الأوائل أيضا ليسوا عربا، ولا حتى جمهور المستخدمين، لقد جاءت الإنترنت إلى المنطقة العربية بعد أن تم تبنيها تماما في العالم الغربي.<sup>2</sup>

وقد دخلت الصحافة العربية من خلال صحيفة الحياة في أكتوبر 1988، حقبة استخدام تكنولوجيا النشر المكتبي واستخدام الحاسوب في إنتاج النصوص واستخدام الصفحات.<sup>3</sup>

حيث أن الصحف العربية لم تمر بتجارب التليتكست والفيديو تكس إلا قليلا، وفي أماكن وأوقات محدودة، ولم تعرف قواعد المعلومات الشبكية، ولم تستفد من قواعد البيانات الحكومية، إضافة إلى البدايات الصعبة في النشر بالحرف العربي لعدم الاتفاق على لوحة حروف عربية واحدة، الأمر الذي جعل معظم المواقع العربية في الإنترنت تبدأ أولا بصورة النص بدلا عن الشكل الطبيعي المعتمد على الحرف الإلكتروني.<sup>4</sup>

لكن هذا لا يلغي حقيقة وجود صحافة إلكترونية عربية، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية مواقع لها على شبكة الإنترنت، هي مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة، غير أن معظم الصحف العربية كانت تكتفي إما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية، أو أنها

<sup>1</sup> لقاء مكي العزاوي: الصحافة الإلكترونية دراسة في الأسس وآفاق المستقبل متوفر على الموقع:

<http://www.alba7es.com/Page2698.htm>، تاريخ الزيارة 14-04-2013 على الساعة 10.00.

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية على الإنترنت، مرجع سابق، ص 9.

<sup>3</sup> عماد البشير: إسهام الصحافة المطبوعة في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت، ورقة بحثية مقدمة في أشغال اجتماع الخبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي، المجلس الاقتصادي والاجتماعي، بيروت 3-5 ماي 2003 ص 3.

<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة في الصحافة العربية على الإنترنت، مرجع سابق، ص 9.

تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه الطبعة على مواقعها الإلكترونية دون أن تؤسس أقساماً أو إدارات تحرير مستقلة للنسخة الإلكترونية كما فعلت صحف إلكترونية عالمية.<sup>1</sup>

وقد كان أول ظهور للصحافة العربية على الإنترنت في سبتمبر 1995، أين صدرت أول نسخة إلكترونية لصحيفة الشرق الأوسط وكانت على شكل صور لتحتو حذوها جريدة النهار في الفتح جانفي 1996، والثالثة هي الحياة في جوان من نفس السنة، والرابعة هي السفير اللبنانية، وجريدة الأيام البحرينية في أواخر 1996.<sup>2</sup>

وشهد عام 1997 تواجد إلكتروني لصحف الوطن العمانية، الوطن القطرية، القيس والسياسة الكويتيين، وصدرت الصحف المتبقية خلال وبعد سنة 1998، حيث تم رصد أكثر من 350 صحيفة ومجلة دورية سنة 200 وهو عدد قد تضاعف في السنوات الموالية حيث لا يمكن تقديم رقم محدد لمجموع الصحف العربية على الإنترنت بشكل حاسم، لعدم توفر قاعدة بيانات تقدم أرقاماً دقيقة.<sup>3</sup>

وقد كانت الصحف العربية في شبكة الإنترنت حتى عام 2000 قاصرة في استخدام أساليب وتكنولوجيات ومميزات النشر الإلكتروني، حيث لم يتبلور الإدراك الكامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية، وكان النشر بصيغة الصورة يمثل 25,1% من جملة الصحف الموجودة على الشبكة بسبب قصور التعامل بالحرف العربي في شبكات الحاسوب مما يجعل هذه المواقع غير تفاعلية، كما كانت سائدة أيضاً ذهنية النشر الورقي حيث لا يتم تحديث الصحف التي تعد نسخة كربونية للصحيفة التي تصدر في الصباح، كما كانت تتبع أساليب التبويب في الصحافة الورقية وتعتمد على عادات القراءة المكتبية لدى قرائها من الصحف الورقية.<sup>4</sup>

أما الصحف الإلكترونية الموجودة على الإنترنت فقط، فقد بدأ إصدارها مطلع العام 2000 بظهور صحيفة "الجريدة" في أبو ظبي، وصدرت بعدها عدة صحف إلكترونية أخرى أهمها "اتجاهات" السعودية "باب وبوابة" الأردنية، "إسلام أون لاين" المصرية.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> لقاء مكي العزاوي: الصحافة الإلكترونية دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، مرجع سابق.

<sup>2</sup> عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في العالم العربي، مرجع سابق، ص 206.

<sup>3</sup> خالد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، رسالة دكتوراه في الصحافة، جامعة PHU الأمريكية، 2009، ص 102.

<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية على الإنترنت، مرجع سابق، ص 9.

<sup>5</sup> لقاء مكي العزاوي: الصحافة الإلكترونية دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، مرجع سابق.

## 3-2-2 الصحافة الإلكترونية في الجزائر

إن الإلمام بموضوع دراستنا يحتم علينا مرور بتاريخ الصحافة المكتوبة في الجزائر، ثم الإحاطة بتجربة الصحافة الجزائرية مع النشر الإلكتروني، والتغيرات التي أحدثها دخول الإنترنت على ممارسة العمل الصحفي، بالإضافة إلى أنواع الصحف الإلكترونية السائدة في الجزائر.

### 1-3-2-2 مراحل تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر

عرف المجتمع الجزائري تغيرات عديدة مست أغلب مؤسساته عبر فتراته التاريخية المختلفة، خاصة منها المؤسسة الإعلامية التي تعد جزءاً لا يتجزأ منه، فالإعلام هو عنوان المجتمع، لذلك يعكس التغير في مضمونه ومحتواه وتوجهاته درجة تقدم المجتمع واهتمامه بالمنظومة الإعلامية، وفي هذا المحتوى سنقدم عرض بسيط لواقع الإعلام الجزائري المكتوب بعد فترة الاستقلال، وقد استبعدنا الفترة التي سبقت الاستقلال حيث لم تظهر فيها سياسة إعلامية جزائرية، بل عرفت تنظيم فرنسي محض للمهنة آنذاك.

#### ✓ المرحلة الأولى من 1962-1965

وهي فترة حكم الرئيس الأسبق "أحمد بن بلة" للجزائر والتي انتهت بالانقلاب العسكري عليه. امتازت هذه الفترة بتمديد العمل بالقوانين والتشريعات الفرنسية المنظمة لمهنة الصحافة، خاصة قانون 1881، والذي نص على الملكية الخاصة للصحافة، فبالفعل صدرت غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة أو بالحزب، حيث ميز الساحة الإعلامية وجود ثلاث أنواع من الصحف: الحكومية، الحزبية والخاصة.<sup>1</sup>

كما تميزت هذه الفترة باستمرار الصحافة اليومية الاستعمارية وذلك تطبيقاً لاتفاقيات إيفيان، بعد أن عوضت رسالتها الاستعمارية بأخرى تعترف باستقلال الجزائر وبوجود أمة جزائرية، كما كانت تقوم بتغطية موضوعية لنشاط الحكومة الجزائرية المستقلة، ولنشاط الجزائريين بصفة عامة، فهي رغم التغير الهام إلا أن هذا لا ينفي أنها كانت دائماً تمثل الوجود الفرنسي في الجزائر، وبقيت كذلك متمسكة بما يجري في فرنسا، وبتغطية النشاط السياسي الفرنسي.<sup>2</sup>

لهذا عملت الحكومة على إنشاء صحافة يومية جزائرية، فكانت أول جريدة وطنية عنوانها "الشعب"، "Le Peuple" صدرت يوم 19 سبتمبر 1962 وهي جريدة ناطقة باللغة الفرنسية، تلتها

<sup>1</sup> زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 96.  
<sup>2</sup> زهير إحدادن: الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 120.

صحيفة أخرى باللغة العربية تحمل نفس الاسم "الشعب" في 11 ديسمبر 1962، ثم صدرت في 29 مارس 1963 جريدة جهوية عنوانها "Oran République" التي توقفت عن الصدور، وفي نفس السنة أيضا صدرت بمدينة قسنطينة جريدة يومية ناطقة بالفرنسية عنوانها "النصر"، تطبع بمقر جريدة "La Dépêche de Constantine"، التي تم تأميمها عام 1963، وعرفت الجزائر أول مسائية يومية باللغة الفرنسية عنوانها، "Alger le Soir" وهي محاولة لمنافسة الجريدة الفرنسية "France le Soir"، التي كان لها رواج كبير في الجزائر.<sup>1</sup>

كما قامت الحكومة بتأميم الصحف الفرنسية، حيث اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني يوم 17 سبتمبر 1963، وقرر تأميم يومية "La Depeche de Constantine" و"An-Nasr" و"El Djoumhouria" على التوالي، وصدرت اليوميات الوطنية في 18 سبتمبر بعناوين ضخمة في الصفحة الأولى تخبر بهذا القرار الهام، الذي قال بأن الصحف الفرنسية تذكر بالعهد الاستعماري، وأن وجودها لا يتلاءم مع السيادة الوطنية.<sup>2</sup>

وقد كان الهدف الآخر من هذا القرار سياسي بحت، ويمكن اعتباره هدفا أساسيا يرمي إلى السيطرة الكلية على الصحافة المكتوبة والإعلام بصفة عامة، وقد عبرت عن ذلك قرارات المؤتمر الثالث لحزب جبهة التحرير الوطني المجتمع في 03 أبريل 1964، ونوقشت خلالها قضية جريدة "Alger Républicain"، التي لم يشملها آنذاك قرار التأميم وبقيت كجريدة خاصة يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة إلا موقفهم اليساري المؤيد، وحتى يتسنى للحكومة مراقبتها، تقدمت بمشروع دمج هذه الجريدة مع جريدة "Le Peuple"، وإصدار جريدة المجاهد الفرنسية. غير أن الأحداث تسارعت وجاء التصحيح في 19 جوان 1962، فتوقفت الجريدة ودخل مسؤولوها المعارضة وبزوالها تكون الحكومة والحزب قد سيطرا كلية على الصحافة المكتوبة، وبهذا زالت نهائيا الملكية الخاصة في ميدان الصحافة المكتوبة.<sup>3</sup>

وبهذا عملت السلطة على توجيه الإعلام توجيهها سياسيا وإيديولوجيا، إذ اقتصر أخبار هذه الفترة على تمجيد الثورة وأبطالها، وكان من الضروري أن يقتحم الإعلام الدور المنوط به في مجتمع يخوض معركة البناء الاشتراكي ويعمل على إبقاء الحماس الوطني إنجاز مهام المرحلة الجديدة التي تتطلب تجنيدا كاملا لكل القوى الوطنية، ويشرح إبراهيم إبراهيمي مسألة التوجيه والإشراف على الصحافة المكتوبة في هذه الفترة قائلا: "في الواقع أن الصحف لم تكن تابعة

<sup>1</sup> زهير إحدان وآخرون: الموسوعة الصحفية العربية، ج 4، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1995، ص 90.

<sup>2</sup> زهير إحدان: الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، 1991، ص 127.

<sup>3</sup> زهير إحدان وآخرون: الموسوعة الصحفية العربية، مرجع سابق، 1995، ص 91.

للحزب ولا للحكومة، صحيح أن الرئيس بن بلة قد ألغى وزارة الإعلام في 1964 و عوضها بمديرية الإعلام لدى رئاسة الجمهورية إلا أن هذا لا يعني أن الرئيس كان يراقب كل الصحف".<sup>1</sup> وبمحاولة النظام السيطرة على الصحافة المكتوبة فإنه يحاول توجيهها ومراقبة رسالتها الإعلامية حتى وإن لم يكن هذا بصفة مطلقة، إلا أن المتصفح لصحافة تلك الفترة يدرك تماما بأنها تخدم إيديولوجية معينة تؤثر على موضوعيتها، حتى وإن كانت الموضوعية قيمة مهنية ثانوية بالنسبة لمجتمع قتي يحاول النهوض بمبادئ وأسس يغرستها في أفرادها، لذا تعتبر قيمة التكامل الوطني والتنمية هي القيمة التي تخدم النظام في هذه الفترة بغض النظر عن الالتزام بموضوعية الإعلام من عدمه.

### ✓ المرحلة الثانية من 1965 إلى 1978

انتهت هذه المرحلة بوفاة "هواري بومدين" وباستلام الرئيس "الشاذلي بن جديد" السلطة، فقد تميزت بتطور وتوسع معتبرين، وبظهور أول لائحة خاصة بالإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية وقننت تبعيتها للحكومة، كما تميزت هذه الفترة ببساطة جردة المجاهد على ساحة الإعلام المكتوب في الجزائر حتى بداية المرحلة الموالية، (203 آلاف نسخة لوحدها مقابل ألف نسخة لباقي الصحف عام 1978)، وظلت باقي يوميات المرحلة الأولى على حالها بعد اختفاء يويمة الحزب الشيوعي، مع ظهور أهم أسبوعية باللغة الفرنسية عرفتها الجزائر بعد الاستقلال "Algérie Actualité" في أكتوبر عام 1965، وتأسيس أول أسبوعية رياضية بالفرنسية "El Hadeff"،

وأول مجلة دينية خاصة باللغة الفرنسية "Que sais je de L'Islam"، و عدة مجلات وزارية باللغة العربية: الثقافة عام 1970، الأصالة، ألوان، الوحدة، منبر الاقتصاد.<sup>2</sup> ونلاحظ أن أهم ما ميّز هذه الفترة هو محاولة إقامة نظام اشتراكي للإعلام، حيث أن أول قرار اتخذته الحكومة الجزائرية بعد 1965، هو المزيد من السيطرة على الصحافة المكتوبة وتوجيهها حتى تصبح أداة من الأدوات التي تستعملها الحكومة لتعزيز سياستها وتضخيم أعمالها الإيجابية مع تغطية السلبية منها، فقد صرح وزير الإعلام بشير بومعزة سنة 1965، "إن إعلامنا يجب أن يكون إعلام جهاد، ويجب أن تترجم أقلامنا الأفكار السياسية للمسؤولين، فالصحفي ناطق ومدافع ولسان الثورة، والصحافة مدعوة لتثقيف القراء وتشجيعهم على تحقيق أهداف التنمية."

<sup>1</sup> Brahim Brahimi: Le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie histoire et prospective méditerranéenne, édition l'ARMATTAN, Paris, 1990, P 30.

<sup>2</sup> فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتراق، مجلة المستقبل العربي، ع 255، 2000، ص 52.

لقد عمدت حينئذ السياسة الإعلامية الجديدة إلى إلغاء الملكية الصحفية الخاصة وتوظيف الإعلام في خدمة هذه الإيديولوجية الاشتراكية الشعبية، ففي 16 نوفمبر 1967، أصدرت مجموعة قوانين جعلت من المؤسسات الصحفية مؤسسات ذات طابع صناعي تشرف عليها وزارة الإعلام بتقديم المساعدات المالية وتعيين مدراء هذه المؤسسات، فقد جعلت هذه القوانين من مدراء هذه المؤسسات مكلفين بالتوجيه الإعلامي والسياسي المؤيد والمدعم للثورة صاحب القرار المطلق في التوجيه الإداري والمالي.<sup>1</sup>

وقد تميزت هذه المرحلة أيضا بحل بعض المشاكل التي عرقلت إقامة نظام اشتراكي للصحافة في الجزائر:

### أ- التوزيع

تمثل نوعية توزيع الصحافة المكتوبة أهم المشاكل التي تعاني منها الصحافة في الجزائر، فلقد كانت سيئة منذ البداية لأن شبكة التوزيع الموجودة كانت قد وضعتها السلطات الاستعمارية قبل الاستقلال حسب احتياجات الجالية الفرنسية التي كانت موجودة والتي كانت تسكن المدن الكبرى والقرى الصغيرة التي أنشأتها السياسة الاستعمارية في الجزائر. فكان توزيع الصحافة يرمي إلى إيصال الصحف إلى هذه الجالية دون اعتبار وجود مسلمين في المناطق الريفية والجبلية والصحراوية، فكان التوزيع يتبع خطا معروفا جزء منه يتجه نحو الشرق، وجزء آخر نحو الغرب، وخط صغير يذهب إلى الجنوب، وبعد الاستقلال بقيت هذه الشبكة على حالها، ولم يظهر الاتجاه نحو تحسينها إلا في بداية سنة 1977، حيث فتحت محلات جديدة للبيع في عدد كبير من البلديات بلغ عددها 1182، محلا موزعة على 578 بلدية. وتواصلت الجهود كذلك بالنسبة لسنة 1978-1979، وقد أدى هذا الجهد إلى ارتفاع واضح في مبيعات اليوميات.<sup>2</sup>

### ب- الأمية والتعريب

تعد الأمية عرقلة كبيرة أمام تطور الصحافة، وهي من المخلفات التي تركها الاستعمار في الجزائر، ففي سنة 1962 كانت نسبة الأمية تفوق 70٪، ومن 30٪ الذين يجيدون القراءة يوجد 70٪ يقرؤون باللغة الفرنسية و30٪ فقط يقرؤون باللغة العربية، وهذه الوضعية خلفت مشكلتين مرتبطتين تتمثلان في الأمية والتعريب، وغم هذا فإن السياسة المتبعة من سنة 1962 إلى جوان 1972، تجاهلت الصلة الموجودة بين المشكلتين وحاولت السلطات أن تتغلب على الأمية دون أي

<sup>1</sup> زهير إحدان وآخرون: الموسوعة الصحفية العربية، مرجع سابق، 1995، ص92.

<sup>2</sup> عزي عبد الرحمن وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص138.



اعتبار للغة، فقد قامت حملات لمحو الأمية باللغة الفرنسية واستمرت المدارس تعلم بهذه اللغة رغم تعريب السنة الأولى من التعليم الابتدائي.

وأدت هذه السياسة إلى نتيجة إيجابية من جهة، وهي انخفاض نسبة الأمية وارتفاع نسبة الذين يستطيعون القراءة، فكانت النسبة سنة 1978، حوالي 50٪ من الجزائريين يستطيعون قراءة الصحف، أما الجانب السلبي لهذه السياسة فيتمثل في الفرق الواضح بين نسبة المتفرنسين الضخمة ونسبة المعربين، هذا ما عقد المشكل الثقافي الموجود في الجزائر.<sup>1</sup>

وقد عرفت نهاية هذه المرحلة التعريب التدريجي لكل من يومي "النصر" بالشرق الجزائري ابتداء من 1972، و"الجمهورية" بالغرب ابتداء من 1976، رغم أن قرار التعريب قد شمل الاثنتين معا.<sup>2</sup>

وبعد قيام السلطة بهذه الإجراءات كمحاولة للسيطرة والتوجيه أصبح من الممكن تصور مضمون إعلام هذه الفترة حيث أن المحتوى لا يمكن أن يخرج عما تريد الحكومة نشره ونقله إلى المواطنين قصد تحقيق أهدافها.

#### ✓ المرحلة الثالثة من 1979 إلى سنة 1989

بدأت هذه المرحلة بحدث سياسي هام ألا وهو انعقاد المؤتمر الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني من 27 إلى 31 جانفي 1979، حيث تمت الموافقة ولأول مرة على لائحة خاصة بالإعلام بالإضافة إلى صدور قانون الإعلام لسنة 1982.<sup>3</sup>

حيث اهتم هذا القانون لأول مرة بمختلف جوانب النشاط الإعلامي، وحدد الإطار العام لممارسة هذه المهنة، إذ تعتبر مادته الأولى: "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الامتيازات الاشتراكية المحددة في الميثاق، عن إرادة الثورة وترجمة مطامع الجماهير الشعبية، يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية". أما المادة الثانية من قانون الإعلام فقد أقرت: "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي"، أما "لغة الإعلام الوطني مسبقا هي اللغة العربية"، حيث أكدت المادة الرابعة من

<sup>1</sup> زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، 1991، ص 102.

<sup>2</sup> فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتدال، مرجع سابق، ص 51.

<sup>3</sup> إسماعيل معارف قالية: الإعلام حقائق وأبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 65.

القانون على: "العمل دوما على استعمال اللغة الوطنية وتعميمها، ويتم الإعلام من خلال نشرات إخبارية عامة ونشرية متخصصة ووسائل سمعية بصرية"<sup>1</sup>.

وقد أقر هذا القانون احتكار الإنتاج والتوزيع فيما يخص الإعلام المكتوب والمصور للدولة، ولا يجوز للأفراد من رجال الإعلام والمستثمرين الذين يودون العمل في هذا القطاع امتلاك أو خلق مؤسسات إعلامية خاصة، وهذا الإجراء كان الهدف منه محاولة النظام السياسي مواصلة التحكم في توجيه الإعلام.

أما فيما يخص ممارسة مهنة الصحفي فتشير المادة 45 إلى أنه: "يمنح للصحفي المحترف لأول مرة الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الأخبار في إطار الصلاحيات المخولة له قانونا". غير أن المادة 47 تضع قيودا على الحرية بتأكيد أنها: "المعلومات المقدمة للصحفي لا تتال من الأمن الداخلي للدولة، أو تمس بكرامة المواطن وبحقوقه الدستورية". لكن في الواقع بقيت المادتان عبارة عن حبر على ورق، بحيث بقيت مسألة الوصول إلى مصادر الخبر، والحصول على المعلومات الكافية من قبل الصحفي بعيدة التحقيق متعللين بأن المصالح العليا للبلاد تستوجب لإحاطة بعض الملفات بالسرية، وعدم إعطاء تسريح بالحصول على حقائق متعلقة بها.<sup>2</sup>

وقد شهدت هذه الفترة توجهات جديدة أدت إلى تطور قطاع الصحافة في الجزائر، خاصة في ظل انخفاض معدلات الأمية وارتفاع عدد القراء، حيث ظهرت على سبيل التنوع عناوين جديدة في المساحة الإعلامية كاليوميتين المسائيتين "المساء" باللغة العربية، و "Horison" باللغة الفرنسية سنة 1985 كما صدرت بعض الصحف المتخصصة مثل "المسار المغربي" باللغتين الفرنسية والعربية في مجال الثقافة العامة، وبعض المجالات الأخرى المتخصصة في الاقتصاد وفي الرياضة، ويعتبر هذا النشاط ذو مغزى كبير بالمقارنة مع الركون الذي كان سائدا من قبل، مما أدى إلى خلق فضاء إعلامي يتمتع بالحيوية، خصوصا بالنسبة للمسائيتين اللتين وجدتا رواج ملحوظا لدى القراء، مما يدل على وجود فراغ إعلامي كبير من قبل، وقد نشأ تنافس كبير بين اليوميات لصباحية واليوميات المسائية.<sup>3</sup>

كما تجدر الإشارة إلى أن هذه الفترة لم تسلم هي الأخرى من التمييز في التعامل الإعلامي الرسمي بين الصحف الصادرة باللغة العربية، ونظيرتها الصادرة باللغة الفرنسية، فقد حظيت

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون إعلام 1982، قانون رقم 82-01، ع 8، الجزائر، 23 فيفري، 1982، ص 3.

<sup>2</sup> إسماعيل معارف قالية: الإعلام حقائق وأبعاد، مرجع سابق، ص 65-66.

<sup>3</sup> زهير إحدادن: الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 138-139.

مسائية "Horizons" باهتمام ودفع كبيرين، كما استمر تفضيل يومية "El Moudjahid" على غريمتها "الشعب"، التي لم تزود مثلا بنظام الطباعة عن بعد: (Téléimpression et Fac-similé) إلا في أكتوبر 1988، بينما استعملته جريدة "المجاهد" منذ منتصف السبعينات، كما ظلت أسبوعية "Algérie- Actualité" -على عكس غريمتها "أضواء" المهجورة ماديا، إعلاميا وبشريا- الابن المدلل لوزارة إعلام جزائرية أقصيت العربية من قاموس مخاطباتها ومراسلاتها، والصحف العربية من محاولات اهتماماتها ودعمها إلى مجال تهмиشها والضغط عليها، حيث كانت "مديرية الإعلام المعرب" -حسب نائب مديرها آنذاك حبيب راشدين- تضطر عند الوشاية بها إلى "تلخيص محتوى كافة العناوين العربية وترجمتها إلى الفرنسية للسيد الوزير".<sup>1</sup>

أما عن مدى تطابق مضامين الرسائل الإعلامية المتضمنة في صحف هذه الفترة مع الواقع الاجتماعي، باعتبار أن الرسالة هي انعكاس للواقع المعيش وتصوير للأحداث الجارية، فتجدر الإشارة إلى أن هذه المضامين تعتمد على التعاليق الجوفاء التي يطغى عليها الأسلوب الإنشائي عند لجوئها للخطاب الرسمي، فمعظم الأخبار التي تنشرها تتمحور حول أخبار الرئاسة ونشاطات أعضاء الحكومة، الأمر الذي أبعد هذه الصحف عن الجمهور الواسع الذي ينتظر منها تصوير انشغالاته ومعاناته بغرض تنويره، والمساهمة في حل الأزمات وتوجيه أصحابها نحو المواقف الموضوعية الملائمة.

ومن هنا نشأت ظاهرة حجب المعلومات عن المواطن، فتولد افتقار المضمون الإعلامي إلى الحقائق، وهذا مرده تخوّف النظام من إظهار نقائص الإدارة ومسؤوليات السلطات السياسية تجاه هذه الحقائق المخيفة، وكنتيجة لقصور نظرة النظام السياسي المتعلقة بدور ومكانة الإعلام في المجتمع تولى الشارع نقد القرارات والأوضاع الشاذة، بدلا من الصحافة المرآة التي لم تكن الجماهير ترى فيها إلا نفسها.<sup>2</sup>

ويرى الدكتور إبراهيم إبراهيم أن مميزات وخصائص الإعلام منذ 1962 إلى ما قبل أكتوبر 1988، تعكس لنا تطورا محدودا في وسائل الإعلام، وبالتالي على أداء المهنة الإعلامية في حد ذاتها، وهذا واقع يعكس لنا سياسة الحكام آنذاك في الميدان الإعلامي والتي تميزت بوضع سلطة الدولة وسيطرتها على الصحافة منذ السنوات الأولى لاستقلال البلاد، بحيث تعتبر مهنة الصحافة أو العمل الصحفي بمثابة العنصر الرئيس الذي أبعد العديد من المثقفين الجزائريين من

<sup>1</sup> فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية -1830-2013، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 156.

<sup>2</sup> صالح بن بوزة: السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية والممارسات (1979-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 13، 1996، ص 52.

الحقل الثقافي، إضافة إلى كبح كل المبادرات الجادة التي يقوم بها الصحفيين الذين نجدهم مراقبون بشدة وصرامة من طرف مختلف رؤساء أجهزة الإعلام على اختلافها، لكن إلى جانب ذلك كله نجد أن سنة 1988 تعتبر بمثابة السنة التي أعلنت عن تحول هام في تاريخ الصحافة الجزائرية كونها شهدت ميلاد جرائد جزائرية أبرزت المعارضة الموجودة بين صحافة الحزب وصحافة الحكومة.<sup>1</sup>

### ✓ المرحلة الرابعة من 1989 إلى 1991

لقد كانت الصحف وإلى غاية بداية عام 1989 تابعة للنظام الحكومي، بمعنى صحافة يتحكم فيها الحزب الواحد والحكومة اللذان يشرفان على تسييرها، ويقومان بتمويلها من أجل تحقيق أهداف الدولة والترويج لسياستها.

وقد يرى بعض الملاحظين أن الأحداث الدامية التي وقعت أيام أكتوبر 1988، في عدة مدن جزائرية تعتبر نقطة تحول كبيرة في تاريخ الجزائر، لأنها فتحت باب المسار الديمقراطي، وأعطت دفعا قويا للإصلاحات السياسية والاقتصادية في البلاد، ومن بين هذه الإصلاحات التصويت الشعبي على دستور جديد تمت المصادقة عليه في 23 فيفري 1989، ومن خصائص هذا الدستور أن يحقق في مادته الأربعين التعددية الحزبية، كما أنه يضمن في مواد أخرى حقوق المواطنين في الحريات الشخصية والعامة مثل حرية التفكير والرأي والإبداع والتعبير.<sup>2</sup>

وقبل هذا التاريخ لم يكن في المشهد الإعلامي أي عنوان تابع للقطاع الخاص، وقد بلغت مجموع الجرائد 49 عنوان مقسمة كالاتي:<sup>3</sup>

اليوميات: 6 عناوين بمعدل 76000 نسخة يوميا.

الأسبوعيات: 8 عناوين بمعدل 507710 نسخة يوميا.

الدوريات الآخرين (نصف شهرية، شهرية، سنوية): 35 عنوان بعدل 363420 نسخة يوميا.

كما تميزت هذه المرحلة بظهور قانون الإعلام الصادر في 30 أبريل 1990، ومن بين العلامات المميزة لهذا القانون هو ما جاء في نص المادة 14 التي وضعت حدا لاحتكار الدولة

<sup>1</sup> Brahim Brahim: Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme, édition MARINOOR, Algérie, 1997, P55.

<sup>2</sup> زهير إحدادن: الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سابق، ص 157.

<sup>3</sup> Djamel Bouadjimi: Du pluralisme politique au pluralisme médiatique; l'expérience algérienne, séminaire nationale, La transition démocratique en Algérie, Faculté de droit et des Sciences Politiques Mohamed khider, P4.

لوسائل الإعلام حيث أكدت بأن "إصدار نشرية حر على أن يقدم المعني حزب كان أم جمعية، شخصا طبيعيا أ معنويا، تصريحاً مسبقاً في ظرف لا يقل عن 30 يوماً من صدور العدد الأول".<sup>1</sup> وقد عملت الحكومة برئاسة مولود حمروش على تشجيع صحفيي القطاع العمومي على إنشاء صحف خاصة، وذلك بتقديمها مساعدات مالية تتمثل في أجور سنتين كاملتين لكل صحفي، حتى يتسنى لهم تكوين رأس مال معتبر يمكنهم من إنشاء مؤسسات خاصة بهم، فيتحولوا بذلك من موظفين عموميين إلى مسيري صحف خاصة بهم، إضافة إلى تمكينهم من طبع الأعداد الأولى لصحفهم في المطابع العمومية.<sup>2</sup>

كما استفاد الصحفيون من قروض بنكية لتجهيز مؤسساتهم الجديدة، مع الاحتفاظ بحق العودة إلى المؤسسات الإعلامية الأصلية في حال فشل المشروع الجديد.<sup>3</sup>

وبهذا فقد مكن قانون 1990 من تحقيق ما يلي:<sup>4</sup>

- إنهاء مرحلة احتكار وسائل الإعلام.

- تحرير قطاع الإعلام وحرية إنشاء جرائد حزبية مستقلة وخاصة.

- الحق في الوصول إلى مصادر المعلومات.

- الحق في "سر المهنة".

- إنهاء احتكار البث، التوزيع والطبع.

فتدعمت جراء هذه الإجراءات الساحة الإعلامية بعناوين كثيرة شملت ثلاث قطاعات:

### صحافة القطاع الخاص

عرف ظهور عدة جرائد يومية وأسبوعية باللغتين العربية والفرنسية، منها ما بقي في الساحة الإعلامية حتى يومنا هذا، ومنها ما اختفى نتيجة ظهور مشاكل مهنية مادية سياسية وفكرية أهمها:

- Le Jeune Indépendant: تعتبر أول أسبوعية خاصة باللغة الفرنسية ظهرت يوم 29

مارس 1990، سحبها لا يقل عن 100000 نسخة، لكنها سرعان ما اختفت عن الوجود بسبب نقص الإمكانيات وعدد القراء.

<sup>1</sup> إسماعيل معارف قالية: الإعلام حقائق وأبعاد، مرجع سابق، ص 67.

<sup>2</sup> Ghania Mouffok: Etre journaliste en Algérie, Librairie de Paris 1996, p 40-34.

<sup>3</sup> فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتراق، مرجع سابق، ص 53.

<sup>4</sup> Djamel Bouadjimi: Du pluralisme politique au pluralisme médiatique; l'expérience algérienne; OP CIT, P 5-6.

- Le Nouvel Hebdo: ظهرت في 21 جوان 1990، يديرها كمال بلقاسم السابق لـ "Algérie Actualité".

- El Watan في 10-10-1990، كانت تعتبر فضاء للتعبير عن آراء الصحفيين المعادين للتيار الإسلامي حيث يغلب عليهم الطابع العلماني، بدأت بسحب 70000 نسخة.  
كما ظهرت يومية "Le Soir d'Algérie" في 05 سبتمبر 1990 مسيرتها كانوا ضمن فريق إدارة جريدة "Horizons"، كانت تهتم أكثر بالمواضيع الشبابية.  
وإضافة إلى هذه الجرائد ظهرت يوميات أخرى بالعربية أهمها:  
- الخبر: ظهرت في 01 نوفمبر 1990 تعتبر أول يومية عربية خاصة.

- الشروق: كانت تحقق سحبا يصل إلى 400000 نسخة، تعتبر أول أسبوعية تستعمل الألوان في صفحاتها، اشتهرت بمعالجاتها النقدية الساخرة للمشاكل الاجتماعية.<sup>1</sup>  
- الصح آفة: تأسست في 1991، تعتبر أول وأنجح صحيفة ساخرة استطاعت أن تعتمد في تغطية تكاليف تسييرها على ثمن مبيعاتها. (بلغ سحبها في آخر أيامها حوالي 300 ألف نسخة وبدون مرتجعات)، وهي تعتبر بحق رائدة مدرسة إعلامية جديدة في الجزائر، استطاعت أن تعطي قوة إعلامية فاعلة للفظ العربي في قالب ساخر عميق، وقد حجزت عدة مرات قبل أن تعلق نهائيا بقرار إداري في أغسطس، 1992 ولم يسمح لها بالصدور لأسباب سياسية ولم تسلم المحاولات اللاحقة لبعض صحفييها من ملاقة نفس المصير: "بوزنزل" في أوت 1992، "الوجه الآخر" في بداية 1993، "رأي" في نوفمبر 1993، "النح لا" ... إلخ.<sup>2</sup>

### صحافة القطاع الحزبي

- الجبهة الإسلامية للإنقاذ: تعتبر أول حزب أصدر صحيفة خاصة به، فبعد اعتماده كحزب يوم 09 سبتمبر 1989، أصدر بعد شهر مباشرة جريدته الرئيسية "المنقذ"، التي استفادت من شعبية الحزب الذي كان يسيطر على أغلب المساجد في الجزائر، تراوح سحبها بين 250000-350000 نسخة، كما صدرت للحزب صحف أخرى كالفرقان والبلاغ وبعد إلغاء المسار الديمقراطي تم توقيف كل جرائد الحزب.

- حركة حماس: بقيادة محفوظ نحاح أصدرت "الأنباء" و "الإرشاد".

<sup>1</sup> Ghania Mouffok: OpCit, p 35-41.

<sup>2</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، مطبعة سيرتا كوبي، الجزائر، 2006، ص 220.

جبهة القوى الاشتراكية FFS حاولت إصدار "Algérie Libre" و "الحق" الأسبوعية التي يديرها عبد السلام علي راشدي طبيب عضو في الجبهة.

أما التجمع من أجل الثقافة والديموقراطية فقد أصدر "asalu" أول جريدة أمازيغية و "L'Avenir" إضافة إلى جريدة "Liberté" التي تعتبر من اليوميات الوطنية الناجحة كذلك.<sup>1</sup> من جهته القطاع العمومي الذي كان منفردا في الساحة الإعلامية فقد تدعم بإصدارات جديدة ك: "النهار، العقيدة، العناب".<sup>2</sup>

أما الصحافة المتخصصة فقد نالت بدورها مساحة معتبرة في الفضاء الإعلامي الجديد، خاصة الصحافة النسائية: "حواء"، "أنوثة"، "نيسة"، والصحافة الرياضية مثل: "المنتخب"، و"أولمبيك"، وقد تراوح سحب الصحافة اليومية بين 1989 ونهاية 1991 بين 800000 إلى 1,7 مليون نسخة.<sup>3</sup>

فقد شهدت هذه الفترة تغيرا كبيرا في المجال الإعلامي بعد تنظيم القطاع بقانون 1990 الذي سمح بظهور عدد كبير من الصحف والجرائد على اختلاف انتماءاتها وتوجهاتها، فقد كان للمسار الديمقراطي المتبنى بعد إقرار التعددية عام 1989 أثره الواضح والإيجابي على الساحة الإعلامية بظهور هذا العدد الهائل من الإصدارات.

لكن هذا الانفجار الإعلامي الحر حوالي 140 عنوان عمومي خاص أو حزبي، والذي لم يسبق له مثيل في العالم العربي الإسلامي، لم يعمر طويلا حيث طفت بوادر انحرافه منذ البداية.<sup>4</sup> حيث اضطرت بعض الصحف للاختفاء إضافة إلى خفض سحب صحف أخرى، ويمكن إرجاع ذلك إلى عوامل عديدة خاصة منها الاقتصادية، ونجدها مرتبطة في الأساس بالتنافس الشديد بين الجرائد في ظرف شهر ميلاد وعودة الكثير من العناوين لذلك بقي حجم السحب ثابتا، وكذلك حجم القراء بالنظر إلى انخفاض المبيعات.

إلى جانب ذلك مشكلة الإشهار حيث كانت المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار تستحوذ على أكبر حصة من السوق، أضف إلى ذلك ضعف قطاع التوزيع الذي لم يكن يسمح بالانتشار الجيد للصحف عبر كامل التراب الوطني بسبب غياب جريدة التوزيع، زيادة إلى ارتفاع سعر الجرائد الذي كان مصحوبا بتدهور القدرة الشرائية للمواطن.

<sup>1</sup> Ghania Mouffok: Op Cit, P 33-37.

<sup>2</sup> فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتراق، مرجع سابق، ص 60.

<sup>3</sup> Ghania Mouffok: Op Cit, P 43.

<sup>4</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 221.

أما العوامل المهنية فتتمثل في عدم قدرة الجرائد الجديدة فتتمثل في عدم قدرة الجرائد على التأقلم مع المعطيات الجديدة للصحافة الخاصة، إذ أن هذه الأخيرة استوجبت تجنيد وسائل مهنية وأخرى مادية، في حين أن معظمها قد انطلق اعتمادا على رأس المال الاجتماعي للصحفيين، دون أن تكون مدعومة بتمويل خارجي، حيث كانت فرق التحرير مكونة أساسا من بعض الصحفيين المؤسسين للجريدة، ومجموعة تحريرية فنية محدودة العدد، وفوق ذلك كله تفتقد للتجربة المهنية.

أسباب عديدة أدت إلى تعطيل السير العادي للجرائد خاصة بالنسبة لليوميات التي تتطلب دعما قويا من طرف الصحفيين والمندمجين، ثلاثون مهنيا على الأقل، زد على ذلك انعدام الخبرة عند المسيرين، فقد تولى هذه المهنة غالبا الصحفيون الذين لم يتلقوا تكويننا في هذا المجال، إضافة إلى نقص التخصص إذ أن معظم العناوين قد استثمرت في ميدان المعلومات العامة، بينما كانت السوق قد تشبعت بها، حيث لا يهتم الصحفيون بدراسة السوق قبل إطلاق عنوان جديد هذا ما أثر سلبا على نجاح هذه المشاريع.<sup>1</sup>

كل هذه المشاكل دفعت بعض مديري الصحافة الخاصة إلى اختيار سند مالي أو سياسي أو أكثر في آن واحد، مع اختفاء الصحف غير المدعومة، بسبب عدم تنظيم المهنة، احتكار وسائلها، وانعدام قواعد دعم عادلة متعددة وفعالة.<sup>2</sup>

ومثال ذلك المساعدات المالية المقدمة من طرف الدولة إلى الصحف الصادرة بالفرنسية وعلى رأسها "Alger Républicain" و "El Watan"، ثم صحيفة الخبر.

جدول (4) يوضح مساعدات الدولة للصحف اليومية الخاصة عام 1991<sup>3</sup>

الصحيفة	ثمن المساعدات دج
Alger Républicain	650895096
El Watan	628494760
الخبر	521660808
Le Soir d'Algérie	256521393

<sup>1</sup> Brahim Brahim: Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme, OP CIT, 1997, P 72-73.

<sup>2</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، مرجع سابق، 2006، ص 221.

<sup>3</sup> فضيل دليو: نفس المرجع السابق، ص 222.



جدول (5) يبين سحب الصحف الخاصة ابتداء من 1991<sup>1</sup>

نوعية الإصدار	العدد	السحب
اليوميات	17	1100000
الأسبوعيات	45	1700000
نصف الشهريات	12	648000
المجموع	74	1437000

✓ المرحلة الخامسة من 1992-1997

وتشمل مرحلة الطوارئ والأزمة السياسية، وتجدر الإشارة إلى أن أكبر متضرر من هذه الأزمة كان ولا يزال صحفيو الجريد والمجلات العربية وخاصة منها غير العمانية، الذين لم يسمح لهم حتى بتكوين رابطة مهنية على غرار زملائهم الذين هيمنوا على أول جمعية نقابية للصحفيين الجزائريين ليدافعوا عن صحفهم المتداعية تباعا، ليس فقط أمام السلطات الرسمية بل حتى أمام زملائهم في الصحافة الصادرة باللغة الفرنسية.

وقد تضررت بذلك صحفهم إذ لم يصمد منها سوى بعض الأسبوعيات والجرائد الجهوية، بالإضافة طبعا إلى أهم يومية في هذه المرحلة "الخبر" التي غيرت منذ مدة من خطها الافتتاحي بعدما احتواها التيار الفرنكوفيلي العلماني، الذي نجح بذلك في اقتحام مجال الصحافة العربية بعد عدة محاولات فاشلة: إصدار نسخة عربية لأسبوعية "Algérie Actualité" وإصدار المشرفين على يومية "El Watan" جريدة "الوقت" 1993.<sup>2</sup>

فبعدها عرفت الصحافة الجزائرية عصرها الذهبي في الفترة الممتدة بين 1989 وهو تاريخ إقرار التعددية السياسية التي أدت إلى التعددية الإعلامية حتى جانفي 1992، وهو تاريخ توقيف المسار الديمقراطي الذي دفعت الصحافة ثمنه غالبا حيث أن حريتها أصبحت رهن إشارة طرفين متصارعين ومضمونها، وأديا حتى إلى اختفاء بعض العناوين نهائيا عن الساحة الإعلامية. حيث مست الأعمال الإرهابية قطاع الصحافة وطلبك بتضمينها لسلسلة من الاغتيالات، حيث يعتبر "عمر بلهوشات" أول مستهدف من طرف الإرهاب حيث كان مدير جريدة الوطن، لكن أول صحفي مغتال كان "طاهر جاووت" رئيس تحرير يومية "Rupture" يوم 26 ماي 1993، فبين ماي 1993 وأكتوبر 1995 بلغ عدد الصحفيين المغتالين 47 صحفي. من جهتها الحكومة اتخذت عدة

<sup>1</sup> رشيد بن يوب: دليل الجزائر السياسي 1962-2002، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، ط 3، الجزائر، 2001، ص 47.

<sup>2</sup> فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتراب، مرجع سابق، ص 60.

إجراءات ساهمت في عرقلة النشاط الصحفي، حيث اعتبر في عهد عبد السلام كل فعل يمس الأشخاص أو رموز الجمهورية أو يهدف إلى تهديد الحياة، الأمن، أو الممتلكات أو يشجع مثل هذه الأعمال خاصة بإعادة نشر أو توزيع الوثائق أو التسجيلات أو الإشارة إليها عملا إرهابيا بدوره.<sup>1</sup> فالصحافة حسب هذا الإجراء تعتبر بنشرها ما حرى من أعمال إرهابية تكون بذلك قد مست بأن الدولة، وبالتالي فعلها هذا يوصف بالإرهابي، هذا ما يضيق نطاق التغطية الإعلامية للحوادث في الجزائر.

وما يميز هذه المرحلة أيضا هو حل المجلس الأعلى للإعلام في 16 أكتوبر 1993 وإلحاق نظامه بوزارة الاتصال، كما قامت السلطة بتنظيم نشر الإعلام الأمني بعد أن عينت في جوان 1994 خلية الاتصال بوزارة الداخلية التي تعتبر وحدها المخولة بتقديم معلومات أمنية للصحافة، حيث أن وسائل الإعلام لا تقوم إلا بنشر ما يصلها من أخبار أمنية من طرف خلية الاتصال أو من مصادر رسمية، وأية معلومة تحصل عليها بشكل آخر تعتبر ممنوعة. كما عينت السلطة لجنة قراءة في نهاية 1994 داخل مؤسسات الطباعة مهمتها مراقبة كل صفحات الجريد دون استثناء كما تملك صلاحية تعليق إصدار بعض الأعداد وحتى منع إصدار بعضها.<sup>2</sup>

وقد تم اتخاذ هذه الإجراءات التنظيمية للحد من الدعاية المضادة، لكن المطلع على محتوى الصحافة آنذاك يجد أنها لم تلتزم كليا بهذه التعليمات، حيث يحدث أن تنشر أخبارها ويكفي أن تكتب "مصادر مطلعة" و"مصادر أكيدة" لتواصل نشر المعلومات الأمنية.

وقد شددت السلطة عقوبتها على الصحافة إذا ما حاولت هذه الأخيرة المساس بالمصلحة العليا للبلاد، إذ شنت مجموعة من الاعتقالات والتوقيفات على الصحف، كان أولها يوم 22 جانفي 1992 حيث تم توقيف مدير يومية الخبر ورئيس تحريرها، وذلك بسبب نشرها مقالا لـ "عبد القادر حشاني" يدعو فيه إلى الفوضى وهذا يعتبر مساسا بالأمن الوطني وتحريضا على العنف ومن ثم انتهاك لقانون الإعلام 1990، وفي أكتوبر 1992 تم اعتقال صحفي بجريدة "المجاهد الأسبوعي" بسبب نشره مقالا يمس "أمن الدولة" وفي عام 1993 تم توقيف يومية "الوطن" لمدة 9 أيام بسبب نشرها خبر عن مقتل 5 عسكريين، ويومية "الجزائر اليوم" تم توقيفها في أوت 1993، بسبب نشرها تصريح لإسلاميين ينددون بأحكام الإعدام الصادرة في المحاكم الخاصة، جريدة المساء أيضا توقفت لمدة 10 أيام لنفس السبب في نهاية 1994، كذلك جريدة "حوار" لمدة 6

<sup>1</sup> Ghania Mouffok: Op Cit, P108.

<sup>2</sup> Brahim Brahimi: Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme, OP CIT, 1997 P99:

أشهر، "الوجه الآخر" لمدة شهر، و"الوطن" لأسبوعين، أما جريدة "Le Libre" فقد توقفت نهائيا منذ عددها الأول، في حين توقفت جريدة "L'Opinion" لمدة أربعون يوما كاملة.<sup>1</sup>  
جدول (6) يبين أهم الصحف الموقوفة أو المتوقفة في هذه الفترة<sup>2</sup>

الصحف الصادرة باللغة الفرنسية	الصحف الصادرة باللغة العربية
1- Le Nouve Hebdo, L'Hebdo Libéré, Le Jeune Indépendant, Alger Républicain, Algérie Actualité. 2- El Hak, La Nation. 3- El Manar, El Forkane, L'Eveil.	1- الصح آفة*، الوجه الآخر*، رأي، الجزائر اليوم*، الشروق العربي، الشروق الثقافي، النور*، المنقذ*، البلاغ*، الحوار، السبيل، بريد الشرق*، الحقيقة، السلام، نبراس الحق، الحياة، الحياة العربية، الإرشاد، النبأ، الحرية، البيان، المستقبل، الهلال، السمرة، السياسة. 2- كل الصحف الجهوية (العقيدة، العناب، الأوراس) بعد المرحلة الثالثة. 3- الوقت.
*أهم الصحف التي علقت إداريا وعددها الإجمالي يفوق العشرة عناوين، اشتهرت باسم المعلقات العربية. - أما التصنيف الرقمي فيشير إلى تعبيرها عن تيارات سياسية متقاربة نسبيا من حيث موقفها من الأزمة.	

إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن هذه الفترة تميزت باقتصار التعليق الإداري النهائي القانوني أو غير القانوني، على الصحف الصادرة باللغة العربية، أما التعليق المؤقت فقد شمل الصحف الصادرة باللغة الفرنسية، كما تراجع حجم السحب ونسبة المقرئية حوالي 600 ألف نسخة دوريا، مع اختفاء عشرات الصحف والتوقف الاضطراري لأهم الصحف العربية (خاصة وحزبية) التي كانت تسيطر على الساحة الإعلامية من حيث التوزيع والمقرئية.<sup>3</sup>

### ✓ المرحلة السادسة 1998-2004:

فمع استلام بوتفليقة لرئاسة الجمهورية عام 1999، بدأت تظهر بوادر انفتاح إعلامي تدريجي وهذا بتخفيف الوطاء على الصحف العربية المعارضة للعلمانية المتطرفة، مما شجع البعض على إنشاء صحف جديدة من هذا الطراز: صوت الأحرار، السفير، البلاد، الشروق اليومي، وتأسيس نقابة موازية باسم "حركة الصحفيين الأحرار"، كما تميزت هذه الفترة كسابقتها بارتفاع سحب صحف القطاع الخاص على حساب صحف القطاع العام، وعدم احترام المقاييس

<sup>1</sup> Ghania Mouffok: Op cit, P 108-109.

<sup>2</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 227.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 228.

التجارية في التوزيع والإشهار لصالح الصحف الصادرة بالفرنسية دائما والعمومية بدرجة أقل بكثير، مع غياب مؤسسات سبر الآراء وقياس المقروئية، وبارتفاع تدريجي في كمية السحب، وفي عدد اليوميات.<sup>1</sup>

جدول (7) يبين عدد سحب اليوميات لسنة 2000<sup>2</sup>

اليومية	سنة الظهور	السحب
El Watan	1990	70000
Le Matin	1991	100000
Le Soir d'Algérie	1990	50000
L'Authentique	1994	10000
Nouvelle République	1998	25000
El Acil	1993	10000
El Moudjahid	1965	20000
الشعب	1963	10000
النصر	1963	40000

#### ✓ المرحلة السابعة 2005-2013

شكل حدها السياسي الأول الاستفتاء على مشروع المصالحة الوطنية 29-09-2005 والذي رافق اتجاه الخريطة السياسية والإعلامية الجديدة نحو الاستقرار والتوازن النسبيين باتجاه التعديل الرسمي لكافة معاملة السلطة الإدارية والسياسية والأمنية للصحافة العربية والجهوية غير الاستئنائية والمؤيدة للمصالحة الوطنية، والتي كانت تدعو إلى كسر هيمنة السلطة الأحادية القطبية المعادية للمصالحة في مجال الأخبار والطباعة والإشهار، فاستعاد بذلك الوضع الإعلامي بعضا من توازنه الإيديولوجي واللغوي، وأصبح سحب اليوميات الصادرة بالعربية، يفوق بكثير سحب الصحف الصادرة باللغة الفرنسية، بثلاثة أضعاف تقريبا، بقيادة يوميتي "الشروق اليومي" حوالي 700 ألف نسخة، و"الخبر" بـ 500 ألف نسخة بالإضافة إلى الصحيفتين المستحدثتين عام

<sup>1</sup> فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، نفس المرجع، ص 228.  
<sup>2</sup> رشيد بن يوب: دليل الجزائر السياسي، مرجع سابق، ص 50.

2007 بأقلام سابقة في الشروق اليومي والخبر: يومية "النهار الجديد" العامة، وأسبوعية "الهداف" الرياضية، واللتين أصبحتا تتنافسانهما من حيث المقروئية.

وقد عرفت السنوات الموالية (2010-2013) تراجعاً ملموساً يقارب 11٪ للصحافة الخاصة، جعل أهم الصحف يتراوح توزيعها ما بين 400 ألف نسخة و100 ألف نسخة فقذمع نسبة مرتجعات مرتفعة فاق معدلها 16٪.<sup>1</sup>

وقد قدّمت وزارة الإعلام تقريراً عام 2011 يوم 5 مارس يوضح ارتفاعاً جديداً في عدد اليوميات حيث بلغ عدد الصحف الصادر بالعربية 51 يومية، و44 يومية صادرة باللغة الفرنسية، في حين بلغ عدد الأسبوعيات 35 أسبوعية منها 23 باللغة العربية، هذا النوع من الدوريات الذي عرف انخفاضاً كبيراً فبعد أن بلغ 98 عنوان في 2007، انخفض إلى 59 أسبوعية في فيفري 2010، ثم إلى 35 عنوان في مارس 2011.<sup>2</sup>

أما الحد الأقصى لهذه المرحلة 2011-2013 فقد دشنه قرار رفع حالة الطوارئ في 22-02-2011، وخاصة إقرار قانون عضوي جديد للإعلام تمت الموافقة عليه في كجلس الوزراء ليوم 12-09-2011 والبرلمان في ديسمبر 2011 نشر في الجريدة الرسمية ليوم 15-01-2012، وأهم ما ميز هذا القانون تكريس فتح المجال السمعي البصري، استحداث سلطة ضابطة للصحافة المكتوبة (يعين نصف أعضاؤها من الأسرة الصحافية) وأخرى للسمعي البصري، تقنين وسائل الإعلام الإلكترونية، إلغاء تجريم الصحفيين باستبدال عقوبات الحبس بالغرامات المالية، إنشاء هيئة وطنية منتخبة لأدبيات الصحافة وأخلاقياتها، لكن بعض رجال الإعلام أبدوا رفضهم لعدة نقاط تضمنها القانون الجديد وهي تتعلق خاصة بالعقوبات المالية وغموض بعض محددات إطار ممارسة حرية الصحافة وما يجب على الصحفي احترامه لتجنب هذه العقوبات.<sup>3</sup>

إن المتتبع للساحة الإعلامية الجزائرية يلاحظ أن الصحافة الخاصة قد احتلت مكانة بارزة إعلامياً، بحيث استحوذت على أغلبية السوق، وهذا طبعا منطقي في عهد اقتصاد السوق وحرية المبادرة، وهي تخضع أيضا لمنطق سياسي في عهد حرية التعبير والتعدد السياسي كركائز دستورية، لكن رغم كل القفزات التي حققها الإعلام الجزائري بفعل تغير الأوضاع السياسية والإعلامية، إلا أنه ما زال يعاني من ضغوطات غير مباشرة في الواقع ووسط مختلف الظروف

<sup>1</sup> فضيل دليو: تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830-2013، مرجع سابق، ص 183-184.

<sup>2</sup> HADJ MILIANI: La presse écrite en Algérie positionnement médiatique et enjeux linguistiques, revue de CRASC, P 184, vu le 13- 05-2013 à 13:00 sur le site:

[www.univ-bejaia.dz/documents/multilinguales/15%20MILIANI%20Hadj.PDF](http://www.univ-bejaia.dz/documents/multilinguales/15%20MILIANI%20Hadj.PDF)

<sup>3</sup> فضيل دليو: تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830-2013، مرجع سابق، ص 189.

التي تمر بها الجزائر منذ سنوات، لا يمكننا إنكار دور التعددية بصفة عامة كظاهرة جديدة عرفتها الجزائر منذ 1989، ونجدها رغم كل النقائص التي تظهر بها قد نفست بالفعل على القارئ، وفتحت له آفاق واسعة للاطلاع وسط واقع تعددي مغاير لسابقه الأحادي الذي عاشه المواطن طويلا تحت ظله.

## 2-3-2-2 تطور الإنترنت في الجزائر - الانطلاقة والتجربة

سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت والتقنيات المرتبطة بها من خلال ارتباطها بشبكة الإنترنت في شهر مارس 1994، عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني CERIST الذي أنشئ شهر أبريل سنة 1986 من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكانت مهمته آنذاك العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

عرفت الجزائر سنة 1994 تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الإنترنت، ففي نفس السنة كانت الجزائر مرتبطة بالإنترنت عن طريق إيطاليا بسرعة قدرها 9,6 Ko، وهي سرعة ضعيفة جدا وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى بـ RINAF تكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في إفريقيا.<sup>1</sup>

وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم شبكة الإنترنت سنة 1997 بخطين هاتفيين متخصصين، تصل سرعة الأول إلى 64 Ko في الثانية أما الثاني فتقدر سرعته بـ 256 Ko في الثانية.

وفي أكتوبر 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي MAA الأمريكي بقدرة 1 ميغابيت/الثانية و256 كيلوبيت/ الثانية، وخلال سنة 1999/2000 أقام المركز ارتباطا بالشبكة عن طريق القمر الصناعي الرابط بالولايات المتحدة الأمريكية، وأصبحت قدرة الإنترنت في الجزائر 2 ميغابيت/ثا للاستقبال، و256 كيلوبيت/ثا للإرسال، وفي جويلية 2000 وصل إلى 8 ميغابيت/ثا للاستقبال، و3 ميغابيت للإرسال كما تم إنشاء 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط

<sup>1</sup> بختي إبراهيم: البنية التحتية للإنترنت والتجارة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية تحديث المناخ الاقتصادي الجديد، 22-23 أبريل 2003، ص 21، متوفر على الموقع: [http://bbekhti.online.fr/trv\\_pdf/Infrastructure%20de%20l'internet%20&%20E-commerce.pdf](http://bbekhti.online.fr/trv_pdf/Infrastructure%20de%20l'internet%20&%20E-commerce.pdf)، تاريخ الزيارة 11-03-2014، على الساعة 16.00.

الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن والمربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر العاصمة.<sup>1</sup>

وقد قُدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996، أي بعد سنتين من دخول الإنترنت إلى الجزائر 130 هيئة، وفي سنة 1999 قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي، و150 في القطاعات الأخرى، وفي نفي السنة أي 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك ولأن هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الإنترنت في الجزائر نظرا لانخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات (مقاهي الإنترنت، ميدياتيك، مؤسسات) بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فيمكن تقدير هناك حوالي 180 ألف مستعمل للإنترنت أي حوالي 50 مستعمل لكل اشتراك.<sup>2</sup>

#### - بداية الانتشار

ظل مركز CERIST إلى غاية 1999 المزود الوحيد للاتصال بشبكة الإنترنت،<sup>3</sup> لكن بعد إصدار المرسوم التنفيذي رقم 257-98 بتاريخ 25 أوت 1998 وعدل بمرسوم آخر يحمل رقم 307-2000 بتاريخ 14 أكتوبر 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الإنترنت، ظهر مزودون جدد خواص وعموميون إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني مما زاد في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت.<sup>4</sup>

فقد منحت اللجنة الوزارية الخاصة بالإنترنت سنة 1999 رخص الاستغلال لـ 6 مزودي خدمات الإنترنت أهمهم: EEPAD, DCINET, DJAZAIRCOM, PROCOM INTERNATIONAL, GECOS.

فقد قامت EEPAD بربط خط متخصص مع France Telecom قدرته 64 كيلوبيت/ثا بالإضافة إلى ارتباطات أخرى مع مختلف ولايات الوطن، أما مؤسسة GECOS (General Computer System) والتي كانت مؤسسة لبيع وصيانة تجهيزات الإعلام الآلي ثم انتقلت سنة 1997 إلى إنشاء مواقع الويب وتكلفت في البداية بإنشاء مواقع للصحافة الجزائرية ثم مواقع

<sup>1</sup> تيميزار فاطمة: إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 81.

<sup>2</sup> بختي إبراهيم: البنية التحتية للإنترنت والتجارة، مرجع سابق، ص 22.

<sup>3</sup> فاطمة تيميزار: إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 84.

<sup>4</sup> بختي إبراهيم: البنية التحتية للإنترنت والتجارة، مرجع سابق، ص 22.

المؤسسات والقرارات وبعد حصولها على الاعتماد سنة 1999، أصبحت مزودا للإنترنت من خلال ارتباط بقدرة 305 ميغابيت/ثا مع المؤسسة الأمريكية Interpacket.<sup>1</sup>

وقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى 65 رخصة حتى نهاية 2001، إن وجود هذه المؤسسات في سوق الإنترنت حسن من خدمات الوصول إلى الشبكة كما ساهم في تقديم أسعار تنافسية للاشتراك بخدمات الإنترنت، لكن في حقيقة الأمر أن جل الخواص المرخص لهم باستغلال الإنترنت لم ينشطوا فعلا على أرض الواقع.

ثم أنشأت وزارة البريد والمواصلات خط اتصال أساسي للإنترنت Backbone من الألياف الضوئية قدرته 34 ميغابيت/ثا قابل للتوسعة إلى غاية 144 ميغابيت، لتمكن موزعي خدمات الإنترنت وبعض مؤسسات الاتصال من الارتباط بالشبكة الدولية على أكمل وجه، كما شرعت إدارة البريد والمواصلات بالتعاون مع الموزع الأمريكي LUCENT Technologies في إقامة شبكة لتقديم خدمات الإنترنت كموزع للمؤسسات والأفراد.

ونفس الطريق سلكه مركز البحث العلمي والتقني عن طريق تقوية بنيته التحتية، حيث بدأ في مشروع يربطه بموزعه في الولايات المتحدة الأمريكية بخط سعته تصل إلى 30 ميغابيت/ثا، وزود عدد المشتركين بأكثر من 20 نقطة وصول للإنترنت، و43 خذ متخصص لقطاع التعليم العالي والهيئات البحثية، و48 خط متخصص لبقية القطاعات الأخرى من بينها الموزعين الخواص.<sup>2</sup>

وتعتبر سنة 2000 نقطة الانطلاق لمجموعة من المشاريع التي رسمتها الجزائر في قطاع التكنولوجيا استعدادا لانضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة، ولهذا الغرض سعت الجزائر إلى تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام الذي استفاد من ميزانية تقدر بـ 6,4 مليار دج من مجموع 247 مليار دج موجهة للإنعاش الاقتصادي.

ومنذ 2001 والوزارة المعنية بقطاع الاتصالات تطمح لفتح المحال أمام المستثمرين الخواص من دول العالم، والذي سهل الأم كثيرا تعدل مرسوم أوت 1998 بمرسوم ثاني صادر

<sup>1</sup> فاطمة تيميزار: إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 85.  
<sup>2</sup> بختي إبراهيم: البنية التحتية للإنترنت والتجارة، مرجع سابق، ص 22-24.



في 14-10-2000، والذي من خلاله فتح المجال أمام الاستثمارات الأجنبية في قطاع الإنترنت، فكانت أول عملية جمعت مجموعة wanadoo بالشراكة مع الموزع EEPAD في مارس 2000. وعلى صعيد آخر فقد تم تحديد سنة 2005 كسنة يتم فيها تحرير قطاع الهاتف الثابت، وأن تصل سنة 2010 إلى تحقيق نسبة 20 هاتف ثابت لكل 10 نسمة، وأن تصل سنة 2015 إلى حصول كل جزائري على هاتف نقال ثم التغطية الكاملة والشاملة لاحتياجات السكان في عملية التزود بالإنترنت.<sup>1</sup>

وبفضل هذه الإستراتيجية فقد وصل عدد المقاهي الإنترنت في الجزائر سنة 2005 إلى 5000 مقهى مقارنة بـ 100 مقهى سنة 2000، إضافة إلى ارتفاع عدد المشتركين بالإنترنت إلى 500.000 مشترك بسبب انخفاض تكلفة الاشتراك وهذا يعود إلى عامل المنافسة.<sup>2</sup>

كما صنّف تقرير الأمم المتحدة حول التجارة والتطور، الجزائر من بين الخمس دول إفريقية التي تربط 90% من مستخدميها بالإنترنت عالي التدفق ADSL، وإدخال هذه التكنولوجيا الجديدة إلى المنازل قد انتقل من 1% سنة 2005 إلى 20% سنة 2013.<sup>3</sup>

فحتى سنة 2013 تم إحصاء 1,3 مليون مشترك بالإنترنت عالي السرعة من مجموع 38 مليون نسمة، أما بالنسبة للقطاع التربوي فتم ربط 100% من مجموع الثانويات، 80% من الإكاليات و25% من مجموع الابتدائيات بالإنترنت، ما يمثل 10.000 من أصل 100.000 مؤسسة تربوية عبر ربوع الوطن. إضافة إلى وجود 2000 مقهى إنترنت ما زال ينشط حتى 2013.<sup>4</sup>

هذا ونلاحظ أن الاشتراك في الإنترنت يتزايد من فترة إلى أخرى في الجزائر بفضل عالم المنافسة وتسهيل استخدام هذه التكنولوجيا، فالآن أصبح بإمكان أي مشترك الاتصال بالشبكة أينما كان وحيثما أراد وذلك باستعمال معدلات توفرها الشركات المانحة لخدمات الهاتف النقال والإنترنت في الوقت ذاته (ooredoo, djezzy, mobilis) وهي تكنولوجيا متنقلة لا تحتج إلى كابلات أو أسلاك للاتصال حيث تشهد الجزائر انطلاق خدمات الإنترنت من الجيل الثالث وحتى

<sup>1</sup> تيميزار فاطمة: إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، مرجع سابق، ص 84.

<sup>2</sup> Zineb Maiche: Internet; 5000 cyber café en Algérie, EL Watan le 26- 04-2005.

<sup>3</sup> [www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at\\_histoire\\_realisation](http://www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at_histoire_realisation), site visité le 16 Mars 2016 à 09:00.

<sup>4</sup> [www.nticweb.com/telecom/7656-internet-en-algerie-quelques-chiffres/html](http://www.nticweb.com/telecom/7656-internet-en-algerie-quelques-chiffres/html), site visité le 23 décembre 2013 à 14:00

الجيل الرابع مما يعني تطوير خدمات الإنترنت وتسهيل الاتصال بالشبكة باستعمال التكنولوجيات الرقمية للإعلام والاتصال.

### 2-3-3-3 نشأة الصحافة الإلكترونية في الجزائر

عرفت الجزائر ظهور الصحافة الإلكترونية أول مرة نهاية سنة 1997 حيث كانت جريدة الوطن الناطقة باللغة الفرنسية السبّاقة لإنشاء أول موقع لها على شبكة الإنترنت، حيث أن إنشاء موقع على شبكة الويب لم يعد صعبا بعد إلغاء الاحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للإنترنت منذ سنة 2000، بالإضافة إلى المحاولات الرامية إلى تحسين خدمات الهاتف الثابت وتحريره من أهل خفض تسعيرته فالإجراءات اللازمة من أجل الاستفادة من موقع على شبكة الإنترنت بالنسبة لأي جريدة، تتطلب من الناحية التنظيمية المرور بالمرحل التالية، وهذا استنادا إلى ميثاق التسمية والانتساب تحت اسم الميدان "DZ":

- سجل تجاري لكل هيئة ذات طابع تجاري.
  - وجود مقر مركزي أو مكتب تنسيق بالجزائر.
  - يجب دفع مبلغ مالي سنوي يقدر بـ 10.000 دج.<sup>1</sup>
- هذا ما سهّل للجرائد الوطنية الدخول إلى شبكة الإنترنت والاستفادة من إمكانياتها مثلها مثل نظيراتها في العالم العربي والغربي على حد سواء، فقد أصبح بإمكان الصحف الآن تخطي الحدود الجغرافية الوطنية والوصول إلى قراء من مختلف أنحاء العالم بفضل شبكة الويب، وبالتالي التوسيع من دائرة قرائها ومنافسة الصحف العربية والاستفادة من تجارب الصحف العالمية الكبرى.

#### أ- أنواع الصحف الإلكترونية في الجزائر

إن اعتماد الصحف الجزائرية مع تقنية النشر الإلكتروني سمح بظهور نوعين من الصحف الإلكترونية:

#### ● الصحف الإلكترونية المكتملة للنسخة الورقية

كما ذكرنا سابقا فإن أول تجربة لهذا النوع من الصحف الإلكترونية كان مع جريدة الوطن التي تمكنت من إنشاء موقع إلكتروني على الشبكة يحمل نفس مضمون النسخة الورقية على صيغة الـ PDF وذلك بفضل مؤسسة GECOS، وفي مارس 1998 تمكن من تقديم الإخبار باستعمال الـ HTML و الـ PDF في نفس الوقت وقد تعرض الموقع الذي تتم إدارته من الولايات

<sup>1</sup> يمينة بلعاليا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مرجع سابق، ص 149.

المتحدة الأمريكية إلى القرصنة، الأمر الذي جعل الصحيفة تنتقل موقعها إلى فرنسا عام 2002، ويمكن اعتبار تاريخ جوان 2008 تاريخ الانطلاقة الحقيقية للموقع بحلته التكنولوجية الحديثة.<sup>1</sup> ويوضح الجدول (8) تتابع ظهور الصحف الجزائرية على شبكة الإنترنت<sup>2</sup>

تاريخ الصدور	الجريدة
نوفمبر 1997	EL WATAN
جانفي 1998	LIBERTE
فيفري 1998	اليوم
أفريل 1998	الخبر
جوان 1998	الشعب
أكتوبر 1998	EL MOUDJAHID
نوفمبر 1998	LE SOIR D'ALGERIE
مارس 2000	EL ACIL
2005	الشروق

وهكذا خاضت معظم الصحف الجزائرية تجربة النشر الإلكتروني من أجل:

- كسب قراء جدد داخل الجزائر وخارجها خاصة في المناطق التي لا تصل إليها الصحف الورقية بسبب سوء التوزيع.
- الهروب من الضغوطات السياسية والاقتصادية التي تعرقل السير الحسن للصحيفة.
- كسب نوع من الحرية في نشر المقالات وتفادي الرقابة التي من شأنها منع نشر المقال وتوقيف إصدار الجريدة.<sup>3</sup>

ويعتبر النشر الإلكتروني تدعيم لعملية وجود الصحف المكتوبة وتأكيد على مكانتها في المجتمع الجزائري ، ويلاحظ أن أغلب الصحف على الخط لا تختلف كثيرا عن نسخها الورقية فهي نسخة كربونية كانت في البداية تعرض كخدمة نصية ثم أصبحت ديناميكية.<sup>4</sup> فقد لاحظنا من خلال زيارتنا لأغلب المواقع الإلكترونية أن بعض الصحف لا تزال تعتمد فقط على نسخة الـ PDF مثل صحيفة Les Débats الصادرة باللغة الفرنسية وهي نسخة ساكنة لا تختلف عن نظيرتها الورقية إلا من حيث الدعامة. إلا أن وجود الصحف الوطنية على الإنترنت يعتبر صورة

<sup>1</sup> M.R: EL WATAN et l'Internet une longue histoire, le quotidien EL WATAN, parut le 04- 06- 2008.

<sup>2</sup> يمينة بلعالي: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مرجع سابق، ص 150.

<sup>3</sup> جمال بو عجمي، بلقاسم بروان: الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق مرجع سابق، ص 25.

<sup>4</sup> يمينة بلعالي: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مرجع سابق ص 152.

جديدة لشكلها المطبوع في حلة إلكترونية جديدة، بقدرتها الوصول إلى القراء بل وتجديد قاعدة جمهورها وإضافة عدد لا يستهان به من مستخدمي الإنترنت إلى قائمة قرائها، خاصة إذا ما تحلت بالخصائص التكنولوجية للشبكة كتحديث الأخبار وسهولة استعمال الموقع مما يحقق إشباع حاجات الجمهور للمعلومات والأخبار.

### ب- صحافة الإنترنت في الجزائر

صحافة الإنترنت هي التي لا تملك دعامة ورقية بل تصدر مباشرة على شبكة الويب، كل مكونات إعدادها تعد إلكترونية: المضمون، الطبعة التوزيع، الإشهار، و حتى الطاقم الصحفي يعتبر إلكتروني.

وقد كانت أول تجربة في الجزائر بظهور ALGERIA INTERFACE وقد أسسها إعلامي جزائري (نور الدين خلاصي) سنة 1996، ثم توالى الصحف الإلكترونية المحضة في الظهور.

جدول (9) يبين توالي الصحف الإلكترونية المحضة في الصدور<sup>1</sup>

اسم الصحيفة	الموقع	ملاحظة
ALGERIA- ANTERFACE	<a href="http://www.algerie-interface.com">www.algerie- interface.com</a>	توقفت عن الصدور لظروف مالية
ALGERIA-WATCH	<a href="http://www.algeria-watch.com">www.algeria-watch.com</a>	2006-1998
LE SOUK	<a href="http://www.lesouk.org">www.lesouk.org</a>	أصبح لها طبعة ورقية توزع بأعداد محدودة
AUTO ALGERIE	<a href="http://www.auto-algerie.com">www.auto-algerie.com</a>	—

نلاحظ أن هذا الصحف تنوعت بين الإخبارية والمتخصصة وهناك صحف أخرى ساخرة مثل LA GRANDE KECHFA، ثقافية مثل EL DIWENE، لكن هذه الصحف لم تصمد طويلا بل اختفت سريعا عن الساحة الإعلامية لظروف أغلبها مالية، وما يهمننا في هذا المقام هو الصحف ذات الطابع الإخباري والتي سنعرض أهمها في الجدول التالي، الذي سيوضح مواقعها الإلكترونية، وترتيبها في الجزائر علما أن رتبة أي صحيفة تعكس مدى مقروئيتها وشعبيتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يمينية بلعاليبا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مرجع سابق، ص 152.  
<sup>2</sup> تم استعمال موقع [www.alexa.com](http://www.alexa.com) للحصول على رتبة الموقع في الجزائر، وقد تم زيارة الموقع يوم 15-05-2015.

جدول (10) يبين ترتيب أهم الصحف الإلكترونية المحضة ذات الطابع الإخباري في الجزائر

الرتبة	الموقع	اسم الصحيفة
42	<a href="http://www.tsa-algerie.com">www.tsa-algerie.com</a>	Tout sur L'ALGERIE
181	<a href="http://www.algerie-focus.com">www.algerie-focus.com</a>	Algerie Focus
250	<a href="http://www.algeriepatriotique.com">www.algeriepatriotique.com</a>	Algerie Patriotique
347	<a href="http://www.lematindz.net">www.lematindz.net</a>	Le Matin d'Algerie
420	<a href="http://www.algerie1.com">www.algerie1.com</a>	Algerie 1
4176	<a href="http://www.elikhbaria.com">www.elikhbaria.com</a>	الإخبارية
7337	<a href="http://www.numidianews.com">http://www.numidianews.com</a>	نوميديا نيوز

هذا وقد ظهر العديد من الصحف الإلكترونية الإخبارية أغلبها كانت تنشر على موقع المحرك الإلكتروني Google، لكنها اختفت بعد فترة لظروف ومعوقات سنتعرض لها في العنصر التالي.

#### 2-3-3-4 الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر

تعاني الصحافة الإلكترونية بنوعها من صعوبات عديدة تشترك في بعضها مع وسائل الإعلام التقليدية وتتفرد ببعض الآخر بحكم طبيعتها المختلفة، وأهم هذه المشاكل نذكر:

#### ✓ صعوبات متعلقة بمهنة الصحافة الإلكترونية في الجزائر<sup>1</sup>

##### أ- عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة

لا زال المجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة الناقلة للمعلومة من أقصا مضارب الأرض، فلا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره من التلفزيون بنسبة 62% ثم الجرائد بنسبة 22% ثم الإنترنت بنسبة 10%.

كما أن استعمال الإنترنت يعني التوفر على جهاز حاسوب متصل بالإنترنت تكلفته في بلادنا تصل إلى 50000 دج وهو ما يعادل 5 مرات الأجر القاعدي للفرد الجزائري. وتحتاج السوق الجزائرية إلى 10 ملايين حاسوب في حين لم تتوفر السوق عام 2004 إلا على 200 ألف وحدة.

<sup>1</sup> يمينة بلعالي: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مرجع سابق، ص-ص 155-162.

## ب- قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي

إن الاستفادة من الصحافة الإلكترونية يعني النوفر على حد أدنى من المستوى التعليمي المؤهل لاستخدام جهاز الحاسوب ومعرفة بعض تقنياته للتمكن من الإبحار في الإنترنت والبحث عن المعلومات عموماً، وإذا كانت الأمية عموماً منتشرة في الجزائر بقدر 07 ملايين أمة في التعريف القديم للأمية أي ما يعادل 70٪ من المجتمع الجزائري فما بالك بالأمية الإلكترونية. وتعرف المضامين الإلكترونية تأخراً كبيراً، تلك المضامين التي من شأنها أن تسعى في تعميم المبادئ التربوية لترقية الشعوب والتكفل والعناية بالصحة.

## ج- تنامي القرصنة

إن المواقع الإلكترونية الموجودة على الساحة الإعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية تظل معرضة للعديد من هجمات قرصنة الإنترنت خاصة في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الإنترنت.

## د- غياب الثقافة الإعلامية لدى الفرد الجزائري

رغم مرور 15 سنة على التجربة الإعلامية في الجزائر لا تزال معايير انتقاء القارئ لجريدته تحكمها عوامل تكون في أغلبها غير مرتبطة بالسبق الصحفي أو مبدأ الاحترافية أو لطبيعة مضمون الجريدة بل يتأثر بعاملين هما:

- اللغة: حيث يميل القراء إلى الصحف الناطقة باللغة العربية.

- الميل مع اتجاه الصحيفة حيث يميل الكثير من القراء بهدف عاطفي نحو جريدة معينة على حساب أخرى نظراً لاتجاهها العام نحو تيار أو منطقة معينة.

✓ صعوبات متعلقة ببناء الصحافة الإلكترونية في الجزائر

## أ- غياب الإطار القانوني المؤطر للصحافة الإلكترونية

اهتم قانون الإعلام 2012 في بابه الخامس بتعريف الصحافة الإلكترونية وتحديد نشاطها، حيث تعرفها المادة 67 بأنها "كل خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها الافتتاحي".

كما اعتبر القانون في مادته 69 خدمة السمي بصري عبر الإنترنت: "كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، تنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها الافتتاحي".<sup>1</sup>

ونلاحظ أن القانون قد اهتم فقط بتحديد نشاطات الصحافة الإلكترونية دون التفصيل في كيفية أداء النشاط، أو تحديد المسؤوليات وأخلاقيات المهنة، للتمكن من حل المشاكل التي قد تنجم عنه.

### ب- الصعوبات المالية وسياسة الإشهار في الجزائر

بالرغم من نجاحها النسبي التحرير والجماهيري، لا زالت الصحافة الإلكترونية في الجزائري محرومة من الإشهار العمومي، وذلك بخلاف باقي وسائل الإعلام الوطنية (صحافة ورقية، إذاعة وتلفزيون) وليس لها حظ وافر من الإشهار الخاص على الإنترنت، الذي لا يزال ضعيفا، وملوثا بممارسات غير عادلة لبعض العناوين الإلكترونية للصحافة الورقية. حيث يفضل أغلب المعلنين التعريف بمنتجاتهم على مواقع الصحافة التقليدية، التي تتميز بالنسبة لهم بمقروئية أكبر، مما يضطر الصحف الإلكترونية المحضة لكسر الزبائن، مع ملاحظة أن القلة المحضوة التي تستفيد من فترات الإشهار الخاص تعاني من المنافسة غير الشريفة لكبرى الصحف الوطنية التي تقوم دوريا بخفض الأسعار على نسختها الإلكترونية، ولذل ينتظر بعض أصحاب الصحافة الإلكترونية الجزائرية من القانون الجديد الخاص بالإشهار أن ينظم هذا المجال باتجاه إنصافهم، كما ينتظرون تدخل الدولة لتنظيم التسعيرات الإشهارية ولتقديم مساعدات مالية لصحافتهم على غرار بعض الدول.<sup>2</sup>

### 2-3-3-5 الآفاق المستقبلية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

أصبحت مؤخرا الصحافة الإلكترونية الجزائرية نشطة جدا على الشبكة، ومن أسباب ذلك تخطي العراقيل السياسية البيروقراطية (وعلى رأسها صعوبة الحصول على الرخصة)، التي تثني الراغبين في إصدار عناوين ورقية جديدة عن تحقيق مشاريعهم فمعظم أهم مواقع الصحافة الإلكترونية المخصصة للجزائر مقرها المركزي بالخارج (لندن وباريس خاصة)، وذلك بالرغم من أن إنشاء جريدة إلكترونية لا يتطلب رخصة من السلطات الجزائرية. إذ أن النموذج الاقتصادي للصحافة الإلكترونية يعتبر أهم من نموذج الصحف التقليدية، فإذا كانت

1 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 05-12، ع 2، الجزائر 15 جانفي 2012، ص 28.  
2 فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية -1830-2013، مرجع سابق، 2014، ص 211-212.

فيه مداخيل الإشهار ضعيفة، فإن تكاليف إصداره ضعيفة أيضا، كما أن المعلنين بدأوا يقصدونه بالإضافة إلى تعدد طرق جلب المداخيل إليه منها: الإشهار، والاشتراك، وبيع المقالات.

وقد أظهرت آخر إحصائيات مؤسسة التسويق الإلكتروني (Med & Com) أن حصة الإشهار الإلكتروني في الجزائر في تزايد معتبر، حيث قفزت من 0,5% عام 2008، إلى 04% عام 2012 (من 150 مليون دج إلى 502 مليون دج) ويأتي في مقدمة المعلنين قطاع السيارات والهاتف متبوعين بقطاعات البنوك والتأمينات والتغذية والعقار... بينما يأتي في مقدمة المستفيدين من هذه الاستثمارات الإشهارية المواقع الصحافية متنوعة بمواقع السيارات والمواقع الشبابية فالمواقع الرياضية والإشهارية.

لذلك يعتبر مستقبل الصحافة الإلكترونية في العشرية المقبلة في الجزائر واعدة وخاصة مع التزايد المطرد لقاعدة مستخدمي الإنترنت في الجزائر (أزيد من خمسة ملايين عام 2012 حسب الاتحاد الدولي للاتصالات عن بعد، وضعف هذه الأرقام حسب إحصائيات وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال) والنجاح الكبير للشبكات الاجتماعية وفي مقدمتها "الفيسبوك".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية 1830-2013، مرجع سابق، 2014، ص 212-214.



## الفصل الثالث

# تحرير الصحف الإلكترونية وتصميمها

عرفت الصحافة الإلكترونية منذ ظهورها كوسيلة إعلامية حديثة، عدة تطورات وتغيرات على مستوى الشكل والمضمون، فبعد أن كانت تقدم نسخة مصورة عما تقدمه في طبعتها التقليدية، أخذت تدريجياً في تطوير ذاتها والاستفادة مما تتيحه شبكة الإنترنت من تفاعلية ووسائل فائقة، آخذة في عين الاعتبار الشكل الإلكتروني الذي يجب أن تظهر به للقراء، وبهذا أوجدت الصحافة الإلكترونية طقوساً جديدة للممارسة الإعلامية الحديثة، هذا ما يفرض علينا التطرق بالتفصيل لشرح الشكل والمضمون الذي تظهر به الصحف الإلكترونية لجمهورها.

### 3-1 تحرير الصحف الإلكترونية

تتطلب الصحافة الإلكترونية مهارات إعلامية جديدة، تتفق وخصائص الوسيلة الجديدة، حيث أن العمل في الصحف الإلكترونية يحتاج إلى تأهيل عال جداً مقارنة مع الصحافة المطبوعة، لذلك ينبغي على المحررين ورؤساء التحرير أن يتقنوا فن العمل مع تكنولوجيا الاتصال ومهاراته، حيث أنه من الصعوبة بما كان أن يظل الأسلوب الصحفي الكلاسيكي ذاته في وسيلة إعلامية جديدة يتسم جمهورها بأنه طرف منتج فيها.<sup>1</sup>

#### 3-1-1 تعريف التحرير الصحفي الإلكتروني وأدواته

يعني المفهوم البسيط للتحرير الصحفي الإلكتروني: "استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات إلكترونية تحقق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة، خصوصاً في حالة استخدام أحد برامج معالجات النصوص المدعومة بإمكانية التصحيح اللغوي، بالإضافة إلى توفير درجة كبيرة من السرعة عند الرغبة في إجراء أية تعديلات بالحذف أو الإضافة، أو النقل على الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية".<sup>2</sup>

هذا التعريف بعني أنه وبمجرد استخدام الحاسوب في عملية تحرير أو بالأحرى كتابة النصوص نكون قد دخلنا في ما يسمى التحرير الإلكتروني، لكننا نرى أن مفهوم هذا الأخير يتعدى ذلك بكثير، حيث أننا إذا طبقنا هذا المفهوم على الصحافة المكتوبة نستطيع القول أنها قد اعتمدت التحرير الإلكتروني حتى قبل دخول وانتشار شبكة الإنترنت، إذا فهذا المفهوم يعتبر ناقصاً.

فمفهوم التحرير الإلكتروني يتجاوز الجانب المتعلق بالمحرر كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأداة تكنولوجية إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل، حيث يحتاج إلى وضع معايير نفسية، وفنية، وتقنية خاصة يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد نصوص

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 227.  
<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 228.

يكون لها تأثير في الوسيلة الحديثة، ويتطلب من الكاتب أن يكون ماهرا في التعامل مع بيئة الاتصال الذي تتنوع عناصره ومفرداته بشكل كبير، وماهرا أيضا في ربط هذه العناصر والجمع بينها لتكون شكلا جديدا لمادة تستفيد من خصائص الاتصال الرقمي، وعليه تختلف الكتابة الرقمية عن الكتابة الورقية من حيث التأثير على القارئ، وتغيير طرق استقبال النصوص والتدوين ثبات أو حركية النصوص وتشعبها أو تفاعلها مع نصوص أخرى مجانسة لها.<sup>1</sup>

ذلك أن النص الصحفي الإلكتروني يتسم بتعدد الوسائط وتفاعلها في بنية واحدة (صوت، صورة، فيديو، نص، كاريكاتير....)، كما يتسم النص الإلكتروني بانفتاح بنيته فحدوده غير مستقرة إذ يتضمن وصلات تحمل القارئ على مصادر تكميلية (داخلية وخارجية)، إضافة إلى كونه تفاعلي منفتح على مساهمات الجمهور وعلى هذا فإن النص الإلكتروني يصبح نصوصا متداخلة، كما يتحول الكاتب من صيغة الفرد إلى صيغة الجمع (الصحفي والقراء).<sup>2</sup>

ويحتاج المحرر الصحفي الذي يعمل في الصحافة الإلكترونية إلى عدد من الأدوات منها<sup>3</sup>:

✓ **الفضاء:** فقد أصبح الصحفي يستخدم الفضاء حينما يكتب في الإنترنت، حيث يكون الفضاء الإلكتروني مدخلا لمفهوم الفضاء الوهمي.

✓ **المشاهدة:** وتتيح طرقا عديدة لرؤية النص منها إمكانية تكبيره أو تصغيره أو فتح نوافذ داخله، كما يتم أحيانا عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم القارئ باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته.

✓ **الألوان:** يمكن للمحرر استخدام الألوان لخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه، كما تتيح له فرصة استخدام الرسوم الملونة للتعبير عن أفكاره.

✓ **الصوت:** حيث يتيح للمحرر استخدام الصوت كجزء من النص، فالنص المكتوب لم يعد مرثيا فقط، بل مسموعا أيضا، سواء بإضافة فقرة من خطاب رسمي، أو موسيقي، أو أصوات مدمجة، مما يعطي بعدا جيدا للنص المكتوب.

✓ **الأيقونات:** يلجأ المحرر إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون، مما يخلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها، والتي يسهل تمييزها عن بعضها البعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات.

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 229.

<sup>2</sup> الصادق الحمادي: تجديد الإعلام - مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية - دراسة منشورة بالمجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، نوفمبر 2009، ص 2.

<sup>3</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 123-124.

✓ **قيم النص:** حيث أظهرت إمكانيات جديدة للتعبير عن قواعد جديدة للكتابة بدخول تكنولوجيا الكتابة والقراءة الإلكترونية، لذا ظهرت أهمية معرفة كيف يتعامل ويتجاوب القارئ مع النص. ونظرا لحدائثة الكتابة الإلكترونية فقد يجد البعض صعوبة في كيفية الوصول إلى أجزاء النص التي تهمهم أو الخروج منه.

### 2-1-3 خصوصية الكتابة للصحافة الإلكترونية

لكل وسيلة إعلامية لغة وأسلوب تحرير خاص يميزها عن غيرها، وقد صاحب ظهور الصحافة الإلكترونية جدل كبير حول اللغة التي ستظهر عليها إلا أن بدايات هذه الأخيرة لم توحى بذلك خاصة وأن جل الصحف الإلكترونية كانت نسخة مصورة للصحيفة الورقية وبالتالي قد احتفظت بنفس الشكل والمحتوى، إلا أنه ومع مرور الوقت أخذت جل الصحف في الاستفادة مما تتميز به شبكة الإنترنت وقد انعكس هذا جليا على شكلها، وسنرى فيما يلي إن كان هذا قد أثر أيضا على أسلوبها ولغتها التحريرية.

إن تاريخ وسائل الإعلام يؤكد أن ميلاد وسيلة إعلامية جديدة لا يؤدي بشكل آني وآلي إلى ميلاد لغة خاصة بها، بل تظل هذه اللغة رهينة جملة من العوامل الداخلية (المرتبطة بالجانب التقني للوسيلة وطريقة تنظيم عملها) والعوامل الخارجية عن الوسيلة الإعلامية. فالإذاعة استعانت في انطلاقتها بلغة "الصحافة المكتوبة في نشراتها الإخبارية، حيث كانت تقرأ ما تكتبه الصحف، لكن سرعان ما فرضت لغتها الخاصة البعيدة عن النمط المكتوب، والمستلهمة من اللغة المحكية المتميزة بتلقائية اللفظ، هذه الحقيقة ذاتها تنطبق أيضا على التلفزيون الذي استعان في بداية بثه للأخبار بلغة الإذاعة إلى درجة أن البعض عرف التلفزيون في ذلك العهد بأنه إذاعة وسينما، لكن بالتدرج استقل التلفزيون بلغته ونأى عنهما.<sup>1</sup>

وللكتابة الإلكترونية خصوصية استمدتها من خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية ذاتها وسنذكر أهم ما يميزها فيما يلي:

#### أ- **التناص (طبقات الخطاب الصحفي الإلكتروني)**

يحيننا تداخل الخبر والرأي من خلال وصل المقال الإخباري بتعليمات القراء والروابط نحو المدونات ومقالات الرأي، إلى تعددية الخطاب الصحفي أو بمعنى آخر إلى تناصه، حيث تبدو علاقة الخطاب الصحفي كنص بالتناص جلية ويتمثل ذلك في إحالات المقال (النص/الصفحة) من داخله إلى مقالات أو مواقع أو وثائق أخرى بفضل الوصلات الداخلية أو إحالات من خارج المقال

<sup>1</sup> نصر الدين لعباسي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2007، ص 38.

أو النص إلى نصوص أخرى (مقالات أو مواقع ذات صلة) أو في نوع ثالث من الإحالات تتعلق بوسائط إعلامية (فيديو أو ملفات صوتية) أخرى تضيف دلالات جديدة للنص الأصلي، هذه الإحالات التي تتيحها تقنية النص المتشعب أو النص الفائق الحي ليست مجرد زخرفة شكلية أو استعراضا للتكنولوجيا والإمكانات التي تتيحها، إنها آلية لإنتاج المعنى تمكن من إعادة تشكيل النص برمته بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسع مجال النص إلى ما لا نهاية، بل هي تجدد كذلك التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة إذ تسمح تقنية النص المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نص لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها.<sup>1</sup>

وأمام ضيق الوقت المخصص لقراءة الصحيفة الإلكترونية أصبح لقارئها سلوكا يختلف عن سلوك قارئ الصحيفة الورقية: الانتقال السريع بين النصوص والخروج والدخول إلى الصحيفة بالكبس على الوصلات، وبهذا فإن ما يشكله هذا القارئ من قراءته للصحيفة الإلكترونية يمكن أن لا ينطبق مع ما يشكله الآخرون.<sup>2</sup>

#### ب- النص المتشعب

بدأت بنية النص الفائق في الظهور والتطور ابتداء من عام 1990، وهي البنية التي تسمح بالانتقال من صفحة شاشة إلى أخرى ويكون ذلك ممكنا بعد النقر على نص نشط، وهي التقنية التي تعتمد على أغلب الوثائق حيث تتميز ببنية غير خطية.<sup>3</sup>

تتجاوز تقنية النص المتشعب مستوى الكتابة غير الخطية بل هي أكثر من ذلك حيث أنه وبفضل هذه التقنية أصبحت المادة الإعلامية خاصة إذا تعلق الأمر بالملف أو التحقيق الصحفي، أكثر ثراء حيث تتضمن أكبر عدد من المراجع التي يمكن الوصول إليها بصفة فورية، دون أن تتعرض الصفحة الأصلية للحشو أو الضغط، هذا ما يسمح للصحفي بالتركيز على المحور الأساسي في موضوعه، ثم يستكمل عملية الشرح والتفسير بالروابط التي قد تكون على شكل ملفات يمكن تحميلها. إن القيمة التي يمكن أن يضيفها المحرر من خلال هذه الخاصية تكمن أساسا في السهولة الكبيرة في شرح سياق الأحداث، مرجعيتها وحتى شرح لنتائج المترتبة، وبفضل انتقاء بعض الكلمات المفتاحية المستخدمة في تحرير المادة الإعلامية فإن الصحفي يمكن أن ينتقل بالقارئ إلى صفحات أخرى تقوم على شرح الكلمات والمصطلحات المستخدمة، تعريف الأحداث

<sup>1</sup> الصادق الحمادي: تجديد الإعلام - مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية - مرجع سابق، ص 16-17.

<sup>2</sup> نصر الدين لعباضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 47-48.

<sup>3</sup> Bruno OLLIVIER: Les sciences de la communication - théories et acquis - édition Armand Colin, Paris; 2007P152.

والاستدلال على العناوين، كما يمكن أن توفر له مجموعة من الوثائق الإلكترونية التي يمكن أن تعرض الموقع الأصلي للحشو.<sup>1</sup>

### ج- سردية جديدة

يعمق الإنترنت من أزمة السرد الصحفي لأنه يتيح للجمهور مواد إخبارية متكاثرة لم تخضع للمعالجة، أي أن الجمهور أصبح يشارك الصحفي تلقي الأحداث في نفس اللحظة، إن نهاية الانتظار الذي كان يشكل قوام العلاقة بالأخبار في زمن الإعلام الكلاسيكي تعلن بطريقة معينة عن "نهاية الكاتب" كوسيط، لأن الكتابة الصحفية وأنواعها المختلفة ارتبطت عضويًا بمفهوم الزمن الذي يحتاجه الصحفي لجمع الأحداث والتأكد من صحتها وتصنيفها وتبويبها وإخراجها، وهكذا تنفي السرعة بما أنها قيمة جديدة للإعلام وساطة الصحفي الذي يبدو وكأنه تخطى بارادته عن وظيفة تأويل العالم عبر السرد، هذه الوظيفة التي استأثر بها تاريخيًا لتنظيم الأحداث من خلال الكتابة ضمن رؤية موحدة وواحدة.<sup>2</sup>

### د- الصحافة الإلكترونية والأنواع الصحفية

إن تحرر الصحافة الإلكترونية من مشكل ضيق المساحة التحريرية بالنسبة للصحف اليومية والمجلات الورقية، وضيق الوقت بالنسبة لنشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، رشحها لاحتواء عدد غير محدود من المواد الإعلامية، حيث أصبح القارئ يعاني من تخمة غير مسبوقه من هذه المواد، فقد كان من المتعارف عليه بالنسبة للصحافة التقليدية التي بتخصيصها تعليقًا أو مقالًا افتتاحيًا لحدث ما فإنها تكون قد أوصت القارئ ضمانيًا بمنحه الأهمية ذاتها، خلافًا للحدث الذي تذكره في خبر بسيط وسط الصفحات الداخلية. أما بالنسبة للصحافة الإلكترونية التي تتمتع الكتابة وفق قالب واحد، يتلخص في إظهار المقدمة التي تتضمن العناصر البارزة للحدث أو القضية أو الموضوع، ثم تدعو القارئ إلى مواصلة قراءته بالرحيل إلى صفحات أخرى أو مواقع إلكترونية أخرى تبعده عما كان بصدده.

أما بالنسبة للأنواع الصحفية فإن الصحافة الإلكترونية تقوم بمواكبة الأحداث عبر الالتصاق بأنيتها، والسعي لاستعادتها واسترجاعها. ففي العملية الأولى تقدم الصحافة شكلا من الخدمات الإعلامية القريبة جدا من النشاط اليومي لوكالة الأنباء: التدافع في ملاحقة الأحداث بشكل مستمر لتغذية شريط الأخبار الذي لا يتوقف، والذي يشمل مختلف المواضيع، أما في العملية الثانية فإنها

<sup>1</sup> Jean-Luc Martin-Lagardette: le guide de l'écriture journalistique, édition la découverte 7 ème édition, Paris, 2009, 178-179.

<sup>2</sup> الصادق الحمادي: تجديد الإعلام -مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية- مرجع سابق، ص 19.

تقدم خدمات إعلامية/معرفية من خلال الأخبار التي تشكل بنكا من المعلومات مهيكلا بوصلات النص المتشعب ومعروضا بشكل مرئي. وتضم هذه الوصلات التطور الوقائي للأحداث والمؤشرات البيوغرافية، والإحالات للمراجع والمصادر المتنوعة، والتذكير بسياق الأحداث وتاريخها، كما أن الخصوصية التقنية التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية سمحت لها ببلورة إحدى الأنواع الصحفية التي كانت تستعمل بشكل أقل من بقية الأنواع في المجالات: إنه الملف الصحفي.<sup>1</sup> الذي يعرف بأنه: "الشكل الصحفي الذي يتناول قضية أو حدثا معينا من مختلف الجوانب لتسليط الأضواء عليه، ويشارك في إنجازه أكثر من صحفي واحد".<sup>2</sup>

#### ه- الهدم وإعادة البناء

إضافة إلى ما سبق هناك مفهوم جديد في إعداد الكتابة الإلكترونية، يطلق عليه مفهوم الهدم وإعادة البناء، وقد ظهر عام 1999، وهو خاص ببناء المواد الإلكترونية إذ يساعد الصحفي على التعامل بكفاءة مع إمكانيات الوسيلة ذاتها.

ويعني الهدم تقسيم الموضوع الصحفي إلى مكوناته الأساسية في صورة أجزاء مستقلة، وتحديد أوجه التشابه والعلاقات المختلفة بين هذه الأجزاء، أما إعادة البناء فهي تجميع هذه العناصر مع بعضها في فئات منطقية محددة ومفهومة، وبناء شبكة الوصلات فيها لتوضيح العلاقات والارتباطات المختلفة بينها.<sup>3</sup>

وهكذا نلاحظ أن الصحافة الإلكترونية تحاول إضافة لمستها في مجال الأنواع الصحفية حتى وإن كان هناك جدل حول بقاء هذه الأخيرة ثابتة في وسيلة تكنولوجية تعتمد على التفاعل الكبير مع جمهورها أم ستطرأ تغيرات عليها بمرور الوقت.

ويرتبط بالكتابة والتحرير في المواقع الصحفية بصفة عامة مجموعة من الاعتبارات هي:<sup>4</sup>  
- أن جوهر الكتابة والتحرير والأسس الخاصة بها لم تختلف عن الكتابة للمطبوعات أو الإعداد للإلقاء والعرض الإذاعي والتلفزيوني حيث أن جوهر الفكرة يجب أن يكون واضحا وبسيطا في ذهن الكاتب أو المحرر وأن يستعين بكافة الوسائل والأساليب الخاصة بجذب الانتباه إلى جوهر الفكرة ووضوحها في السياق الذي يدعمها ويؤكد معناها ودلالاتها وسهولة إدراكها بالتالي.

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 50-52.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية، مرجع سابق، ص 108.

<sup>3</sup> رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات - جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 188.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد: المدونات الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص 157-159.

- ليس شرطاً أن تقدم الأخبار أو المواضيع مكتوبة أو يتم تحريرها لأغراض القراءة فقط ولكن يجب أخذ بعين الاعتبار الوسائل المتعددة للعرض والتقديم مثل اللقاءات الصوتية مع الأطراف الفاعلية أو المشاركين، أو صور الفيديو للحدث وتطوراتها.

- مستخدم المواقع الصحفية أو المتلقي في العملية الإعلامية هو القارئ والمشاهد والمستمع معا وإذا كان لكل عملية من العمليات السلوك الاتصالي الخاص بها، فإن المتلقي في الصحافة الإلكترونية ينظم وقت التعرض إلى كل ذلك معا وفي إطار طقوس جديدة تعتمد على التجول الحر والاختيار من بين الوسائل أو بين محتواها المكتوب أو المسموع أو المشاهد، ولذلك فإن توظيف الوسائل المتعددة في عرض المحتوى بأنواعه يجب أن يرتبط بداية بالوقت المتاح للقرار الخاص بالاختيار ثم احتمالات التجول، ويرتبط أيضا بطقوس الاستخدام والتعرض وعلاقتها بتأثيرات الاستغراق في التعرض.

- تعتبر المواقع الصحفية على الشبكة تجسيدا لتأثيرات الوسيلة على المحتوى وبالتالي فإن سعة المادة المتاحة وتعدد المصادر وطرق الإتاحة والتوصيل لا تعني أن نقدم كل ما هو متاح ولكن نضع في اعتبارنا عند التحرير والكتابة والعرض والتقديم توظيف الروابط والوصلات بين الأجزاء لإتاحة الحرية للمتلقي في الاختيار والتجول والسيطرة على الوقت وظروف التعرض إلى هذه المواقع.

- تعني حرية الاختيار والتجول بين المواضيع أو بين الأجزاء والمصادر ذات العلاقة، أو الوسائل المتعددة من خلال الوصلات والروابط، أن يتصدر الصحيفة الصفحة الرئيسية أو ما تسمى واجهة تفاعل المستخدم، التي تعتبر دليلا للاختيار والتجول ويعتبر تنظيم هذه الصفحة وبنائها المهمة الأولية للكتابة والتحرير باختيار موجهات التفاعل اللفظية أو الرسومية ذات الدلالة على المواضيع أو الأجزاء أو الصفحة، وحتى الأدوات باعتبارها أحد العمليات الأساسية في الكتابة والتحرير قبل اعتبارها شكلا دالا على الصحيفة أو الموقع.

- يضع الكاتب في اعتباره أن الصفحة الرئيسية أو واجهة تفاعل المستخدم لا تحتل أكثر من العناوين الدالة وعدد محدود من الأخبار الحالية بمفهوم الفورية والتحديث، مع الاهتمام بالصورة في العرض والتقسيم.

ويرى المختصون أن الكتابة الإلكترونية تستمد خصوصيتها من خصوصية القارئ على الإنترنت الذي يقل انتباهه بشكل أسرع على المواقع الإخبارية مقارنة بوسائل الإعلام المكتوبة،



لذلك يتوجب على المحرر مساعدته حتى يجد بسرعة ما يبحث عنه من معلومات وما يشد انتباهه بشكل أطول، وذلك من خلال الالتزام بمجموعة من القواعد التحريرية هي:<sup>1</sup>

- أن يقسم المحرر المحتوى الإعلامي إلى عدة فقرات على أن لا يتجاوز حجم المادة الإعلامية أكثر من ثلاث شاشات.
- اختيار زاوية محددة بدقة.
- ترتيب المعلومات المقدمة حسب درجة أهميتها.
- تقديم المعلومة الأكثر أهمية في بداية المادة الإعلامية وترك التفاصيل والخلفيات في النهاية.
- الكتابة بشكل واضح، واقعي ودقيق.
- الاعتناء أكثر بعناصر التقديم كالعناوين والمقدمات التي تلعب دورا هاما في عملية التحرير الإلكتروني، حيث يجب أن تلخص الفكرة الأساسية للمقال من جهة، كما تعمل على لفت انتباه القارئ ودفعه إلى متابعة بقية المقال من جهة أخرى.
- الحرص على تحرير فقرات واضحة: فقرة= فكرة.
- بناء المقال بترتيبه وفق المضمون المكمل (صور، فيديو، روابط).

### 3-1-3 مراحل الكتابة الإلكترونية

يمر المحرر الإلكتروني في عملية إعداده للمواضع الصحفية عبر عدة مراحل تعد أساسية تأخذ في اعتبارها خصوصية الكتابة للصحافة الإلكترونية. وأهم هذه المراحل:<sup>2</sup>

#### 1-3-1 التخطيط

وفي هذه المرحلة يتم تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر التي ستضمونها، إذ تعتمد المواقع الإلكترونية الصحفية على فريق متكامل يتكون من الكاتب الذي يضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع، والمحرر الذي يبحث في كيفية بناء قالب الكتابة، وفريق فني يضم متخصصا في الوسائط المتعددة في عرض الموضوع بالتعاون مع المصمم، كما أن التخطيط يشمل الوصلات التشعبية التي تتيح للمستخدمين أن يقفروا من موقع معلوماتي إلى آخر فوراً.

<sup>1</sup> Yves Agnès: Manuel de journalisme -L'écrit et le numérique- édition la Découverte, 3<sup>ème</sup> édition, Paris, 2015, p 397-398.

<sup>2</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 127-128.

### 2-3-1-3 جمع المعلومات

وتتم عملية جمع المعلومات في عملية الإعداد للمادة الإلكترونية، ويجب أن يراعى فيها المستويين التاليين:

أ- مستوى سطحي (الإيجاز والاختيار والتكثيف).

ب- مستوى متعمق (التفاصيل، الخلفيات، ووجهات النظر المختلفة).

### 3-3-1-3 تنظيم المعلومات

إذ تتطلب الكتابة الإلكترونية شكلا من التنظيم يختلف عن العرض المطبوع حيث من الممكن أن يرافقها وصلات فوقية ووسائط متعددة، واستخدام خلفيات، لذا تأتي أهمية تنظيم المحتويات بشكل بسيط وواضح يُسهّل للمستخدم الاستفادة منها دون إرباك وتتضمن هذه المرحلة عنصرا مميزا ووثيق الصلة بطبيعة المادة الإلكترونية، وهو وضع مخطط شامل لهيكل المادة ككل. ويعد هذا المخطط خطوة رئيسة مهمة جدا في الكتابة الإلكترونية لأنه عبارة عن إعداد رسم يوضح تنظيم المادة، ويضم وحداتها والعلاقة بينها.

### 4-3-1-3 كتابة المادة

تشجع الكتابة الجيدة على القراءة الجيدة لها، حيث يرتبط شكل وأسلوب الكتابة بطبيعة المحتوى نفسه، ويوجد عنصران مهمان متكاملان في الكتابة الصحفية عموما هما:

✓ الأفكار المتضمنة.

✓ اللغة المستخدمة لتوصيل الأفكار.

ويتأثر بناء الموضوع وعلى الأخص المقدمة في الكتابة الصحفية التقليدية بالقاعدة الخاصة بتقديم أكبر قدر ممكن من القيم الإخبارية المثيرة للقراء، لذا يحتاج المحرر دائما للغة سليمة بجانب الهيكل الواضح للأفكار داخل الموضوع، فقراء الشبكة يريدون الخبر في مستويات، بعضهم يريد الموجز فقط، والبعض الآخر يريد التفاصيل أكثر، وعليه يفضل كتابة الخبر كاملا ولكن في فقرات إذ يميل القراء إلى التصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة المتعمقة.

### 5-3-1-3 إعادة الصياغة

وتعني حذف الكلمات غير الضرورية وحذف المعلومات ذات الأهمية القليلة، ويمكن تقديمها كوصلة للقراء الذين يريدون المزيد من المعلومات والتعمق.

### 4-1-3 الفنون التحريرية في الصحافة الإلكترونية

تختلف الفنون والأشكال التحريرية للمادة الإعلامية باختلاف الوسيلة المستخدمة في نقلها والخصائص التي تميزها، فبعدما تم تطوير الكتابة التحريرية لوسائل الإعلام السمعية البصرية التي اعتمدت في بدايتها على النمط التحريري المكتوب إلا أنها بدأت تستقل شيئاً فشيئاً بنفسها بعدما أوجدت لنفسها خصائص تحريرية تميزها عن الصحافة المكتوبة، ها نحن نعيش حقيقة الإعلام الإلكتروني الحديث الذي يحاول تكييف الفنون التحريرية الإعلامية بما يوافق شبكة الإنترنت وخصوصية المواقع الإلكترونية، وهو ما نلاحظه من خلال إضافة صفة "الإلكتروني" كتسمية جديدة للأنواع الصحفية والتي يأتي تقديمها كالاتي:

#### 1-4-1-3 1-4-1-3 الخبر الإلكتروني

يشير مفهوم الخبر الإلكتروني إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المختلفة على مدار الساعة، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكّن من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزويده بالصور والخلفيات، بالإضافة إلى ربطه بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات.<sup>1</sup>

وبالنظر لتعدد العملية الإخبارية وتعدد جهات النظر إلى مفهوم الخبر في ضوء المعطيات العصرية الجديدة، وما أفرزته صناعة الأخبار التي تمر بمرحلة حاسمة من التطور، فقد تدارس علماء الإعلام ومحررو الأخبار والباحثون الإعلاميون واقع الخبر في ظل المنافسة والتحول الثقافي والاقتصادي والسياسي الذي يشهده العالم اليوم. ويقول الدكتور محمود علم الدين: "إن الهدف الأول للصحيفة ليس الحصول على الخبر، بل الوصول إلى الخلفيات والتفاصيل والأسباب التي يمكن من خلالها فهم الخبر واستيعابه ووضعها في إطاره الأمثل".<sup>2</sup>

ورغم الأصول الصحفية والإذاعية للأخبار الإلكترونية على أساس أن غالبيتها مستمد من الصحف الورقية ونشرات الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء إلا أنها تتميز عن نظيرتها الصحفية والإذاعية بما يلي:<sup>3</sup>

- تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق ص 30.

<sup>2</sup> محمود علم الدين: مدخل إلى الفن الصحفي، دار أخبار اليوم، القاهرة، 2004، ص 143-144.

<sup>3</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 31-32.

والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يقدم مزودا بكل الوسائط السابقة إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة.

- تعدد المصادر وتنوعها.
- التحديث المستمر للأخبار على مدار الساعة.
- البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري سواء داخل الموقع أو في شبكة الإنترنت.
- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام التصنيف الإلكتروني المستخدم في مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.
- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في المواقع الأخرى والتي تقدم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والأشخاص والأماكن الواردة في الخبر.
- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية التي تقدمها غالبية المواقع الإخبارية لمتصفحها.

### 3-1-4-2 التقرير الصحفي الإلكتروني

يعتبر الدكتور عبد اللطيف حمزة أن التقرير الصحفي قوة كبيرة من قوى الصحافة الحديثة، فعلى أيدي كتاب التقرير الكبار تجري أنواع من البطولات والمغامرات لا تقل عن مغامرات المخترعين وكبار العلماء، فهو فن مستقل بذاته: له خصائصه التي يمتاز بها، وله أغراضه التي يسعى إليها، وله كتابه ومحرروه الذين تهيؤوا للنبوغ فيه.<sup>1</sup>

والتقرير الصحفي هو "عرض مناقشة، أو تجمع، أو ندوة في نص إعلامي غير محدد الحجم"<sup>2</sup>

كما يعرف بأنه: "مجموع من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، كما أنه لا يستوعب الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط كما هو الشأن في الخبر، وإنما يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان، والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية للكتاب، ط 5، القاهرة، 2002، ص 344.

<sup>2</sup> Jean-Luc Martin Lagardette: Le guide de l'écriture journalistique, op cit, P98.

<sup>3</sup> ماجد سالم تريان: فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، المجلد 16، ع2 فلسطين، جوان 2012، ص 3.

ويقسم التقرير الصحفي إلى الأنواع التالية:<sup>1</sup>

#### أ- التقرير الإخباري

يقوم هذا النوع من التقارير على الوقائع والتطورات وفق تسلسلها الزمني ويتعلق بتغطية الأحداث التي يملك تطور فاعليتها أهمية إخبارية، مثل المؤتمرات والمهرجانات ومداومات المحاكم.

#### ب- التقرير الحي

لا يتابع هذا النوع من التقارير التطور الزمني للأحداث، بل يسرد الأحداث مستفيدا من الوصف سواء وصف مكان الحدث أو الزمن أو من كانوا وراء الحدث أو ضحاياه، حيث أن السرد والوصف يبعدان التقرير عن الملل، ويؤثران في الجمهور أكثر لأنهما يشعرا أنه كأنه يعيش الحدث.

وكما هو الحال في الصحافة الورقية فإن فن التقرير في المواقع الإعلامية الإلكترونية يشترط فيه مجموعة من الشروط كأن لا تتجاوز عدد كلماته 400 كلمة، والالتزام باللغة المباشرة والأسلوب البسيط الواضح، إضافة إلى استخدام المعلومات والإحصاءات لتعزيز محتواه في أقل قدر من الكلمات.<sup>2</sup>

ويقوم بناء التقرير الصحفي الإلكتروني على العناصر الآتية:<sup>3</sup>

- تمهيد عن موضوع التقرير.
- شرح الأحداث الجارية.
- خلفية عن الأحداث الماضية.
- تفسيرات وتعليقات للأشخاص المشتركين في الحدث.
- وثائق وإحصاءات في موضوع التقرير.
- مشاهد حية من قلب الحدث.
- الربط بمواقع لها علاقة بموضوع التقرير.
- نتائج الحدث أو الخلاصة.

<sup>1</sup> نصر الدين لعباضي: اقتراحات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 70.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية، مرجع سابق، ص 3.

<sup>3</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 195.

### 3-4-1-3 القصة الصحفية الإلكترونية

يرى الدكتور عبد الجواد سعيد ربيع أن: "القصة الصحفية هي قالب فني تتبارى فيه الصحف ويظهر فيه الصحفيون مقدرتهم الفنية، ويتفاوتون تفاوتاً كبيراً في صياغته، وللقصة الصحفية أصول عند أهل الحرفة قلما يتعدّوها إلى غيرها، وقلما يتصرفون تصرفاً ظاهراً في بعضها، ومن هنا كان الفرق كبيراً بين الكتابة الأدبية الخالصة والكتابة الصحفية الخالصة"<sup>1</sup>.

وتبنى القصة الإخبارية على خبر صحفي، ويشعر الصحفي أنه من الممكن أن يكتب عنها موضوعاً جذاباً، كما يبذل كاتب فن القصة مجهوداً صحفياً في كتابتها، وتحتاج أن يكتبها الصحفي الذي يتمتع بالإحساس الصحفي، حيث يستطيع أن يتنبأ بالأحداث، وأحياناً يستعين بكل الوسائل التي تعينه على كتابة القصة الخبرية في وقتها ومكانها إن أمكن، وتختلف القصة الإخبارية عما يعرف بقصص الآراء الجماعية، في أن تركيز هذا النوع من القصص يركّز على إعطاء القارئ وجهات نظر عن موضوع معاصر، وعن طريق جمع العديد من آراء الشخصيات عن موضوع ما، بينما تركز القصص الإخبارية على إخبار القارئ بما حدث، وكيف وأين ومتى، وغير ذلك من الأسئلة الإخبارية مع الاستعانة بوجهات النظر والاقتراس من التصريحات.<sup>2</sup>

وبما أن مواقع الأخبار الإلكترونية تميل إلى تقديم خيارات عديدة للقراء فإن على الكاتب أن يتجنبوا تأخير الإشارة إلى جوهر النبأ ويتفادوا الافتتاحية التي تروي قصة طريفة دون الإشارة بسرعة إلى فحوى القصة الإخبارية، ويجب أن تقدم الجملة الافتتاحية ما يقنع القارئ على مواصلة القراءة، وإلا فإنه سينتقل إلى قصة إخبارية أخرى. وتكون القصة الإخبارية الإلكترونية بشكل عام أقصر من القصص الإخبارية في الجرائد، ومن الإرشادات الجيدة بهذا الشأن قصر طول القصة الإخبارية الإلكترونية على حوالي 800 كلمة والتأكد من إبقائها ضمن صفحة واحدة، إذ ما من ضرورة تدعو لإرغامهم على الكبس على صفحات إضافية لقراءة المزيد عن القصة الإخبارية نفسها، لذلك ظهرت توصيات بتقسيم النص إلى مزيد من الأجزاء واستعمال مزيد من العناوين الفرعية والنقاط المبرزة لفصل الأفكار على نحو أكثر مما يفعلونه في الصحافة المطبوعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 88.

<sup>2</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق ص 142.

<sup>3</sup> فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 142.

ويقوم بناء القصة الصحفية الإلكترونية على عدة عناصر هي: <sup>1</sup>

- مقدمة تتضمن أكثر من زاوية إخبارية.
- معلومات لشرح وتفسير ما ورد في المقدمة.
- مادة ثانوية وعدد من الموضوعات والزوايا الإخبارية الفرعية.
- خدمات ضرورية.
- تفسير أكثر للأفكار المتضمنة في المقدمة.

### 4-4-1-3 التحقيق الصحفي الإلكتروني

إن التحقيق الصحفي هو: "مصطلح مأخوذ من اللغة القضائية، ويعني مادة أو مجموعة مواد صحفية تتناول مواضيع سياسية واقتصادية واجتماعية أنجزت انطلاقاً من وثائق مكتوبة وفي وسط الأشخاص المعنيين ذاتهم". <sup>2</sup>

كما يعرف بأنه: "بحث مُعمّق يقوم أساساً على الاستطلاع، والتقصي والشهادات الحية". <sup>3</sup> ويمتاز التحقيق الصحفي بأنه نوع من إبداع المحرر الذي يكتبه فهو يجمع بين موضوعية الخبر التي تلزم المحرر بنقل الحدث كما وقع وعدم التدخل فيه، وبالرأي وذاتية المقال أو العمود الصحفي الذي يتيح لكاتبه التعبير عن رأيه أو عن آراء الآخرين في الحدث، فالتحقيق يكشف عن الأبعاد والمناطق الخفية في الحدث، ويتضمن المعلومة والبيانات والتعليقات والآراء. <sup>4</sup>

لذا فإن التحقيق الصحفي هو أحد وسائل الصحافة لممارسة دورها التفسيري والاستقصائي، وأداء مهمتها الرقابية الكاشفة عن نواحي الاختلال والقصور في المجتمع، لذا يعتبر بأنه فن التنوير والتثقيف بأسلوب جديد، يعتمد على التحرير الصحفي والفن التصويري لتجسيد المعاني وتبسيط الحقائق مع استخدام الصور الفوتوغرافية والخرائط التفسيرية. <sup>5</sup>

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 197.

<sup>2</sup> نصر الدين لعياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفي، مرجع سابق، ص 154.

<sup>3</sup> Yves Agnès: Manuel de journalisme, Op cit, p 290.

<sup>4</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 180.

<sup>5</sup> جمال عبد ناموس: نفس المرجع السابق، ص 185.

وتتحكم عدة معطيات في أسلوب تحرير التحقيق الصحفي نذكرها فيما يلي:<sup>1</sup>

- شخصية الصحفي وتجربته.
- نوعية الموضوع الذي يعالجه التحقيق.
- نوعية الجمهور الذي يوجه إليه التحقيق الصحفي: مستواه الثقافي، اهتماماته وانشغالاته، خلفيته الحضارية.

- نوعية الوسيلة الإعلامية: إن كانت مكتوبة، أو سمعية بصرية.
- طبيعة النوع الصحفي في حد ذاته التي تتطلب تقديم الحجج والأدلة وفق تراتبية تنازلية وفق الأهمية.

ويرى الدكتور فاروق أبو زيد و الدكتورة ليلي عبد المجيد أن هناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة التحقيق الصحفي تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل وهي:<sup>2</sup>

- قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي.
  - قالب الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي.
  - قالب الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي.
- لكن مع التحديات الجديدة التي أصبح يواجهها التحرير الصحفي في عصر الإنترنت، أخذت الصحف الإلكترونية تبحث عن قوالب فنية جديدة لتحرير التحقيقات الصحفية خاصة منها الطويلة والمعقدة، سنشرحها بالتفصيل في العنصر الخاص بالقوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني.

### 3-1-4-5 الحديث الصحفي الإلكتروني

يعد الحديث الصحفي ركنا أساسيا من أركان الصحافة الإلكترونية إذ أن إجراء حوار معين مع الأشخاص سواء كان وجها لوجه أو عن طريق الهاتف، أو البريد الإلكتروني يعد طريقة أساسية للحصول على المعلومات وتقديمها إلى الجمهور على لسان أصحابها. والحديث الصحفي هو "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نصر الدين لعباضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 178.

<sup>2</sup> فاروق أبو زيد و ليلي عبد المجيد: فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 192-193.

<sup>3</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 144.



وتتنافس اليوم المواقع الإخبارية الإلكترونية على نشر الأحاديث والتحقيقات التي تجريها أو التي تنقلها عن الإذاعة والتلفزيون أو حتى تلخص معلوماتها وتقدمها للمتصفح، بحيث أصبح اليوم من الأسهل على أي حديث صحفي أجرته وسيلة إعلامية مرئية أو مسموعة أو حتى مطبوعة أن يعود إلى الإنترنت ليحصل على مادة الحديث كاملة، وقد يرافقها ملفات فيديو أو صوت أو صور فوتوغرافية.

ويمكن رصد التحولات التي تشهدها عملية إجراء الأحاديث الصحفية في الوقت الحالي فيما يلي:<sup>1</sup>  
1- تحول الصحفيين إلى فريق وسائط متعددة يضم الصحفي والمنتج واختصاصي الفيديو والمصمم، ومن ثم لن تبقى عملية إجراء وكتابة الأحاديث الصحفية عملاً فردياً وإنما هو عمل جماعي.

2- استخدام وسائل جديدة كالبريد الإلكتروني وتقنية المؤتمرات عن بعد، التي تمكن الصحفي من إجراء الحوار دون مغادرة مكتبه.

3- استخدام قوالب جديدة في تحرير الحديث الصحفي تتناسب مع الوسيلة الجديدة.  
ويجري الحديث عن قوالب كتابة الحديث في الصحيفة المطبوعة عن قوالب تقليدية انحصرت في غالبها بقالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المقلوب المتدرج، وقالب الهرم المعتدل وقالب الهرم المعتدل المتدرج، إلا أن بعض المؤلفات الحديثة تتحدث عن وجود قوالب حديثة تستخدم لصياغة الحديث الصحفي في المواقع الإلكترونية.<sup>2</sup>  
وسيتم شرح القوالب المستخدمة في تحرير الحديث الصحفي الإلكتروني في العنصر الخاص بالقوالب الفنية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية.

### 3-1-4-6 المقال الصحفي الإلكتروني

قُدِّمت عدة تعريفات للمقال الصحفي منها ما يعتبره: "مادة في جريدة أو مجلة يقدم وجهات نظر محرريها أو غيرهم من الشخصيات ويعكس ضمير الجريدة وشجاعتها واعتقاداتها".<sup>3</sup>  
ويعرف أيضاً بأنه: "الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة، وعن آراء بعض كتابها في الأحداث الجارية والقضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي، ويقوم

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: الفن الصحفي في عصر المعلومات - تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية - دار الكتاب الجامعي، العين، 2005، ص 45.

<sup>2</sup> رضا عكاشة: الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة 2005، ص 91.

<sup>3</sup> فاروق أبو زيد، ليلي عبد المجيد: فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 232.

المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها".<sup>1</sup>

وهناك تقسيمات عديدة للمقال الصحفي بعضها يعتمد على المضمون في تقسيمه، وبعض آخر على الشكل، وبعض على الوظيفة، ونعرض هنا لتصنيف جديد للمقال يمزج بين التقسيمات المختلفة كما يلي:

- المقال الافتتاحي.

- المقال القائد الموقع.

- مقال التعليق الصحفي.<sup>2</sup>

ويتمتع المقال الصحفي بخاصية النشر اليومي الثابت، ولا سيما لبعض أنواعه: كالعمود والمقال الافتتاحي مثلا، ثم إنه عادة ما ينشر في مواضع بارزة على صفحات الصحف، ويوضع له أيقون مميز في الصحافة الإلكترونية. هذا وتعتمد الصحف الإلكترونية عادة على حجم ومكانة الكتاب الذين يكتبون لها ونوعيتهم.<sup>3</sup>

### 7-4-1-3 الكاريكاتير

يعرّف الكاريكاتير بأنه عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد، هو إحداث التأثير في المتلقي في خمسة جوانب هي:

أ- تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقي أو العكس.

ب- تعديل الاتجاه السلوكي لدى المتلقي.

ج- إثارة المتلقي.

د- التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقي تراكم في تراث الرفض لظاهرة سياسية أو اجتماعية معينة.

هـ- إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية.<sup>4</sup>

وتحرص معظم الصحف على أن يكون لديها رسام الكاريكاتير الخاص بها، وأن يكون هذا الرسام من الذين يستطيعون استيعاب القضايا والشؤون اليومية، وتفرد له الصحف الإلكترونية وصلة

<sup>1</sup> نصر الدين لعياضي: اقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 108.

<sup>2</sup> فاروق أبو زيد، ليلي عبد المجيد: فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 234.

<sup>3</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 145.

<sup>4</sup> فاروق أبو زيد، ليلي عبد المجيد: فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 144.

مخصصة تعرض فيها صورته كاملة، وأحيانا تتبنى أرشيفا كاملا لما تعرضه من رسوم كاريكاتورية.<sup>1</sup>

### 3-1-5 قوالب التحرير المستخدمة في الصحافة الإلكترونية

لقد أثر التطور التكنولوجي على كافة عناصر العملية الإعلامية بما فيها الرسالة، وذلك شكلا ومضمونا، أي أن القوالب الفنية الخاصة بالكتابة الصحفية أخذت في ابتكار أشكال جديدة تتناسب وخصائص الإنترنت والصحف الإلكترونية، إذ ظهرت قوالب وأشكال تمكن من استعمال الصحافة الإلكترونية وتصفحها بشكل سهل ديناميكي وسريع.

وقد أدى انفجار المعلومات على شبكات الاتصال المختلفة وعلى رأسها شبكة الإنترنت إلى تبني الصحافة أنماطا جديدة في تحرير الأخبار فالقارئ الذي يستطيع الوصول إلى الشبكة والحصول على كم هائل من التفاصيل والمعلومات حول الحدث وخلفياته لا يقنع بالضرورة بأن تلخص له الصحيفة وقائع الحدث في شكل هرم مقلوب أو هرم معتدل، وبالتالي كان على الصحافة أن تبحث عن أنماط وقوالب فنية جديدة تمكنها من إشباع رغبة القارئ في الحصول على معلومات وافية عن الحدث، ويمكن رصد العوامل التي ساهمت في ظهور أنماط جديدة في التحرير الإعلامي في:

- 1- أن القوالب التقليدية للتحرير الصحفي لم تعد تفي بحاجات القراء ولا تواكب المستجدات المهمة في صناعة الصحافة، فقوالب مثل الهرم المقلوب والهرم المعتدل والهرم المقلوب المتدرج وغيرها، أصبحت عاجزة عن استيعاب الكم الهائل من المعلومات التي تتوافر للصحفي حول موضوع معين ولا ينتج عنها صحافة المعلومات التي تناسب عصر المعلومات.
- 2- إن الانفتاح الإعلامي أو ما يمكن أن نسميه انفجار المعلومات وظهور منافسين جدد للصحافة المطبوعة كشبكات المعلومات وشبكة الإنترنت تجبر صناعة الصحافة على مراجعة مدخلاتها ومخرجاتها ومن بين هذه المخرجات القوالب الفنية التي تصب فيها المادة الصحفية.
- 3- إن التحديات التي تواجهها الكتابة الصحفية في عصر المعلومات جعلت من الضروري البحث عن قوالب جديدة لتحرير الأخبار في المواقع الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية على الشبكة التي لا تواجه ما يسمى بقيود المساحة وقيد الزمن التي تواجهها الصحافة المطبوعة

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 199-200.

والإذاعة والتلفزيون، فالقراء المهتمين بالحدث قد يقرأون الكثير من التفاصيل كما أنهم قد يتابعون معلومات إضافية عن الحدث تقدمها لهم وصلات إخبارية أخرى داخل الموقع.<sup>1</sup>

وتجتمع الأشكال الفنية للمادة الإعلامية سواء كانت خبرا، تحقيقا أو حديثا في استعمال نفس أو بعض القوالب الجديدة، تبعا لما تفرضه أساسيات التحرير الإلكتروني، لذا سنتعرض للقوالب الفنية المستخدمة في التحرير الإلكتروني مع توضيح خصوصية كل شكل صحفي في استخدام القالب الفني المناسب له.

وأهم هذه القوالب التحريرية التي تستعمل في الكتابة الإلكترونية نجد:

### ● قالب الهرم المقلوب

يعتبر أنسب الأشكال لبناء المادة الإلكترونية، حيث يتواءم مع فكرة اللاخطية في بناء المادة، ويمكن الاستعانة والانتقال منها بعد ذلك لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسة الدالة على الموضوع، وكل منها مكتوب بشكل مستقل مع وجود علاقة لا خطية تربط كل هذه المحاور مع بعضها. وعلى الرغم من تداول استعمال الهرم المقلوب في كتابة الأخبار على الإنترنت فإن بعض الباحثين يعتبرونه غير مكافئ لإمكانيات الإنترنت، وقد تم اقتراح شكل جديد وهو "الهرم المُسقط":

وكما هو معلوم فإن الهرم المقلوب يقوم على تقنية تصعيد الأحداث الأهم في المقدمة، ثم استعراض البيانات الثانوية والاختتام بملخص، والهرم الجديد هو نتاج الاهتمام بتضمين الوصلات التشعبية في كتابة الأخبار على الإنترنت:

- مقدمة: تجيب على الأسئلة الرئيسة: ماذا؟ متى؟ من؟ أين؟

- مستوى الشرح: للإجابة على الأسئلة: لماذا؟ وكيف؟

- مستوى السياق الذي يقدم المزيد من المعلومات الإضافية سواء كانت نصا أو فيديو، أو صوتا أو "فلاشا متحركا".

- مستوى الاستكشاف: عند هذا الحد من المستوى، يمكن ربط الأخبار إما بمواد مسجلة

داخل الموقع، أو بروابط خارجية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 213-214.  
<sup>2</sup> شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 110.

## ● قالب السرد المتسلسل

يقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع صغيرة، ومن ثم يكتب بطريقة خطية سردية دون وصلات، تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى فيه وضع نهاية مشوقة لكل مقطع حتى يستأنف المستخدم قراءته، ويشار إلى أن هذا القالب يستخدم مع المواضيع ذات الصبغة القصصية أو الدرامية.

## ● قالب الكتل النصية

يقوم هذا القالب بعرض المادة على شكل وحدات أو كتل، كل منها بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بين هذه الكتل تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات (التالي) (السابق) وكل وحدة منها امتداد لما سبق، وتمديد للتالي، إضافة إلى إمكانية وجود وصلات خارجية تنقل لصفحات وموقع أخرى على الويب، ويناسب هذا القالب القصص والمواضيع التي تحتوي على عدة أحداث مترابطة بشكل منطقي، حيث تظل المادة نفسها كهيكلي خطي متتابع، وبالتالي تتطلب قراءتها خطياً حتى يمكن فهمها وإدراكها.

## ● قالب النص الطويل

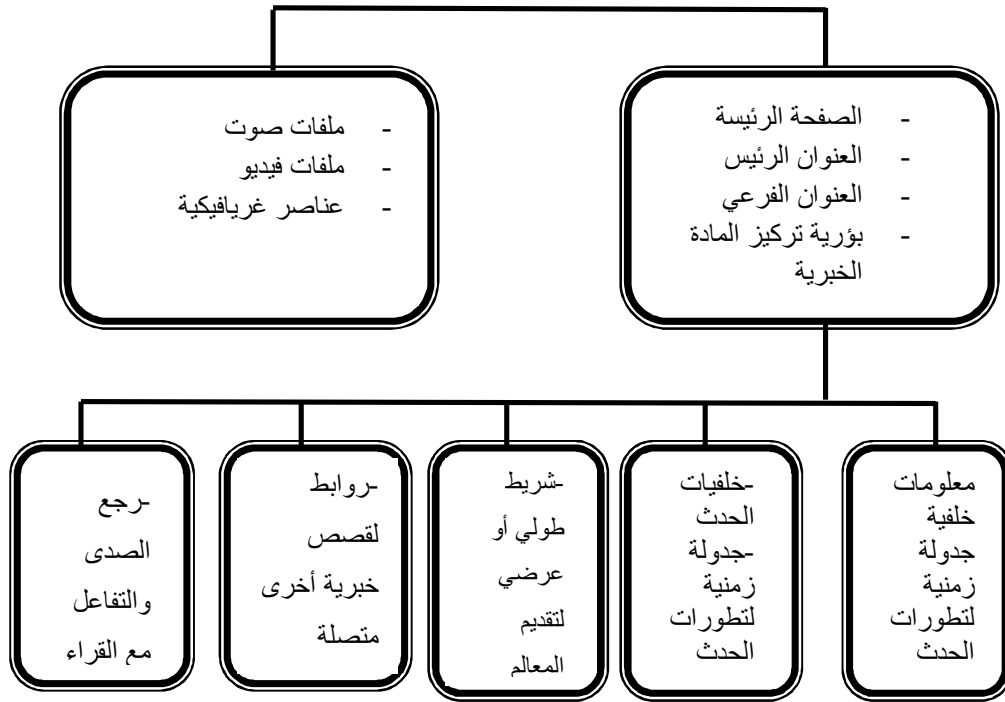
ويقوم هذا القالب على عرض المادة على شكل شاشات متتالية، بحيث يتصفح المستخدم عن طريق أشرطة وأدوات التصفح، ويستخدم هذا القالب في حالة المضمون الذي لا بد من عرضه بشكل خطي، كما يفضل إعادة كتابته مع الاختصار والتكثيف، ويمكن تقسيمه إلى وحدات أصغر مترابطة ببعضها البعض بشكل غير خطي.<sup>1</sup> كما أشار حسني نصر إلى أنواع جديدة من القوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني هي:

## ● قالب لوحة التصميم

يعد من القوالب المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، وبأخذ هذا القالب في اعتباره أن الموضوع المنشور في الصحيفة الإلكترونية يتميز عن مثيله المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط متعددة التفاعلية، ويتم في هذا القالب إدخال الصوت والصورة ورجع الصدى إلى القصة الخبرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤيو مستقبلية"، مرجع سابق، ص 243-244.  
<sup>2</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 220.

وتتألف المادة الإخبارية وفق هذا التصميم الذي درجت على استخدامه المواقع الإخبارية من إطارين موجودين على الصفحة الرئيسية للموقع، يحتوي الإطار الأول على عنوان المادة الرئيس وأهم نقطة في المادة الخبرية، وفي الإطار المقابل يتم وضع عناصر الوسائط المتعددة من مقاطع صوتية أو لقطات فيديو أو عناصر غرافيكية (رسوم بيانية أو إيضاحية، جداول...) وقد درجت المواقع الإلكترونية على تقديم ملفات الفيديو المصاحبة للمادة الإخبارية على شكل صورة للمتحدث.<sup>1</sup>



شكل (2) يوضح قالب لوحة التصميم في تحرير الأخبار.<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن نفس القالب يستعمل أيضا لكتابة التحقيق الصحفي بنفس الطريقة الموضحة في الشكل، حيث يضم القالب شكل اللوحة التي تضم في الجزء الأعلى منها إطارين رئيسيين، يضع الصحفي في الإطار الأول أو ما يسمى بالصفحة الرئيسية العنوان الرئيس والعنوان الثانوي، إضافة إلى مقدمة التحقيق وبؤرة التركيز فيه، ويضع في الإطار المقابل عناصر الوسائط المتعددة الملحقة بالتحقيق كالمقاطع الصوتية لأقوال المصادر المشاركة في التحقيق ولقطات الفيديو الخاصة بالحدث أو القضية إضافة إلى الرسوم البيانية المصاحبة، وتحت الإطار الأول يتم تقسيم التحقيق إلى أربعة إطارات فرعية، يتضمن الأول منها معلومات الخلفية عن الموضوع

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 163.

<sup>2</sup> حسن نصر سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 220.

وجداول زمني لتطور القضية موضوع التحقيق، أما الإطار الثاني فيتضمن شريطا طوليا أو عرضيا لتقديم الملامح الشخصية لصناع الحدث والمصادر المشاركة في التحقيق، وفي الإطار الثالث يضع الصحفي روابط لمواضيع صحفية متصلة بموضوع التحقيق ومواقع أخرى، أما الإطار الرابع فيخصص للتفاعل مع القراء مثل استقبال التعليقات والآراء وإنشاء منتديات الحوار عن موضوع التحقيق.<sup>1</sup>

### • نمط المقاطع

• يستخدم هذا قالب في تحرير الأشكال الفنية الآتية:

### ✓ الخبر الصحفي

حيث يتناسب هذا القالب مع الأخبار المركبة والمعقدة والقصص الخبرية، حيث يقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع، والتعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل، له مقدمة، جسم وخاتمة، ويتم تقسيم الخبر إلى مقاطع وفقا لترتيب وقوع الأحداث أو وفقا للتطور الزمني للحدث، وفي بعض القصص الخبرية الشاملة نجد لكل مقطع عنوان فقرة، بحيث تكون القصة مجموعة من المقاطع الخبرية التي تشكل مجموعها قصة خبرية واحدة، ولا تجمعها مقدمة واحدة وإنما في البداية الإشارة إلى موضوع المقاطع بعامتها، وهذا هو الفرق بين قالب المقاطع وقالب الكتل النصية. ويعد هذا القالب أكثر القوالب قربا من القالب غير الطولي المعتمد على وجود وصلات في الصحافة الإلكترونية. ويفيد هذا القالب في تعادل أهمية المادة المنشورة في كل مقطع.

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 189-190.

المقطع الأول	المقطع الثاني	المقطع الثالث
مقدمة	مقدمة	مقدمة
جسم	جسم	جسم
خاتمة	خاتمة	خاتمة
المقطع الرابع	المقطع الخامس	المقطع السادس
مقدمة	مقدمة	مقدمة
جسم	جسم	جسم
خاتمة	خاتمة	خاتمة

شكل (3) يبين قالب المقاطع في تحرير الأخبار<sup>1</sup>

#### ✓ الحديث الصحفي

كما يستخدم هذا القالب في تحرير الحديث الصحفي، حيث يقسم الحوار إلى عدة مقاطع كل مقطع يستغرق جزءاً مستقلاً من الحديث، قد يشغل المقطع تطوراً زمنياً لمحور الحوار في الماضي والحاضر أو المستقبل، أو يشغل جوانب رئيسية من القضية، ويتم التعامل مع كل مقطع كما لو كان حواراً مستقلاً بحيث يكون له عنوان ومقدمة وجسم خاص.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، نفس المرجع ، ص 164.

<sup>2</sup> رضا عكاشة: الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، مرجع سابق، ص 98.



عنوان رئيسي و عناوين تمهيدية مقدمة عامة أو شخصية	
المقطع الأول	المقطع الثاني
عنوان ثانوي	عنوان ثانوي
مقدمة بسيطة	مقدمة بسيطة
جسم المقطع	جسم المقطع
المقطع الثالث	المقطع الرابع
عنوان ثانوي	عنوان ثانوي
مقدمة بسيطة	مقدمة بسيطة
جسم المقطع	جسم المقطع

شكل رقم (4) يوضح قالب المقاطع في الحديث الصحفي:<sup>1</sup>

#### ✓ التحقيق الصحفي

حيث يناسب التحقيقات الطويلة والمركبة والمعقدة والقصص المفصلة، حيث يقوم على نفس المبدأ أي تقسيم التحقيق إلى مقاطع والتعامل مع كل مقطع على أنه وحدة مستقلة لها مقدمة، جسم وخاتمة.<sup>2</sup>

#### ● نمط الساعة الرملية

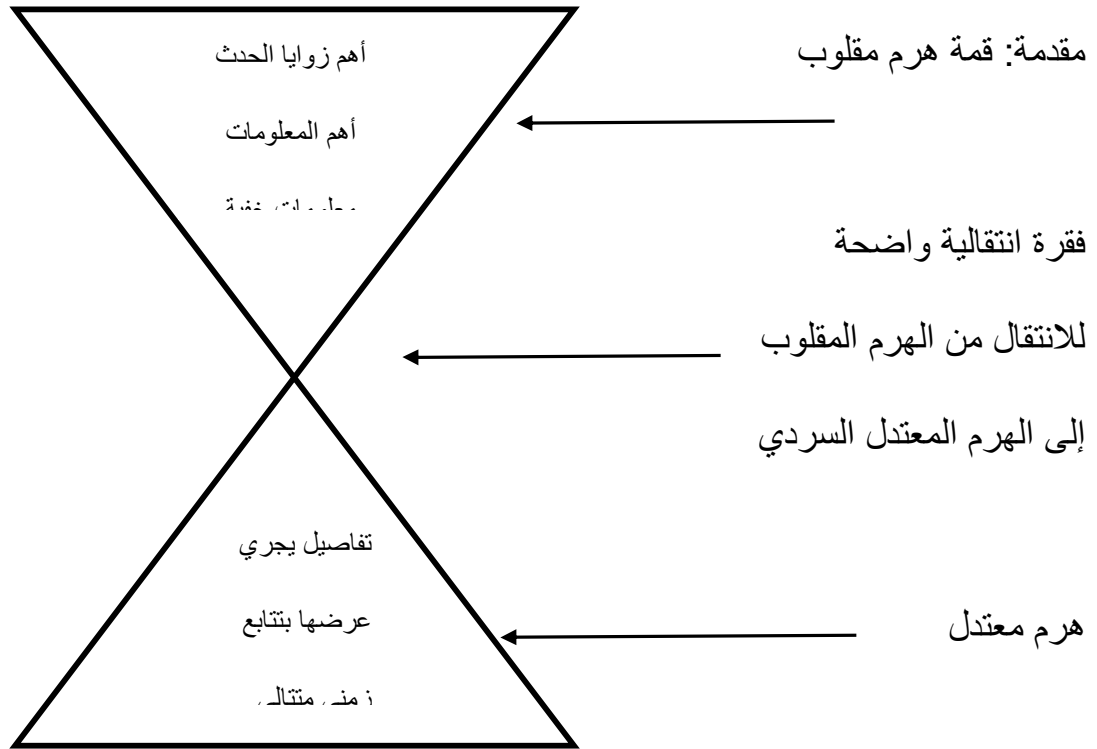
هو قالب هجين يساعد في بناء قصة خبرية مستفيدا من مزايا التكنولوجيا الحديثة، في حين يظهر محتفظا ببعض تأثير قالب الهرم المقلوب، ويرجع استخدام هذا القالب إلى الكمبيوتر المحمول (اللابتوب)، حيث يقوم الصحفي بوضع المعلومات في ملف ربما وفق الترتيب الزمني الذي يأخذ شكل الهرم المعتدل، ثم يقوم بوضع المعلومات كمقدمة هذه القصة في نمط يأخذ قالب الهرم المقلوب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رضا عكاشة: نفس المرجع السابق، ص 98.

<sup>2</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 190.

<sup>3</sup> ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 135.

ويشبه هذا القالب في بدايته قالب الهرم المقلوب، حيث يضم أهم المعلومات في أعلى الخبر، ثم يحتوي على سرد تنابعي لجزء أو بقية الخبر، ويتكون هذا النمط من مقدمة ملخصة، ثم معلومات خلفية عن الحدث، ثم عرض لأهم وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متتال للأحداث الفرعية في الخبر.<sup>1</sup>



شكل (5) يوضح قالب الساعة الرملية في تحرير الأخبار<sup>2</sup>

كما يفيد هذا القالب في تحرير التحقيق الصحفي، حيث يمكن استخدامه في التحقيقات المتصلة بالحوادث والجرائم والقصص الإنسانية الدرامية، حيث تأتي في قمة الساعة الرملية مقدمة ملخصة تجيب عن أهم الأسئلة التي تتبادر إلى ذهن القارئ عن موضوع التحقيق، وتحقق أهم مزايا قالب الهرم المقلوب في تلخيص أهم معلومات التحقيق للقارئ المستعجل، أما في الجزء الثاني فيتم إعداد القارئ للتحويل إلى الحكاية، وغالبا ما يتمثل هذا التحويل في عبارة "ويصف

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي - مرجع سابق، ص 221.  
<sup>2</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 165.

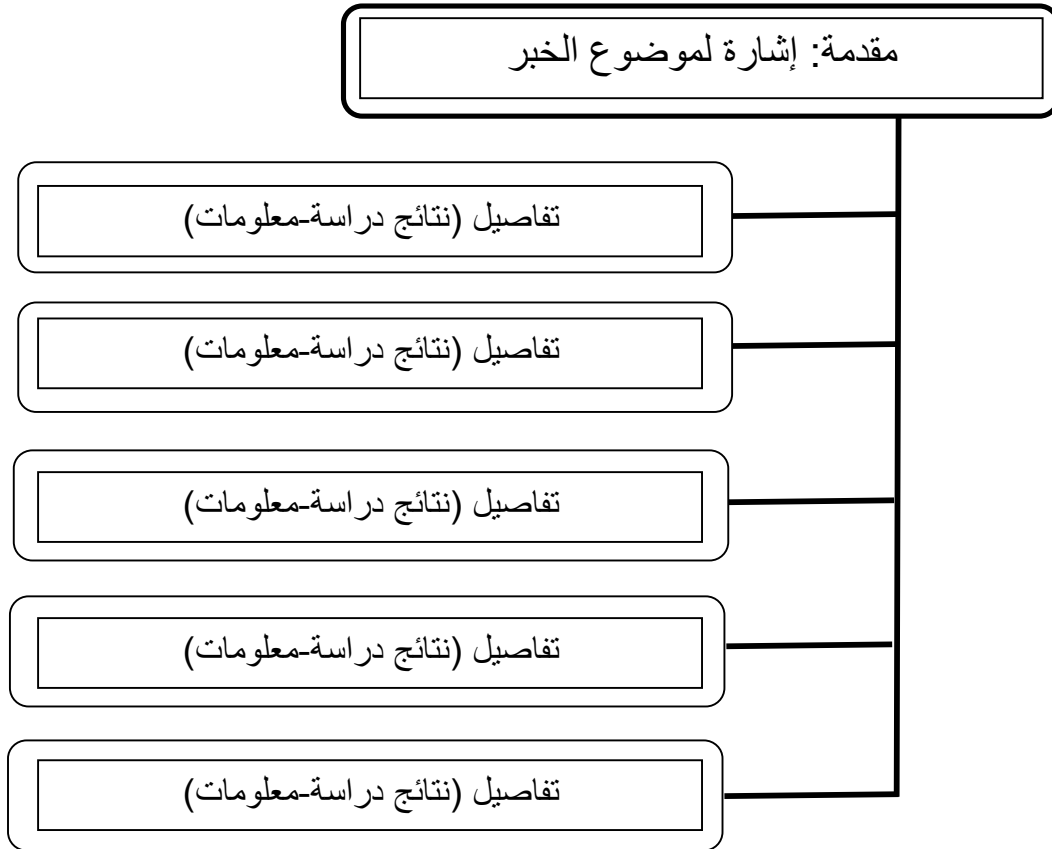
شهود عيان ما حدث... " أو "وتبدأ وقائع القضية بـ"، أما الجزء الثالث فيخصص لرواية تطور الحدث أو القضية مدعمة بالمعلومات وأقوال المسؤولين والمتخصصين والشهود وأبطال الحدث.<sup>1</sup>

### ● نمط القائمة

يصلح لكتابة الأشكال الآتية:

### ✓ الخبر الصحفي

حيث يقوم على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم (علبة معلومات) داخل الخبر، أو في خاتمته ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات ونتائج بحوث، وبرامج حكومية وتقارير اقتصادية.<sup>2</sup>



شكل (6) يوضح قالب القائمة في تحرير الأخبار.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: المرجع السابق، ص 191.

<sup>2</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 221.

<sup>3</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 166.

## ✓ الحديث الصحفي

حيث يتم ضبط قائمة أو ما يسمى أحيانا علبة المعلومات داخل الحوار، وفي هذه العلبة يشار إلى معلومات إضافية أو معلومات شخصية أو أخبار مرتبطة بالحوار، وفي الحوارات التي تتم عبر البريد الإلكتروني أو تنشر فيه فإنه يمكن وضع صورة وأصوات إضافية في علبة المفاتيح هذه، كما يتم وضع ردود الفعل من القراء أو المتخصصين (رجع الصدى) عن الحديث، وما أثاره من قضايا عن الشخصية وما أثارته من تعليقات، وقد توضع قائمة مستقلة بالعناوين الفرعية بدلا من وضعها داخل الحديث، كما يحدث في الحديث المطبوع ورقيا.<sup>1</sup>

علبة المعلومات	جسم الحديث
ت- معلومات شخصية	العناوين
ث- معلومات إضافية	المقدمة
ج- لقطات شخصية	متن الحوار
ح- صور ومراجع	.....
خ- ردود الفعل	.....
د- تعليق إلكتروني	.....
ذ- صوت عبر الإنترنت	.....

الشكل (7) يوضح قالب القائمة في الحديث الصحفي<sup>2</sup>

### • طريقة وول ستريت جورنال Wall Street Technique

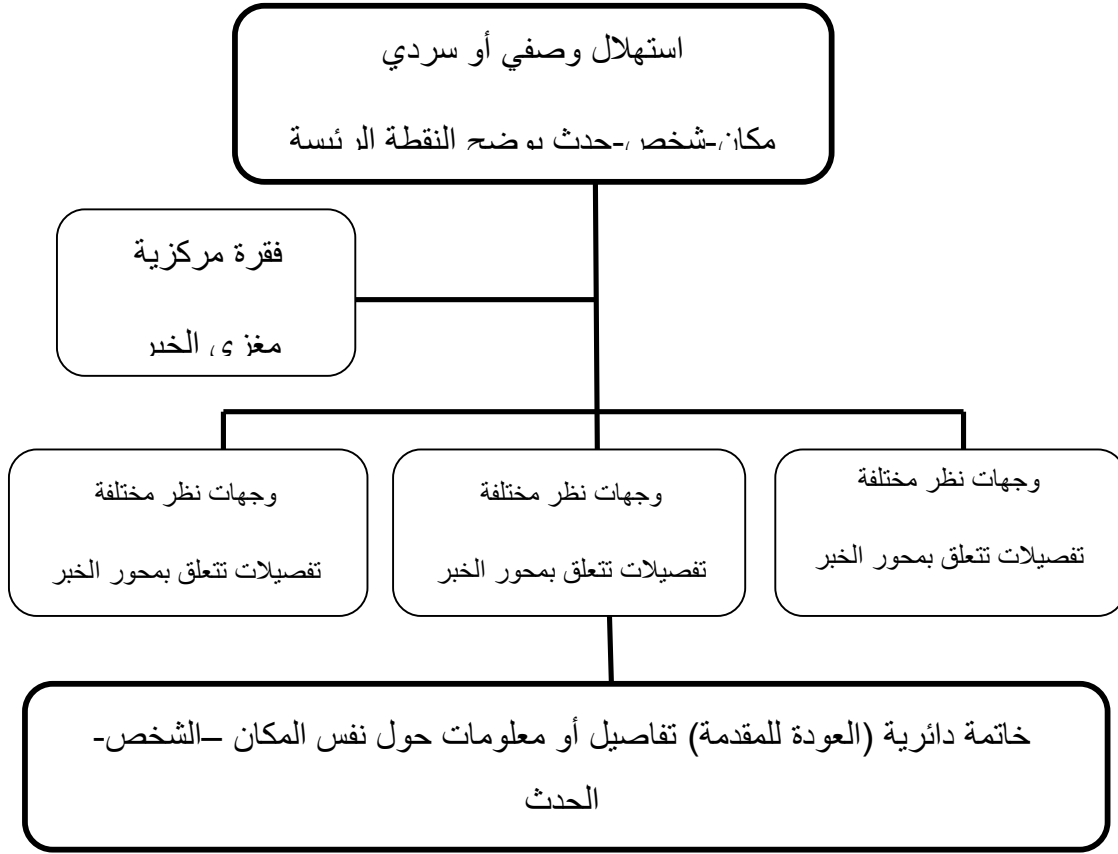
يطلق عليه بلب البندق، وينسب إلى صحيفة "ول ستريت جورنال" الأمريكية، باعتبارها أول من استخدمه في التحرير الصحفي، وما زالت تستخدمه حتى الآن ويصلح في تحرير التحقيقات والأخبار<sup>3</sup>. حيث يبدأ باستهلال خفيف حول شخص أو مشهد أو حادثة، وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام، ويبدأ بشخص أو مكان أو حدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر أو التحقيق، والاستهلال قد يكون وصفيا أو سرديا، أو مكانيا، ويتبع ذلك فقرة مركزية توضح المغزى من الخبر (التحقيق)، ثم يرتب جسم المادة الإعلامية حسب وجهات نظر مختلفة،

<sup>1</sup> رضا عكاشة: الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، مرجع سابق، ص 98.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 98.

<sup>3</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 192.

أو تفصيلات تتعلق بالمحرر، وتكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال.<sup>1</sup>



شكل (8) يوضح قالب "وول ستريت جورنال" في تحرير الأخبار والتحقيقات.<sup>2</sup>

#### • نمط الدائرة

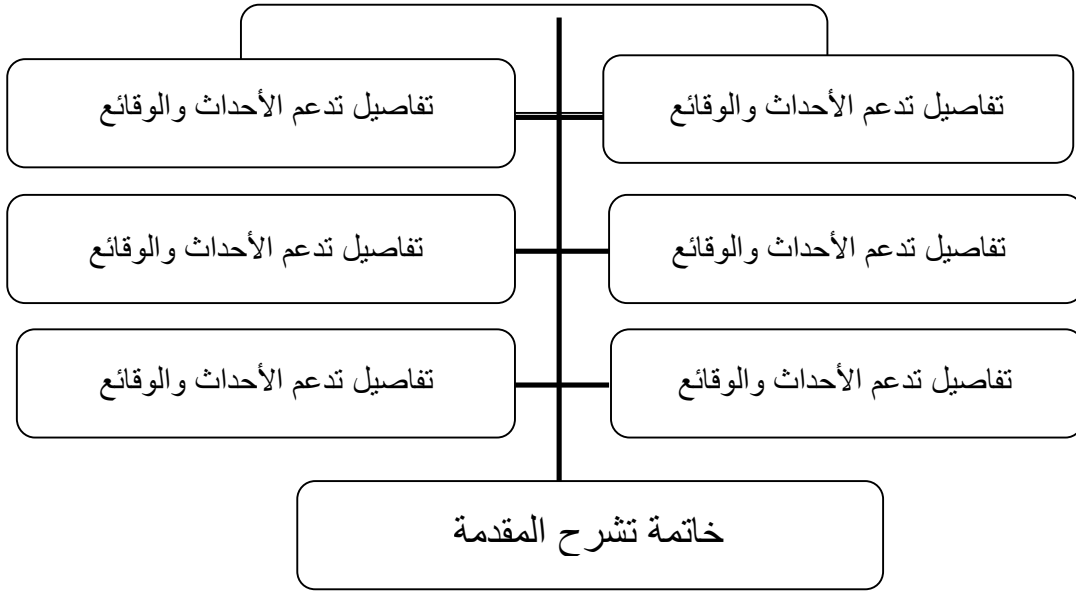
ويتم تحرير الخبر في شكل دائرة، النقطة الرئيسية فيها هي الاستهلال وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال، وفي النمط الدائري كل جزء من الخبر متساو في الأهمية، وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي - مرجع سابق، ص 221.

<sup>2</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 168.

<sup>3</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي - مرجع سابق، ص 222.

## استهلال حدث-واقعة



شكل (9) يوضح قالب الدائرة في تحرير الأخبار.<sup>1</sup>

ويصلح هذا القالب أيضا لتحرير كل من الحديث والتحقيق الصحفيين.

• **نمط فورك** The Fork Method ويقوم على:

=Focus = F النقطة المركزية.

=Order = O الترتيب.

=Repetition of Key Words =R الإعادة.

=Kiss off Technique =K الإيجاز والتبسيط.<sup>2</sup>

ويصلح لكتابة كل من الخبر والحديث الصحفيين.

<sup>1</sup> جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 167.  
<sup>2</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات -الخبر الصحفي- مرجع سابق، ص 223-224.

## • النمط غير الخطي

وهو عكس قالب الخطي الذي يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم لا يسيطر فيها القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر، ويقوم على وجود وصلات متعددة تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدونه من خلال الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر الذي يبني في صيغة مقاطع حيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات في جسمه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع. ويأخذ هذا القالب شكل الشجرة متعددة الفروع، أو شكل دائرة ذات أشعة تقود القارئ إلى عناصر الخبر من خلال وصلات النص الفائق.<sup>1</sup>

## • قالب الصورة القلمية

تشبه في عملية كتابة الحديث بكتابة المقال، وهذا الرأي يعني أن المحاور يمكن أن يصيغ مع محاوره بصورة ذاتية متداخلة تشبه مقال الرأي والانطباع، ولكن أقرب اسم يمكن أن يطلق على هذا الأسلوب من كتابة المقالات هو الصورة القلمية. وفي بناء هذا النمط من الحوارات يتم التركيز على تقديم خلفية تاريخية عن الأشخاص والوقوف على فكرة جوهرية في الشخصية والتوقف أمام السؤال: "ثم ماذا؟"، حيث يعتمد الكاتب على الجمع بين الانطباعات والاقتراسات من نوع المستوى الثاني، أي الذي تظهر فيه الانطباعات هي الأهم، ويفضل أن يكون مثل هذا القالب في حجم وسط أو صغير في حدود أربعة إلى خمسة آلاف كلمة، ويضم العناصر الأساسية التالية:

- ✓ فكرة جديرة معتمدة على زاوية مركزية.
- ✓ أسلوب شائق وصفي، كل فقرة بها شيء جديد.
- ✓ شخصية جذابة في حياتها لحظات مهمة يمكن التركيز على زاوية واحدة أو أكثر.

وقد يعتمد المتن على التتابع الزمني بمعنى أن يبدأ بالحاضر ثم يذهب إلى الماضي، ثم يرجع إلى الحاضر، وقد تكون البداية بما يقوله الناس عنه ثم بما يقوله هو ثم بما يقوله محرر الحديث.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي - مرجع سابق، ص 224-225.

<sup>2</sup> رضا عكاشة: الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، مرجع سابق، ص 98.

## 2-3 تصميم الصحف الإلكترونية

### 1-2-3 تعريف التصميم الإلكتروني

يعرّف التصميم بشكل عام بأنه: "طريقة ترتيب الأشياء"، وعليه فإن التصميم في الصحف الإلكترونية يعرف بأنه: "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة الإلكترونية".  
ويجمع الخبراء على أن هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصحف الإلكترونية والصحف المطبوعة، حيث يمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصحف الإلكترونية، ويرى آخرون أن 80% من قواعد تصميم المطبوعات يمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية، وخاصة ما يتعلق باستخدام الألوان والفراغات والهوامش والتباين، وهو ما يؤدي إلى تشابه جوانب التصميم إلى حد ما، إلى جانب عناصر أخرى جديدة خاصة بالإصدارات الإلكترونية مثل: الوصلات، وآليات التجوال، حيث يسعون لتحقيق القيم الأساسية نفسها المطلوب توافرها في التصميم الناجح، مثل الاتزان، التباين، التناسب، التجوال، الوحدة، التميز، والإيقاع. وقد أدى هذا التزاوج المعروف بين العناصر التقليدية المعروفة في الإصدارات الورقية المطبوعة، وبين العناصر الفريدة الخاصة ببيئة النشر الإلكتروني إلى خلق نموذج جديد خاص بترتيب مكونات الصفحة الإلكترونية التي يهدف تصميمها إلى تحقيق يسر الاستخدام والذي يعني مدى كفاءة موقع الصحيفة في عرض المعلومات واستعادتها بشكل سهل في بيئة الوسائط المتعددة.<sup>1</sup>

### 2-2-3 مبادئ التصميم الإلكتروني

يقصد بمبادئ التصميم التأثيرات السيكولوجية التي تنتج عن وضع عناصر التصميم في الصفحة وهي:

#### 1-2-2-3 التوازن

هو الإحساس باتزان وتساوي عناصر التصميم وعدم إثقال جزء من الصحيفة أو أكثر بالعناصر البنائية، في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، مرجع سابق، ص 199-200.  
<sup>2</sup> زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 42.



ويأخذ التوازن ثلاثة أشكال:<sup>1</sup>

- أ- التوازن التماثلي: ويسمى أيضا بالتوازن الشكلي، وينتج هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أصاف، أو أرباع، أو أثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال هي:
  - تماثل رأسي: يتم عندما تقسم الصفحة أو أحد أجزائها إلى نصفين أحدهما في الناحية اليمنى والآخر في الناحية اليسرى.
  - تماثل أفقي: يتم في هذا النوع تقسيم الصفحة إلى نصفين أحدهما في القسم العلوي من الصحيفة، والآخر في القسم السفلي.
  - التماثل الأفقي الرأسي: يتم في هذا النوع تقسيم الصفحة إلى أربعة أقسام متساوية.
- ب- التوازن اللاتماثلي: ينتج عن طريق تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية، وذلك من خلال وضع صورة كبيرة متجاوزة مع مجموعة من الصور الصغيرة، ويفيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة، ويمكن من خلال هذا المبدأ أن يخلق المصمم الإحساس بالحركة والتوتر، والفرح والإثارة والغضب.
- ج- التوازن الإشعاعي: يقصد بالتصميم الإشعاعي أن هناك نقطة مركزية عوضا عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها العناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب يجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها، ثم ينطلق منها إلى بقية العناصر البنائية، ويشبه التوازن الإشعاعي حركة الإلكترونات حول النواة، كما أن حركة الاتزان الإشعاعي لا تقتصر في الحركة الدائرية، بل يمكن أن تأخذ شكل الحركة اللولبية، حيث يكون هناك أكثر من نقطة مركزية يدور حولها بصر القارئ.

### 3-2-2-3 الوحدة

وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام، من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاوزة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها.

<sup>1</sup> محمود حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية، مرجع سابق، ص-ص 238-241.

ويمكن تقسيم الوحدة إلى نوعين هما:

### النوع الأول وحدة الموضوع

ويقصد بها كل موضوع يظهر كأنه منفرد عن بقية المواضيع، وذلك من خلال تمييزه بسمه معينة قد تكون نوع الخط أو الشكل الذي يحتويه، كأن يكون شكلا مربعا، أو مستطيلا، أو لون نصوصه، أو أن تكون أوضاعه مختلفة عن بقية المواضيع الموجودة في الصفحة.

### النوع الثاني وحدة الصفحة

ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات المواضيع الفرعية بعضها ببعض، حيث أن وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكن تؤكد لها، فيمكن أن تكون وحدة عامة تربط بين وحدات المواضيع مثل: حجم الخط أو نوعه، وفي الوقت نفسه يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييزه بلون معين.<sup>1</sup>

### 3-2-2-3 الحركة

وهي الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك المشاهد خلال صفحة الويب مراعاة مجموعة من الاعتبارات أهمها:

- ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط.
- ضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة حتى لا تتحرك العين حركة عشوائية، وعليه يجب أن تكون العناوين أولا ثم الصورة ثم تليها الروابط.
- ضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة.
- وعليه فإن الحركة في التصميم لها مجموعة من الخصائص أهمها:

#### أ- الاتجاه

يأخذ اتجاه حركة العين على الصفحة أحد الأشكال الآتية:

- من اليمين إلى اليسار أو العكس: يظهر هذا النوع عادة في القراءة في اللغة العربية تتحرك العين من اليسار إلى اليمين، والعكس بالنسبة للغة الإنجليزية أو الفرنسية.
- من أعلى إلى أسفل: أو العكس تظهر هذه الحركة عادة عند ترتيب مجموعة من الصور بطريقة رأسية على الصفحة.
- من الأمام إلى الخلف: أو العكس وتحدث هذه الحركة عادة في الرسوم ثلاثية الأبعاد لتساعد العين على إدراك العمق أو البعد الثالث.

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 208-209.

## ب- المعدل:

يقصد بمعدل الحركة سرعة أو بطء حركة العين في إدراكها للأشكال، ويقسم إلى ثلاثة

أنواع:

- حركة سريعة تحدث عند الانتقال من صورة إلى أخرى أ, من عنوان موضوع إلى آخر.
- حركة متوسطة: تحدث عند الانتقال من سطر أو من عمود إلى آخر.
- حركة بطيئة: تحدث عند الانتقال من حرف لآخر ومن كلمة لأخرى أو من أحد تفاصيل الصورة إلى غيره من تفاصيل نفس الصورة.

## ج- النوع:

يقصد به الطريقة التي تسلكها العين في إدراكها للأشكال المصفوفة على الصفحة وتأخذ هذه

الأشكال:

- حركة مرسومة طوليا: تحدث عند تحريك العين لقراءة سطر معين مكتوب بطريقة أفقية.
- حركة متأرجحة بين اليمين واليسار: تحدث عند الانتقال من موضوع، أو من صورة، أو من عنوان، أو من سطر إلى آخر.
- حركة دائرية: تحدث عند وضع بعض العناصر البنائية الثقيلة التي تتمتع بجذب بصري مثل الصور والعناوين بشكل دائري على أطراف الصفحة فتقوم العين المرور عليه بشكل دائري.

## 4-2-2-3 التباين

هو التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة مثل التبادل بين الإضاءة والظلام، الدفء والبرودة، كما يعرف بأنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة مجاورة لبعضها البعض، ويساعد التباين في تنسيق المعلومات في الصفحة، فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد القارئ في انسيابية الرؤية موضحا المسالك التي يمكن أن تتوجه إليها العين عبر الصفحة، وتوجد أنواع من التباين: كالتباين بين الأحجام الكبير والصغير، التباين بين القيم (الإضاءة والإظلام)، تباين الألوان، تباين الأشكال الذي يتحقق عن طريقين: الأول عن طريق استخدام الاتجاه (الأفقي والرأسي)، والثاني عن طريق استخدام الأشكال الهندسية المستطيلات، المربعات والدوائر.

### L'Alignement المحاذاة 5-3-2-3

تشير إلى الطريق التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة، وهي نوعين: محاذاة أفقية: أي محاذاة النصوص من ناحية اليمين، أو اليسار، الوسط، أو الضبط (Justifié). محاذاة عمودية: تلجأ بعض الصحف إلى الاتجاه العمودي لتقديم أشكالها المرئية.

### 6-3-2-3 التناسب

يشير إلى تناسب الأحجام من جهة، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من جهة أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة أشكالاً مختلفة أهمها:

- تناسب حجم حروف النصوص وتعني تناسب حروف المتن مع المقدمة والعناوين الفرعية.
- التناسب في حجم الأعمدة مع بعضها البعض ومع المواد التي تحتوي عليها.
- التناسب في مساحة الصور التي يجب أن تتناسب مع بعضها البعض ومع الموضوع الذي يجب أن تعرض له.<sup>1</sup>

### 7-3-2-3 الإيقاع

وهو تكرار عناصر التصميم مثل الخطوط والأشكال والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم حيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، وعادة ما يرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والعمودية فهو يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون.<sup>2</sup>

### 3-2-3 عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية

يمكن تقسيم عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية إلى العناصر البنائية التقليدية والعناصر أو المحددات الحديثة التي خلفتها بيئة النشر الإلكتروني، حيث تعتبر من المؤشرات الأساسية على قوة الصحيفة وقدرتها على توفير ما يسمى ببسر استخدام موقعها الإلكتروني. ويختلف تصميم واجهات الصحف الورقية عن نظيرتها في الصحف الإلكترونية التي يتعين عليها أن تقدم للمستخدم نظرة عامة وشاملة عن كل ما يحتويه الموقع من أخبار ومقالات ورسوم كاريكاتورية أو توضيحية، بالإضافة إلى الخدمات الموفرة كأحوال الطقس، وأسعار العملات والإعلانات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 42-43.

<sup>2</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 210.

<sup>3</sup> Nathalie Almar: du journal papier au journal en ligne: diversité et mutation des pratiques journalistiques – analyse comparative, thèse de Doctorat en sciences de l'information et de communication, université de la

### 3-2-3-1 العناصر البنائية التقليدية

#### أولا كتلة النص

وهي وحدة تقديم وعرض المادة المراد نشرها في الصحيفة الإلكترونية، حيث يتم تصميمها لتخاطب الذاكرة قصيرة المدى، وحينما تحتوي الكتلة على أكثر من معلومة أو جزئية للحدث يتم تقسيمها في صورة خريطة بحث، ويمكن أن تكون هذه الكتلة نصا أو جدولا أو رسما بيانيا أو خريطة، ويراعى أن توضع لكل كتلة نصية جملة تكون بمثابة العنوان لها.<sup>1</sup> ويرتبط بالنص وسهولة استخدامه العناصر الآتية:<sup>2</sup>

#### أ- نوع الخط

حيث تتيح تكنولوجيا الإنترنت لصفحة الويب أن تضع مجموعة من الخطوط في صفحاتها. وقد أوضحت الدراسات أن خط Arial يعتبر أفضل الخطوط من ناحية انقراضه، إلا أن هذه الدراسات ربطت الخط بحجمه، فقد رأت أن خط Arial أفضل في الخط الذي حجمه 14، بينما رأت أن خط Verdana أفضل في الخط الذي حجمه 12، كما توصلت الدراسة إلى أن Times New Roman هو الأسوأ، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن خط Arial هو الأفضل بالنسبة للعناوين والمقدمات، أما خط Verdana فهو الأفضل بالنسبة للنص المستمر.

#### ب- حجم الخط

اتفقت الدراسات التي تناولت الخط المثالي المعروف على شاشة الحاسوب، وترى ضرورة أن يكون هذا الخط أكبر من الخط المقدم في الكتابة الورقية، بينما اختلفت اختلافا طفيفا حول الحجم المناسب لهذا الخط. ثمة قاعدة تحكم علاقة حجم الخط في الصفحات، هي ضرورة أن تكون المقدمات أكبر من حجم خطوط المتن بمقدار نقطتين، هذه القاعدة تساعد على التدرج البصري للعين من الخط الأكبر إلى الخط الأصغر، كما أنها تساعد على تنظيم الصفحة في شكل سلس وجذاب، إلا أنه يمكن تجاوز هذه القاعدة بمقدار نقطة واحدة، فيكون الفارق بين المقدمات والعناوين نقطة واحدة، أو ثلاث نقاط لا أكثر، وحجم الخط المثالي بالنسبة للصحيفة الإلكترونية يكون في حدود 12 نقطة بالنسبة للمتن، 14 للمقدمات، وبين 14 و16 بالنسبة للعناوين.

Réunion, 2007, p 222, vu le 25-20- 2014 à 17:00 sur le site <https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/457711/filename/2007lare0001-almar.pdf>.

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، المرجع السابق، ص 201.

<sup>2</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية- مرجع سبق ذكره، ص-ص 50-62.

## ج- اتساع السطر

يمثل طول السطر أحد أصعب الإشكاليات بعد حجم الحرف التي لا يمكن الحكم بدقة قاعدة ما دون سواها، فكل قاعدة تضع لنفسها مجموعة من المعايير التي تستند إليها وأهم هذه القواعد نجد:

### قاعدة الحروف الأبجدية

التي ترى أن طول السطر المناسب هو عدد حروف اللغة بالإضافة إلى نصف هذا العدد، فبالنسبة للحروف الإنجليزية عدد الحروف المناسب هو 39 حرفاً، أي 26+13، وبناء على هذه القاعدة فالعدد المناسب بالنسبة للغة العربية هو 28+14 أي 42. قاعدة النقاط  $2\times$ : اعتمدت هذه القاعدة على ثبات عدد الحروف التي تعرض للقارئ على الشاشة، فقد رأت أن طول السطر المناسب يعتمد على حجم الخط بالنقطة، ووضعت لذلك صيغة هي ضرب حجم الحرف بالنقطة  $2\times$ ، فإذا كان حجم الحرف هو 12 نقطة فالطول المناسب هو 24 نقطة.

### قاعدة عدد الكلمات

تبنى هذه القاعدة الكثير من الباحثين، إلا أنهم اختلفوا حول عدد الكلمات المناسب في السطر، فمنهم من رأى أن عدد الكلمات المناسب من عشر إلى اثنتي عشر كلمة في السطر، لأن ذلك الإجراء يسهل على العين إيجاد السطر التالي، ويسمح بمنع ما يسمى الزيع البصري، في حين رأى أصحاب الاتجاه الثاني ضرورة ألا يزيد عرض السطر عن ثماني كلمات إلى 15 كلمة في السطر على الأكثر.

### ثانياً النصوص القيادية

هي النصوص المكتوبة بخط كبير مثل العناوين والمقدمات والتي تقود القارئ إلى المتن وهي كالآتي:

### ✓ العناوين

يعرف عبد اللطيف حمزة العنوان بأنه: "السطر أو مجموعة الأسطر التي جمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوعاً أو قصة خبرية، وتلخصها".<sup>1</sup> وللعنوان أهمية خاصة حيث أنه يشد حواس القارئ سواء بما يحمله من معلومات وآراء، أو بطريقة الإلقاء في السمع البصير، أو بطريقة كتابته في الصحافة المكتوبة، أو إيقاعه المرئي والمسموع في الكتابة الإلكترونية. ويعتبر البعض

<sup>1</sup> عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، دار هومة للطباعة والنشر، 2011، ص 88.

العنوان ركنا من أركان الإخراج الصحفي بوصفه مفردة أساسية في التكوين الجمالي وفي تشكيل شخصية المطبوع الصحفي، إنه عنصر من عناصر الانسجام، وهو عنصر يقبل التنوع بحكم تعدد أصناف الحروف التي هي مادته الأصلية. وهو يؤدي عدة وظائف أهمها تلخيص الموضوع للقارئ، إضافة إلى جذب هذا الأخير بعد إعطاء صفة جذابة للصحيفة.<sup>1</sup>

## أنواع العناوين

### 1- العناوين الثابتة

وهي التي لا تتغير من عدد لآخر أو من تحديث لآخر، وتستخدم لعرض الأبواب الثابتة للصحيفة، وعادة ما تضعها الصحيفة على شكل عناوين تتلو بعضها البعض في الجهة اليمنى للصحيفة التي تستخدم اللغة العربية، وفي الجهة اليسرى بالنسبة للصحف التي تصدر باللغات الأجنبية.<sup>2</sup>

### 2- العناوين المتغيرة

هي التي تتغير من عدد لآخر ويمكن تقسيمها إلى:

#### أ- العناوين الرئيسية

يعرف كرم شلبي في "معجم المصطلحات الإعلامية": "العنوان في الصحيفة هو السطر أو مجموعة الأسطر التي تكتب وتجمع بحروف كبيرة لتسبق الموضوع الصحفي وتشير إليه، وهو من الأجزاء الرئيسية الهامة للموضوع الصحفي، ومن ثم ينبغي أن يكون جذابا ومعبرا وملفتا لنظر القارئ".<sup>3</sup>

#### ب- العناوين الفرعية

هي التابعة للعناوين الرئيسية وتكون عادة ذات نص فائق، إلا أن حجمها عادة ما يكون صغيرا يصل إلى حجم النص المستخدم في عرض الموضوع أو الخبر. ويعرف العنوان الفرعي على أنه "عنوان صغير داخل النص". قد يستخدم في تقسيم متن الخبر إلى فقرات، أو في فصل الوقائع عن بعضها. وهو بذلك يلعب دورا كبيرا في تسهيل متابعة الرواية فيوضح النقطة الهامة في الموضوع، ويقسم الفقرات الطويلة إلى أجزاء يمكن استيعابها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، مرجع سابق، ص 92-93.

<sup>2</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية- مرجع سبق ذكره، ص 62.

<sup>3</sup> عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، المرجع السابق، ص 96.

<sup>4</sup> عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، مرجع سابق، ص 99.

## ✓ المقدمات

تزايدت أهمية المقدمات مع الصحافة الإلكترونية، فالقارئ قد يكتفي بتصفح العناوين والمقدمات لذا فهي تحتل أهمية كبيرة في البناء الفني للموضوع الصحفي.

### ثالثا الصور

يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة: "إن المعاني التي تعطيها الصور والرسوم قد تكون أقل قابلية للخطأ وسوء الفهم من المعاني التي تعطيها الكلمات المكتوبة، ثم إن الجاذبية التي تشعر بها نحو الصور تضمن إطالة التذكر للشيء الذي تعبر عنه، فالصور بمدلولها الواسع تعد بلا ريب لغة عالمية".<sup>1</sup>

تأخذ الصور التي تقدمها الصحف الإلكترونية 3 أشكال من ناحية استخدامها:<sup>2</sup>

#### 1- الصور المعلوماتية والإخبارية

وهي التي تقدم معلومات للقارئ وتتعدد أنواعها وتقسيماتها، فمنها الشخصية والموضوعية ومنها أيضا الرسوم التوضيحية المتضمنة في الرسوم البيانية والخرائط والأشكال التوضيحية والرسوم الكاريكاتورية.

#### 2- شعار الصحيفة

الذي يقدم شخصية الصحيفة ويقوم بعملية ربط بصري بين القارئ والصحيفة.

#### 3- الصور كروابط

يستخدم هذا النوع بدلا من النصوص لتقديم شكل جمالي للمستخدم.

وبهذا فإن الصورة فوتوغرافية كانت أم رقمية فهي تشكل عنصرا مهما من عناصر بنية الصحافة الإلكترونية، إذ تدخل في ركن العناصر الجرافيكية لموقع الصحيفة، وتكتسب أهميتها الكبيرة في الصحافة الإلكترونية من أهمية الوظيفة التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، فهي تقوم بالعديد من الأدوار ومنها:<sup>3</sup>

- الوظيفة التزيينية: المتمثلة في تقديم الشكل المرئي والتأكيد عليه.
- الوظيفة التصويرية: وهي التي تحتوي على العناصر المذكورة في النص.
- الوظيفية التنظيمية: المتمثلة في تصوير العلاقات بين العناصر المذكورة في النص.

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة: فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 537-538.

<sup>2</sup> حلمي محمود محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية-

مرجع سابق، ص 65.

<sup>3</sup> جمال عبد ناموس: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 202-203.



- الوظيفة التفسيرية: المتمثلة في توضيح كيفية حدوث الأشياء.

## رابعاً الألوان

يحظى الإنترنت بالعديد من الألوان فيتيح الحاسوب 256 درجة لونية لكل من الألوان الأساسية، ويمكن تقسيم الألوان الموجودة على الإنترنت إلى نوعين أساسيين:  
**النوع الأول الألوان الخلفية:** وهي التي تستخدم لملء الفراغ داخل الأشكال والجداول والرسوم الهندسية، وتكون خلفية للنصوص.

**النوع الثاني الألوان الأمامية:** وهي التي تستخدم في الخطوط والحدود والأشكال والنصوص. ويمكن أن تؤدي الألوان عدة وظائف هي:

- التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة من العناصر.
- الربط بين العناصر المختلفة باستخدام لون موحد.
- تحقيق التباين بين الخطوط الموجودة في الصحيفة.
- إسراع عملية البحث داخل النصوص الطويلة وذلك بتمييز بعض الكلمات المفتاحية في النص.<sup>1</sup>

### 2-3-2-3 النص الفائق والوسائط المتعددة (الوسائط الفائقة)

قبل الخوض في تفاصيل كل من النص الفائق أو الوسائط المتعددة تجدر الإشارة أولاً إلى المفهوم الجديد أيضاً الذي أوجدته بيئة الإعلام الجديد، ألا وهو الوسائط الفائقة فبعدها ظل الحديث طويلاً عن النص الفائق واهتمت البحوث والدراسات بماهيته وكيفية بنائه وتنظيمه، ها نحن اليوم نجد نفسنا أمام مفهوم جديد يشكل النص أحد أبعاده أو جوانبه، في حين تشكل الوسائط المتعددة أبعاده المتبقية وهو "الوسائط الفائقة".

حيث تجمع الوسائط الفائقة بين مفهوم الوسائط المتعددة والنصوص الفائقة، فهي من ناحية التعدد تعتبر وسائط متعددة، ومن ناحية النشاط والتدفق، تفيض كل وسيلة أو وسيط بمفهوم النصوص الفائقة، فتضم بجانب هذه الأخيرة، الصور الفائقة، الرسوم الفائقة، والأصوات الفائقة،... إلخ. ولذلك يمكن تعريفها على أنها نظام لتخزين المعلومات النصية، المصورة، الرسومية، والصوتية في مقاطع تصل بينها وصلات، يستخدمها المتلقي حسب الحاجة، وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قاعدة بيانات الوسائط الفائقة، التي يتم تنظيمها بنفس طرق وأساليب تنظيم النص الفائق، في العلاقة بين نقاط أو أجزاء أو روابط كل وسيلة على حدى، لذلك تعد الوسائط الفائقة تطويراً لتكنولوجيا الوسائط المتعددة من جهة، حيث يتسم عرض المعلومات

<sup>1</sup> ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، مرجع سابق، ص 263-264.

الخاصة بها بأسلوب غير خطي، يتم في مقاطع أو روابط يتفاعل معها المتلقي في التجول والاختيار، وهي من جهة أخرى تطوير للنص الفائق لأنها تشمل الصور الفائقة، والرسوم الفائقة..... إلخ.<sup>1</sup>

لذا سنتطرق لكل بعد من أبعاد مفهوم الوسائط الفائقة على حدى وبالتفصيل:

### 3-2-3-1 الوسائط المتعددة

تعددت المصطلحات لتسميتها، فبعضهم يطلق عليها مصطلح "وسائل الاتصال المتعددة"، فيما يطلق عليها آخرون "الاتصال متعدد الوسائط"، أو "الوسائط المتعددة".

وتعرف على أنها: "توافق أو تزامن باستعمال أكثر من وسيط إعلامي إلكتروني في الحاسب، والأنواع الأساسية المتاحة والوسائط الإلكترونية هي النص المكتوب، والمصور والرسم والصوت والصور المتحركة (الفيديو)".<sup>2</sup>

كما تعرف على أنها: "برامج تمزج بين الكتابة والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسوم الخطية لعرض الرسالة التي تمكن المتلقي من التفاعل معها مستعينا بالحاسوب".<sup>3</sup>

ومن خلال مراجعة التعريفات السابقة نجدها قد ركزت على العناصر التالية:<sup>4</sup>

- تعدد الوسائل، حيث أن المفهوم يرتبط بتوظيف وسيلتين أو أكثر.
- التنوع في توظيف الوسائل فلا يكفي استخدام وسيلة أو وسيلتين لمرات عديدة حتى يقال أنها وسائل متعددة.
- التكامل في التوظيف والأهداف والدلالة.
- يشير تعدد الوسائل إلى تعدد الحواس الخاصة باستقبال المعلومات في أشكال التقديم المختلفة.
- وجود قاعدة بيانات تضم ملفات هذه الوسائل سواء كانت في برنامج واحد أو برامج متعددة مع إمكانية الربط بينها في التوظيف والاستخدام.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 127.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات مرجع سابق، ص 211.

<sup>3</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 152.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 99.

## عناصر الوسائط المتعددة

تتشكل الوسائط المتعددة من اندماج عدة عناصر مع بعضها هي:

أ- **الرسوم المتحركة:** هي سلسلة صور ثابتة يتم عرضها في تعاقب ومني يؤدي إلى وهم الحركة، ويتم إنتاج صور متحركة باستخدام سلسلة إطارات مرسومة يمثل كل إطار منها لقطة<sup>1</sup>. وعلى الرغم من تعدد تقنيات الرسوم المتحركة إلا أن أكثر هذه التقنيات استخداما على الإنترنت نجد:

- **الرسوم المتحركة ذات الملفات GIF:** التي تعتمد على عدد الإطارات التي تمر في الثانية الواحدة، حيث يحتوي كل إطار على فكرة جديدة في الشكل والمضمون، ويحظى هذا النوع بميزتين هما: تدعيم كل مستعرضات الصور تقريبا، والثانية صغر حجم الملفات مما يسهل تحميلها على صفحة الإنترنت مما يضيف لها قيمة السرعة وعدم مضايقة المستخدم.

- **تقنية Shockwave Flash**

أصبحت تقنية الفلاش التي قدمتها شركة Macromedia إحدى أهم وسائل إغناء الويب نظرا لما تنتجه هذه التقنية من طرق مبتكرة لإعداد العروض التفاعلية، حيث تقوم هذه التقنية بتمثيل العناصر بواسطة علاقات رياضية تربط بين النقاط، يترتب عن ذلك اختصار حجم الملف بدرجة كبيرة، إلى جانب الدقة العالية المتحصل عليها.

- وتوجد قواعد عامة لاستخدام الرسوم المتحركة في مواقع الصحف الإلكترونية أهمها: أن لا توضع في منتصف الصفحة لأن ذلك يؤثر على مجال الرؤية، كما يفضل تقدي مراكز الانتباه القصوى والمتمثلة في الجانب الأيمن العلوي بالنسبة للمواقع العربية، والجانب الأيسر العلوي بالنسبة للمواقع الفرنسية، كما يفضل استعمال الرسوم ذات الملفات GIF إذا كانت الأيقونات أو الإطارات صغيرة، واستخدام البرامج الأخرى بالنسبة للصور الكبيرة مثل Flash أو Java<sup>2</sup>.

ب- **الصوت:** يوجد العديد من الصيغ الرقمية للصوت التي تستخدم لتسجيل وسماع الملفات الصوتية، وتستعمل في مجال الوسائط المتعددة:

- ملفات MPEG-3 والذي يعرف بصيغة MP3 بدأت هذه الصيغة عام 1994 من أشهر الصيغ الرقمية للصوت حيث تعتمد طريقة الضغط لتصغير حجم الملف.

<sup>1</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 157.

<sup>2</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية - مرجع سابق، ص 97-99.

- ملفات WAVE يعرف بصيغة الموجات للملف الصوتي Waveform Audio والتي تم تطويرها من طرف شركة IBM وميكروسوفت عام 1994، تتميز بالبساطة، جودة صوت العالية، إضافة إلى إمكانية إجراء التعديل عليها، لكنها ذات حجم كبير مما يجعلها غير قابلة للنقل عبر الإنترنت.
- ملفات Advanced Audio Coding AAC تتميز بالجودة العالية مقارنة مع MP3 تم تقديم هذه الصيغة عام 1997.
- صيغة Windows Media Audio WMA أو صوت وسائط الوينداوز تم تطويره من طرف شركة ميكروسوفت عام 1999.<sup>1</sup>
- كما توجد ملفات RA اختصارا لمشغلها Real Audio وقد أنشأت من طرف Real Networks.

### ج- الفيديو

يمكن اعتبار الفيديو سلسلة من الصور المتتالية بسرعة معينة حيث تتكون كل صورة من عدد معين من البيكسل، ويتطلب الفيديو غير المضغوط حجما كبيرا جدا يتسبب في صعوبة النقل أو التخزين عبر الإنترنت لذلك لا بد من استخدام طرق مختلفة للضغط مما يقلل من حجم ملفات الفيديو بشكل كبير.<sup>2</sup>

- وهناك عدة عوامل تتحكم في دقة وصلات الفيديو المنشورة على صفحات الويب، أهمها:<sup>3</sup>
- **معدل الإطار:** أي عدد الإطارات (الصور) المعروضة في الثانية، فكلما زاد عدد الإطارات المعروضة في الثانية الواحدة زادت جودة الصور المعروضة، ويزداد بذلك حجم ملف الفيديو، وفي الأساس يجب ألا يزيد عدد إطارات الفيديو عن 15 إطار في الثانية الواحدة كي لا يكون حجم الملف كبيرا، كما يجب ألا يقل عن 10 إطارات في الثانية الواحدة حتى لا تقل جودة الصورة المعروضة، وهذه القاعدة خاصة بشبكة الإنترنت لتحقيق سرعة العرض والتحميل.
- **مستوى الإطار:** ويقصد به عدد البيكسلات المعروضة على الشاشة من الفيديو طولا وعرضا، ولتحقيق المعادلة النموذجية يجب ألا تزيد مساحة ملف الفيديو عن 180×240، حتى لا

<sup>1</sup> كتاب أساسيات الاتصالات الرقمية -الصيغ الرقمية للصوت والصورة والفيديو- الوحدة العاشرة، ص-ص 192-195، متوفر على الموقع: [www. Book.makktaba.com/2012/12/boo-kdigital-format-for-audio-image-video.html](http://www.Book.makktaba.com/2012/12/boo-kdigital-format-for-audio-image-video.html) تم زيارة الموقع يوم 31-07-2015، الساعة 04.00.

<sup>2</sup> كتاب أساسيات الاتصالات الرقمية، مرجع سابق، ص 196.

<sup>3</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية- مرجع سابق، ص 107-108.

يؤدي ذلك إلى بطء تحميل صفحة الويب، وأن لا تقل عن 120×160 لأن ذلك يسبب عدم وضوح تفاصيل صور ملفات الفيديو المعروضة في الصحف الإلكترونية.

- **عمق الألوان:** يؤثر عمق الألوان في جودة الصورة، ويتدرج من أحادي الألوان (أبيض وأسود) إلى 32 بيت، ويخضع عمق الألوان لطبيعة المنظر المراد إبرازه، فقد يكون الأبيض والأسود أفضل إذا كان المشهد تاريخياً، أما إذا كان المشهد يتناول حدثاً دقيقاً التفاصيل يفضل استخدام عمق أعلى للألوان.

- **حساب الضغط:** يؤثر حجم الضغط المستخدم في جودة ملفات الفيديو، فمن غير المنطقي أن تبقى وصلة الفيديو بدون ضغط، لأن ذلك يجعل حجم الملف كبيراً يصعب نشره على الإنترنت، فدقيقة واحدة بدون ضغط يصل عدد الصور بها إلى حوالي 600 صورة، فضلاً عن الصوت المرافق لها. وللهرب من حجم الملفات الكبير تلجأ صفحات الويب إلى استخدام تقنيات الضغط والفك والتي تسمى Codec وهي اختصار لكلمتي Compression and Décompression وهي تقنية تقلل من عدد الإطارات المعروضة، أو من عمق الألوان، وتتدرج البرمجيات المستخدمة في الضغط والفك حسب جودتها بين قوية لا تشعر المشاهد أن هناك فرقا بين النسخة المضغوطة والأصل، وبين برمجيات ضعيفة يشعر المشاهد أن هناك إطارات مفقودة في عرض الصور، أو أن الصورة بطيئة عن الحركة الطبيعية، أو بها ظلال رمادية أو هناك اضطرابات في حركة الصورة.

**أنواع ملفات الفيديو الرقمية:** توجد عدة صيغ رقمية للفيديو أهمها:<sup>1</sup>

- **صيغة ملف Moving Picture Experts Group MPEG**

- هي أكثر الصيغ الرقمية استخداماً وقد تم تطويرها سنة 1988 من طرف خبراء الصورة المتحركة والمشكلة من قبل المؤسسة العالمية للمقاييس ISO حيث يستخدم بشكل واسع مع الإشارات التلفزيونية الرقمية والتي يتم بثها عبر الأنظمة المختلفة: الأرضية والكابل والألياف البصرية، والأقمار الصناعية، كذلك يتم تصميم أجهزة ومحطات التلفزيون ومشغلات DVD لتتعامل مع هذه الصيغة الرقمية.

<sup>1</sup> كتاب أساسيات الاتصالات الرقمية: مرجع سابق، ص 198-200.

- وأشهر الصيغ الرقمية في هذا المجال هي MPEG-4 والذي يعرف اختصاراً بـ MP4 والذي تتشابه ملفاته مع MP3 الصوتية من ناحية مبدأ العمل لكن مع زيادة في الصعوبة والتعقيد، وذلك لصعوبة الإشارة المرئية مقارنة مع نظيرتها الصوتية، لقد تم تطوير صيغة الملف MP4 ووضع المواصفات الفنية لها على أساس الصيغة الرقمية المشهورة لشركة APPLE " Quick Time Format".

- **صيغة ملف MOV**: يعتبر من الصيغ الرقمية للتعامل مع الوسائط المتعددة والذي تم تطويره عام 1991 من قبل Apple Computer يعتبر ملف MOV من نوع متعدد الوسائط الحاوي Multimedia Container مبني على أساس نظام تشغيل الفيديو Quick Time للوسائط المتعددة لدى شركة Apple بمعنى أنه يحوي عدة مسارات تتمكن من خلالها من تخزين الصوت والفيديو والنص.

- **صيغة ملف H.263**: تعتبر من الصيغ الرقمية لضغط الفيديو على سرعات متدنية تم تطويرها من قبل الاتحاد الدولي للاتصالات ITU عام 1996 لأغراض مؤتمرات الفيديو، بعد ذلك تم إجراء تعديلات على تلك الصيغة مما سمح بزيادة السرعات. كما تم تطوير الصيغة H:264 لضغط ملفات الفيديو وهي تعرف كذلك بـ Advancing Video Coding حيث كان الهدف هو تطوير صيغة رقمية لضغط ملفات الفيديو حيث يمكن الحصول على جودة عالية تستخدم لتسجيل وتوزيع الفيديو عالي الوضوح ونقل الفيديو عبر أجهزة الجوال وعبر الإنترنت: YouTube, Adobe Flash Player, I-Tunes.

- **صيغة DivX**: تقوم الشركة العالمية DivX بإنتاج سلسلة من أجهزة الترميز وفك الترميز Codecs للفيديو حيث تعتمد الملفات هنا على التوازن بين الجودة وحجم الملف، حيث توجد نسخة مفتوحة المصدر Open Source من هذه الصيغة تسمى Xvid تتميز بالضغط العالي للفيديو مما يصغر حجم الملف مع الحفاظ على جودة عالية، تستخدم مع أنظمة التشغيل المختلفة، وتسمح بنقل الملفات عبر الإنترنت.

### 2-2-3-2-3 النص الفائق

ويسمى أيضاً النص الفيض، التشعبي، النشط...إلخ، يعتبر النص الفائق نظام لتقديم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية، يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، ويسمح للمتلقي بالتجول بين المعلومات واختيار المسارات وبناء المعنى الذي يلبي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية.

ويقوم بناء النص الفائق على دعامتين أساسيتين:

الأولى: تُجزأ المعلومات المتاحة عن موضوع معين بناء على تصنيف خاص، بحيث يلبي كل جزء من أجزاء الموضوع حاجة معرفية للقراء تختلف عن غيرها في إطار الموضوع الكلي، ويقدم تفسيرات وشروح متنوعة، وتجمع الآراء والرؤى المختلفة.

الثانية: تقسيم كل جزء إلى أجزاء فرعية تجمعها مسارات تربط بينها بحيث ينتهي كل جزء فرعي بنهايات متصلة وإن كانت غير متتابعة، تسمح للقارئ بالمتابعة أو الخروج أو الانتقال إلى جزء فرعي آخر متصل.

وتمثل الدعامتان العمليات الخاصة بتجزئ المحتوى، والربط بين الأجزاء في بناءات ذات معنى لكل قارئ، كما توفر للقارئ حرية التجول بين هذه الأجزاء والمسارات التي تربط بينها لتأكيد المعنى الذي يستهدفه القارئ أو منتج المحتوى أو الاثنان معا<sup>1</sup>.

ويقسم النص الفائق من ناحية المضمون إلى خمسة أنواع هي:

- **النص الفائق الداخلي:** هو النص الذي يحيل القارئ إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع بناء على العناوين المقدمة أمامه، وهذا النوع منتشر كل الصحف الموجودة على الإنترنت وتستخدمه في عرض العناوين التي سبق وطرحتها في صفحة البدء.

- **النص الفائق الخارجي:** يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى مواقع أخرى خارج موقع الصحيفة، حتى يستزيد القارئ من المعلومات حول حدث معين، إلا أنه يعيب هذا النوع إمكانية ربط القارئ لموقع الصحيفة الأصلي وعدم العودة له نتيجة دخوله موقع آخر.

- **النص الفائق المحلي:** يقصد به النص أو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للقارئ بالتنقل داخل الصفحة وهناك نوعان من الروابط المحلية: أحدهما يستعمل في صفحة البدء يسمح للقارئ بالتنقل داخل أرجاء الصحيفة يستخدم لعرض أكبر قدر من المعلومات والأخبار في الصفحة الرئيسية، ويكون التنقل إلى أعلى أو إلى أسفل، أما النوع الثاني فيستخدم في الصفحات الداخلية لجعل القارئ ينتقل بين ثنايا الخبر وفقا لمعلوماته حولها، حيث أن التنقل هنا يكون بين العنصر المختار وقائمة الروابط الأساسية.

- **النص الفائق والقوى الفاعلة:** يقصد به النص الفائق الذي يحيل القارئ إلى قوى فاعلة في النص، مثل الشخصيات السياسية، والفنية، الرياضية، ويفيد هذا النوع القارئ في توثيق علاقته بالقوى الفاعلة من ناحية، والاستزادة من معلوماتهم حول أحد الأخبار المهمة من ناحية

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 113-114.

أخرى، في حين يفيد الصحيفة في إبراز تميّزها والتأكيد على قدرتها في ربط القارئ بالشخصيات التي يحبها، ويتم هذا الربط من خلال تقديم مواقع القوى الفاعلة على الشبكة أو من خلال البريد الإلكتروني.

- **النص الفائق والقائم بالاتصال:** أي ربط النص بالقائم بالاتصال لخلق أداة اتصال بين هذا الأخير والقارئ، ويفيد هذا في تدعيم الصلة بين الطرفين.<sup>1</sup>

ويرى الخبراء أن نجاح أي موقع إعلامي بالنسبة للجمهور يتوقف أساساً على درجة استخدامه للنصوص الفائقة خاصة منها الخارجة والداخلية من وإلى الموقع، بمعنى آخر يرتبط بمدى قدرة الصحيفة على إيجاد موقع لها على شبكة الإنترنت والاندماج فيها، حيث أن توسيع دائرة المقرئية تختلف في الصحافة المكتوبة عنها في الإلكترونية، فالقارئ الذي يتوجه لقراءة موضوع ما على الإنترنت قد يلجأ إلى محركات البحث التي توجهه إلى الموقع الإعلامي ويعتبر بهذا المعنى قارئ غير مباشر للموقع، أي أنه يستهلك المعلومة بغض النظر عن موقع تواجدها، وهي فرصة لكسب هذا القارئ الجديد من خلال تسهيل عملية تجوله في الموقع وطلبه للمعلومات.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة مقارنة بين الصحف الأمريكية والصحف المصرية- مرجع سابق، ص 89-90.

<sup>2</sup> Jean Marie Charon, Patrick Le Floche: La presse en ligne, collection Repères, édition La Découverte, Paris 2011 p 111.



### 4-2-3 التفاعلية وأدوات التفاعل

تعتبر التفاعلية أهم سمة من سمات الإعلام الجديد، لذا يجب وضعها نصب الاعتبار أثناء عملية تصميم موقع الصحيفة، بل تتعدى ذلك إلى كونها أحد مؤشرات قوة ونجاح الموقع الإلكتروني وبالتالي الخدمة الإعلامية للصحيفة.

لذا سنتعرض لمفهوم التفاعلية، أدوات التفاعل، ومحددات قياسها في الدراسات الإعلامية:

#### 1-4-2-3 مفهوم التفاعلية

أولا يجب التطرق إلى المعنى اللغوي للمصطلح، فكلمة Interactivité مركبة في أصلها اللاتيني من كلمتين Inter وتعني "بين"، و Activus وتعني "الممارسة"، أي أن المصطلح يعني: "ممارسة بين إثنين، أي تبادل وتفاعل بين شخصين".

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل الذي يتم خلال الاتصال بين شخصين أو أكثر، وتأتي التفاعلية كأهم وأقوى الملامح المميزة للنشر الفوري وهي طريقة أو أسلوب في الاستخدام أكثر من كونها منتجا محددًا.<sup>1</sup>

وقد عُرّف الاتصال التفاعلي في دراسة McMillan and Downes سنة 1998 بأنه الاتصال الذي يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، وأن الرسائل في وسائل الاتصال التفاعلية قد تكون شخصية أو جماهيرية، وأن الاتصال التفاعلي يجب أن يكون في اتجاهين. كما اعتبر الباحث Spiro Kiausis التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا يتغير وفقا لتقنيات الاتصال، أو بناء على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.<sup>2</sup>

كما عرفها كل من Ha & James سنة 1998 بأنها: "العملية التي يمكن للمرسل والمستقبل أن يتبادلا فيها الاستجابة للرسالة الاتصالية التي يرسلها كل منهما، وهما بذلك يضعان في الاعتبار اختلاف الاحتياجات الاتصالية للمستقبل، فأحيانا ما يكتبي المستقبل بتلقي الرسالة الاتصالية غيرها، وأيضا دون الاتصال بمصدر الرسالة، وأحيانا ما يرغب المستقبل في تبادل الرسائل مع مصدر الاتصال سواء لطلب دعم تقني أو لإبداء رأيه في موقف الاتصال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ثائر محمد تلاحمة: حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 13.

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص 82.

<sup>3</sup> خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية، مرجع سابق، ص 145.

كما يوجد اتجاه تكنولوجي أيضا في تعريف التفاعلية " يرى أنها القدرة على جعل الواجهة أسهل للاستخدام من طرف الزائر". حيث وصف Alan Cooper مجالا واسعا من التفاعلية أطلق عليه "تفاعلية التصميم" وهي: "انتقاء السلوك، الوظيفة والمعلومة وتقديمها للمستخدمين"<sup>1</sup>. وفي نفس الاتجاه يرى T. Fieldman أن التفاعلية غيرت طرق الوصول والتجول في قاعدة البيانات الإلكترونية، حيث أن العملية ترتبط بالسيطرة على البرنامج سواء كانت المعلومات نصية فقط أو مشتركة مع الوسائل المتعددة، وأن الاختلاف في تصميم التفاعلية للوسائل المتعددة يضيف ثراء وتعقيدا، بما يسمح بتصميم وسائل التجول بفاعلية بين آلاف الصور، والفيديو، والنصوص، والصوت في تآلف كمصدر واحد للمعلومات، بمعنى آخر التفاعلية تقدم عنصرا حيويا إلى المعلومات الإلكترونية سواء كانت وسائل متعددة أم لا، ويظهر اهتمام الأخير بتعقيد بناء نظام التجول والاختيار من خلال أدوات خاصة بتصميم النص الفائق أو الوسائل الفائقة والتجول خلالها بحرية وسهولة وسرعة وتأثير ذلك على تصميم الأدوات الخاصة بالتفاعل مع المحتوى والتجول بين وصلاته<sup>2</sup>.

إلا أننا نرى أنه بقدر ما تسهل أدوات التفاعل التجول في المواقع واستخدامها –لأن السهولة قد ترتبط بسرعة الإبحار في الموقع وإيجاد ما يطلبه المستخدم من معلومات ثم إمكانية الرجوع إلى نقطة البداية- بقدر ما يمكن ربط التفاعلية بالعمليات الإدراكية للمتلقي وكيفية استخدامه للموقع واستجابته للرسالة.

وعلى الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أنه وفي ضوء المفاهيم السابقة، يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية اتفق عليها كثير من الباحثين وورد في أغلب هذه التعريفات:<sup>3</sup>

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الإنترنت، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل، وإنما مرسل لها في نفس الوقت الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعلية.

---

<sup>1</sup> Carrie Heeter: Interactivity in the Contents of Designed Experiences, Journal of Interactive Advertising, Vol N1; 2000; available online; [www.jiad.org/article2.html](http://www.jiad.org/article2.html)

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 63.

<sup>3</sup> شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص 80-81.

- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمضمون حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترنت.
- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل وهو اتصال يصعب فيه التمييز بين الطرفين.
- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة تعتبر أداة تفاعلية تزامنية، يشترط فيها وجود طرفي الاتصال المرسل والمستقبل في آن واحد أما البريد الإلكتروني فيعتبر أداة تفاعلية غير تزامنية، لا يشترط فيها تواجد طرفي الاتصال في نفس الوقت.
- الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل.
- سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يناسبه.
- ضرورة إدراك المشاركين أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.
- التفاعلية خاصية الوسيلة التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

### 2-4-2-3 أشكال التفاعلية وأدوات التفاعل

لقد أصبح الحكم على مدى نجاح موقع معين على الإنترنت يتعلق بما يقدمه من خدمات تفاعلية لمستخدمي الموقع ويمكن التمييز بين أربعة مستويات يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحافة الإلكترونية:<sup>1</sup>

- 1- التفاعل بين المستخدم والمحرر وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو البريد الإلكتروني.
- 2- التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين كجماعات المناقشة والنشرات الإلكترونية.
- 3- أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا وذلك حين تتاح له الإمكانية للتعليق على المادة ونشر رأيه.

<sup>1</sup> ثائر محمد تلاحمة: حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في الموقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 18.

4- التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.

وعلى صعيد آخر قدم Tim Guay ثلاثة مستويات للتفاعلية بدء من الأسفل إلى الأعلى:<sup>1</sup>

1- الإبحار: يركز هذا المستوى على المهام الأساسية للتجول داخل الموقع خلال البحث عن المعلومات، وذلك باستخدام محركات البحث والأوامر وقوائم الخيارات والروابط الفائقة، حيث تعد هذه الأخيرة ومحركات البحث من الوسائل الشائعة للإبحار داخل موقع الصحيفة من ناحية، ويعد الإخراج من العوامل الأساسية للتفاعلية من ناحية أخرى، فمن خلاله يتم الربط بين المواقع المختلفة في شكل جذاب يشعر المستخدم بمقدرته على السيطرة داخل موقع الصحيفة.

2- الوظيفية: تتم الوظيفية من خلال تفاعل المستخدم مع النظام لتحقيق إضافة، ويعتبر هذا المستوى أعلى من المستوى السابق الذي يقتصر على تقديم المعلومات إلى المستخدم في شكل جذاب إلا أنه سلبى مقارنة بهذا المستوى، وتضيف الوظيفية إلى المستخدم القدرة على التعامل مع المعلومات المقدمة له بحيث يستطيع تحقيق الأهداف التي يريدها من اتصاله بموقع الصحيفة.

3- التكيف: يعد هذا المستوى أعلى مستويات التفاعلية، حيث أنه يحقق قدرا أكبر من سيطرة المستخدم على النظام، ويسمح له بالتكيف مع المعلومات ومع المستخدمين الآخرين، فمن خلاله يمكن إضافة معلومات إلى موقع الصحيفة.

هذا وتستفيد الصحافة الإلكترونية من المزايا الاتصالية التي تتيحها شبكة الإنترنت التي توفر مجموعة من الأدوات تقسم إلى مجموعتين: تفاعلية تواصلية وتفاعلية معلوماتية وستعرض لهما بشيء من التفصيل في أدوات كل منهما:

أ- **التفاعلية التواصلية:** ويقصد بالتفاعلية التواصلية الأدوات التي تجعل المستخدم يتواصل مع الآخرين وفقا لاختياره، وتتمثل هذه الأدوات في أربعة أشكال اتصالية هي: البريد الإلكتروني، حجر التثرة، المنتديات واستفتاءات الرأي العام، ولكل نوع من هذه الأدوات الاتصالية مميزات التي ينفرد بها عن النوع الآخر، وتتشترك هذه الأدوات حول هدف محدد هو تحقيق التواصل بين كل العاملين في الصحيفة والمستخدمين، من جهة، وبين المستخدمين ذاتهم أو العاملين ذاتهم من جهة أخرى، وإدراكا للدور التواصلي لهذه الأدوات فقد أرجح المحكمون تفضيلهم للعناصر التواصلية لمجموعة من الأسباب هي:

<sup>1</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافيتين المصرية والأمريكية- مرجع سابق، ص 167-168.

- تعد الأدوات التواصلية من المميزات الأساسية لشبكة الإنترنت التي تنفرد بها عن وسائل الاتصال التقليدية الأخرى، وتعد كسبا حقيقيا للصحافة الإلكترونية مميزة إياها عن الصحافة الورقية.
  - تسهل تواصل كل من المحررين مع المستخدمين وإقامة علاقات وطيدة بينهم بعيدا عن بيئة العمل الصحفي.
  - تسهل هذه الوسائل معرفة رد فعل الجمهور إزاء أي تغطية إعلامية وقت حدوثها تقريبا.
  - تزيد هذه الوسائل من معلومات الجمهور عن التغطيات الإخبارية من خلال اتصاله بمصادر الأخبار الأصلية.
  - تقيم هذه الوسائل علاقات وطيدة بين المستخدمين بعضهم البعض من خلال تبادل الأفكار والمعلومات.
  - تجعل هذه الوسائل المستخدم على علاقة آنية بمصادر الأخبار سواء كان متواجدا بموقع الصحيفة أم لا.
- وأهم أدوات التفاعلية التواصلية نجد:

#### ✓ البريد الإلكتروني

يتصدر البريد الإلكتروني أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة، نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه، وتوفير إمكانيات تبادل المعلومات والآراء، وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت هذه الرسائل في رموز نصية أو مصورة. ومع أن هذه الأداة لا توفر التفاعل المتزامن نظرا لوجود فروق زمنية بين إرسال الرسالة واستقبالها والرد عليها، فإنها تتمتع بعدد من المزايا التي تزيد دافعية استخدامها، وأهمها سرعة تبادل الرسائل مع الأفراد مهما تباعدت المسافات، وانخفاض التكلفة، وإمكانات إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأفراد في أماكن متفرقة من العالم في نفس الوقت، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة والرد عليها في الوقت الذي يناسبه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 78.

## ✓ المحادثة أو الدردشة

تتيح الفرصة لمستخدميها لتبادل الآراء والأفكار حول المواضيع المختلفة مستخدمة في ذلك البريد الإلكتروني لإنشاء مجموعات نقاش تنسم بالعالمية وتتوفر على النظامين الآتيين:

1- **مجموعات الأخبار:** وتمثل مجموعة الأخبار أو النقاش نوعاً من اللوحات النشورية الإلكترونية، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يدخل في مناقشات مع أكثر من مجموعة حسب اهتمامه، كما يستطيع مرتجعة هذه المجموعات من حين لآخر، أيضاً تمنحه هذه الخاصية إمكانية إضافة خبر أو مذكرة وكذلك حق الرد عليها.

2- **القوائم البريدية:** تشتمل القوائم البريدية الإلكترونية على مجموعات كبيرة في مختلف المجالات لعرض الأخبار ولطرح الأسئلة، أو نشر المذكرات المختلفة، وتتم إدارة بعض هذه القوائم البريدية بصورة آلية، وإدارة بعضها الآخر عن طريق شخص يتلقى الرسائل البريدية الإلكترونية للأشخاص الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة، وتطبق على العنوان الخاص بهذه المجموعات الشروط الخاصة بالبريد الإلكتروني.<sup>1</sup>

## ✓ المنتديات

تزيد المنتديات من تفاعلية وسائل الإعلام فمن خلالها تزيد فرص التفاعل بين القراء كما يلقي مضمونها صدى لدى المستخدمين الذين يشتركون في خلفياتهم وقواعدهم المعرفية، كما أنها فرصة جيدة لتحقيق الاندماج بين المشتركين من خلال تبادل النقاش.<sup>2</sup>

## ✓ صناديق الاقتراع أو الاستفتاء

من أكثر الأدوات انتشاراً في صحف الإنترنت، التي تقوم بطرح الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات وتطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو السؤال المطروح للإجابة. وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض أو الحياد في المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل، أو في نهاية المواضيع أو الأفكار المطروحة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد نائر تلاحمة: حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت مرجع سابق، ص 22-

23.

<sup>2</sup> محمود حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية- مرجع سابق، ص 177.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: الإعلام والاتصال على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص 87.

ب- **التفاعلية المعلوماتية:** وهي الأدوات التي تمكن المستخدم من الحصول على ما يحتاجه من معلومات من موقع الصحيفة، وهي تعتبر مؤشرا قويا على مدى نجاح الصحيفة وقدرتها على إشباع حاجات المتصفح لها من معلومات، وذلك عن طريق مجموعة من الأدوات يمكن أن يستخدمها أهمها:<sup>1</sup>

✓ **محركات البحث:** يحتاج مستخدم الإنترنت إلى طريقة بحث عن المعلومات داخل المواقع سواء كانت صغيرة أم كبيرة، ونسهل محركات البحث للمستخدم الحصول على المعلومات من ناحية وتقلل الوقت المطلوب للحصول عليها من ناحية أخرى، ويتخذ البحث داخل الإنترنت عدة أشكال تختلف باختلاف مجال البحث ذاته، فمن الصحف الإلكترونية ما يوفر محركات بحث تسهل الإبحار داخل الصفحات، ومنها ما يستخدم للبحث بين الصفحات، وفي كلتا الحالتين يتم إدخال كلمة أو جملة مفاتيحية مرابطة بالمعلومات التي يرغب المستخدم في الحصول عليها، وكلما كان مجال البحث واسعا داخل موقع الصحيفة، كلما دل ذلك على قوة الموقع ذاته.

✓ **الأرشفة:** يقصد بها حفظ صفحات الصحيفة ومواضيعها بصورة منتظمة يمكن الرجوع إليها.

✓ **خريطة الموقع:** هي تقديم فهرس لصفحات الموقع على هيئة محرك بحث عن طريق استخدام الروابط الداخلية التي تقوم بهندسة المعلومات وفقا للترتيب الهرمي للمعلومات، وتستخدم الخريطة في عرض تقسيمات ومواضيع الموقع بصفة عامة، وتساعد في تصنيف الصحيفة بصورة جيدة تسهل عملية الوصول إلى المعلومات الموجودة داخل الموقع.

✓ وتعني التفاعلية الحقيقية تحكم القارئ ومشاركته في مضمون الصحيفة الإلكترونية، التي منذ بداية ظهورها تحاول توفير الأدوات والوسائل التي تسمح بمشاركة القارئ وتحكمه في مضمون الموقع وذلك بطريقة تدريجية، فبفضل القراء ومدى إقبالهم على مضمون معين يحتل هذا الأخير تصنيفا معينا على واجهة الصفحة ضمن قائمة الأكثر تفاعلا، أو الأكثر قراءة، كما يمكن لهم العكس إخفاؤه عن الترتيب، وتعد عملية تنظيم غرف الدردشة والمنتديات دعوة أخرى للقارئ لأخذ الكلمة والتعبير عن رأيه، وقد يقوم بتنظيم مشاركات القراء وتنشيطها صحفي متخصص، أو قارئ متطوع ومشارك.

<sup>1</sup> محمود حلمي محسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية-مرجع سابق، ص-ص 179-184.

✓ كما يمكن إدراج مشاركات القراء من خلال وسيلة أكثر أهمية هي المدونات التي توفرها مواقع الصحف الإلكترونية، وتدار عادة من طرف خبراء ومتقنين نظرا لأهمية مضمونها ونوعيته، وقد ذهبت بعض الصحف نظرا لأهمية القارئ كطرف من أطراف عملية الاتصال إلى تنظيم لقاءات على شكل ندوات تحريرية إلكترونية لمناقشة الخط الافتتاحي للصحيفة مع الجمهور والخبراء بشكل مباشر.

ويعتبر التعليق الوسيلة الأكثر استخداما والتي قد يكون مضمونها مادة خام تزود الصحفي بفكرة أو موضوع معين لمعالجته ويمكن على أساسها تحرير مقالات أو مواضيع إعلامية. حيث تقدم عملية إقحام الجمهور في المشاركة في إنتاج مضمون إعلامي دلالة معينة تتمثل أساسا في جذب فئة نشطة من الجمهور تهتم بالتعبير عن الرأي والبحث عن نشاطات على شبكة الإنترنت.<sup>1</sup>

### 3-4-2-3 مؤشرات قياس التفاعلية

لقد عرف العلماء والباحثون وسائل الإعلام الحديثة على أنها: "تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تسمح وتسهل التفاعلية بين المستخدمين، أو بين المستخدمين والمعلومات المقدمة، وعلى هذا الأساس اقترحت هيتير سبع ملاحظات عن التفاعلية في النظم الإعلامية هي:<sup>2</sup>

- المعلومات تختار وتطلب لا ترسل أو تقدم.
- أنظمة وسائل الإعلام تتطلب مستويات مختلفة من نشاط المستخدمين. (المستخدمون دائما في حالة نشاط إلى حد معين).
- النشاط يميز كل من المستخدم والوسيلة، فبعض الوسائل أكثر تفاعلية من الأخرى وبعض المستقبلين أكثر نشاطا من الآخرين.
- التفاعلات شخص-آلة هي شكل خاص من الاتصال.
- رجع الصدى المستمر هو شكل خاص من رجع الصدى الذي يقاس فيه سلوك المستخدم من طرف المصدر.
- التمييز بين المرسل والمستقبل غير ممكن في كل أنظمة وسائل الإعلام.
- أنظمة وسائل الإعلام تستطيع تسهيل الاتصال الشخصي، الاتصال الجماهيري، أو الاثنين معا. وعلى هذا الأساس قدمت هيتير ستة أبعاد للتفاعلية في مقياسها وهي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Jean-Marie Charon, Patrick Le Floch: La presse en ligne, Op Cit, p 112-113:

<sup>2</sup> Carrie Heeter: Interactivity in the Contents of Designed Experiences, Journal of Interactive Advertising, Vol N1; 2000; available online; [www.jiad.org/article2.html](http://www.jiad.org/article2.html).



## 1- تعدد الخيارات المتاحة

يرى مصممو الصحف الإلكترونية أن كثرة الروابط التي يضيفونها والخيارات الكثيرة التي يجب أن يبحر خلالها المستخدم في الموقع ضرورية للتفاعلية، حيث يرون أن المستخدم يخول السلطة عندما يستطيع اختيار النصوص أو الرسوم الجرافيكية، أو عندما يستطيع استقبال النصوص بلغات مختلفة يختار ما يفضله، أو إذا ما استخدم محركات البحث لإيجاد المعلومات التي يريدها، كما أن الاختيارات التفاعلية رياضياً تعرف بأنها: "نسبة نشاط المستخدم بالنسبة لنشاط النظام"، فالمستخدمون لا يبذلون مجهوداً في قراءة المعلومات التي تقدمها إليهم الصحف بطريقة آلية، بل يبذلون مجهوداً عند اختيار الصفحات والشاشات لاستعراض المعلومات، وكذلك يبذلون مجهوداً عند استخدام الحاسوب للاستفسار عن معلومات معينة من قواعد البيانات.

## 2- الاستجابة للمستخدم

يمكن للصحفي الإلكتروني أن تستخدم وسيطاً بشرياً للاستجابة لاستفسارات المستخدم، ويتحقق ذلك من خلال إجابة المحررين والعاملين بالصحيفة على أسئلة البريد الإلكتروني الخاص بمستخدمي مواقعهم، أو تستخدم وسيطاً إلكترونياً من خلال استخدام برمجيات خاصة مثل برامج المساعدة الفورية واستخدام برمجيات التعليمات.

## 3- تسهيل الاتصال الشخصي

يتم تسهيل الاتصال الشخصي عن طريق مجموعة من الأدوات، حيث تسهل عناوين البريد الإلكتروني الاتصال بين المستخدمين والعاملين في الصحف الإلكترونية، كما تجذب المنتديات وحجر الترترة القارئ وتحافظ على وجوده في موقع الصحيفة.

## 4- سهولة إضافة معلومات

تسمح بعض الصحف للمستخدمين بإضافة هويتهم وهواياتهم واهتماماتهم الخاصة، وتواريخ ميلادهم وإعلانات الزواج، وبعض الصحف تسمح للمستخدمين بتقديم مساهماتهم في القصص الإخبارية، في هذه الحالة يصبح المستخدم محورا ومن ثمة يساعد هذا الإجراء الصحيفة على توثيق علاقاتها بالمستخدم إذ تسهم في تنمية القدرة على الإبداع لديه واستكشاف مواهبه.

## 5- مراقبة نظام المستخدم

---

<sup>1</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية- مرجع سابق، ص 162-163.

تتم مراقبة نظام المستخدم عن طريق تسجيل الزائرين للموقع وتدوين أسمائهم وبياناتهم واهتماماتهم في قاعدة بيانات خاصة بالصحف، ويفيد هذه الإجراء في معرفة اهتماماتهم وخصائصهم الديموغرافية وبالتالي تتمكن من تقييم برامجها في ضوء اهتمامات مستخدميها.

الفصل الرابع  
الصحافة الإلكترونية  
الجزائرية من حيث  
المضمون

تتناول الدراسة في هذا الفصل فئات التحليل الخاصة بمضمون المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث تشمل كل من فئة أنواع المضامين، فئة المصدر، فئة المجال الجغرافي، وفئة الاتجاه والقيم، وهي الفئات التي تم عدّها وقياسها طيلة فترة الدراسة التحليلية التي شملت 14 عددا في كل من موقعي: "الشروق أون لاين" و "El Watan"، وقد تم تقسيم المادة الإعلامية وفقا للفئات الآتية: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، رياضية، إضافة إلى الإعلان الإلكتروني.

وتفيد بيانات هذا الجزء من الدراسة إلى الكشف عن مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ومجالات اهتمامها للإجابة على التساؤل الذي طرح في إشكالية الدراسة حول مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

#### 4-1- أنواع المواضيع الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية:

جدول (11) يبين المواضيع الإعلامية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"

نوع المواضيع	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
السياسية	295	23,38	160	13,63	455	18,68
الاقتصادية	92	7,29	159	13,54	251	10,30
الاجتماعية	298	23,61	303	25,81	601	24,67
الثقافية	157	12,44	147	12,52	304	12,48
الرياضية	149	11,81	101	8,60	250	10,26
إعلان إلكتروني	271	21,47	304	25,89	575	23,60
المجموع	1262	100	1174	100	2436	100

يبين الجدول (11) المضامين المختلفة للمادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية الجزائرية – عينة الدراسة- والتي تم تصنيفها وفقا لمعيار واحد هو نوع الموضوع سواء أكان سياسيا، اقتصاديا، اجتماعيا..... إلخ، بغض النظر عن مجاله الجغرافي الذي قد يكون محلي، وطني أو دولي. ويكشف لنا الجدول نسبا متقاربة بين بعض المواضيع في الصحيفة الإلكترونية الواحدة، كذلك النسبة التي حققتها المواضيع الاجتماعية في الشروق أون لاين حيث بلغت 23,61%، وهي أعلى نسبة تليها مباشرة المواضيع السياسية بنسبة متقاربة بلغت 23,38%، وهذا يدل أولا على مدى أهمية كل من المواضيع السياسية والاجتماعية في الصحيفة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يدل على أهمية المواضيع الاجتماعية التي فاقت نسبتها نسبة المواضيع السياسية خلال فترة الدراسة، في حين بلغت نسبة هذه الأخيرة في صحيفة El Watan 13,63%، أما المواضيع الاجتماعية فقد حافظت على مكانتها التي احتلتها في موقع الشروق أون لاين بنسبة 25,81%، وهي ثاني أكبر نسبة مقارنة بنسبة الإعلان الإلكتروني الذي بلغت نسبته في موقع El Watan 25,89%. ويعود احتلال المواضيع الاجتماعية هذه المكانة المعتبرة مقارنة بباقي المواضيع في الصحف الإلكترونية –عينة الدراسة- إلى الواقع الاجتماعي خاصة المحلي والوطني حيث واكبت فترة الدراسة بروز الأحداث الخاصة بالفوضى والاحتجاجات الشعبية الناتجة عن مشاكل السكن وغيرها من الخدمات الاجتماعية والصحية، إضافة إلى انتشار الآفات الاجتماعية وعلى رأسها

خاصة الجريمة، هذا ما جعل الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة تتناولها بالموضوع. أما بالنسبة للمواضيع السياسية فيختلف مركزها بين كل من موقعي "الشروق أون لاين" و El Watan التي احتلت فيها نسبة قدرت بـ 13,63%، وهذا يعكس مدى اهتمام الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بهذا النوع من المواضيع فموقع El Watan أولى أهمية للمواضيع الاجتماعية حيث تضمن أعلى قدرا من المواضيع الاجتماعية خاصة المحلية منها.

أما بالنسبة للإعلان الإلكتروني الذي احتل المرتبة الأولى في موقع El Watan والتي قدرت كما سبق وأشرنا بـ 25,89%، في حين بلغت نسبته في موقع الشروق أون لاين 21,47%، وتعود هذه النسبة إلى غلبة الإعلانات الخدمية والإدارية التي غطت الموقعين الإلكترونيين للصحيفتين.

وفيما يخص المواضيع الاقتصادية فقد بلغت نسبتها في موقع الشروق أون لاين 7,29%، أما في موقع El Watan فقد قدرت نسبتها بـ 13,54%، وهذا راجع إلى اهتمام هذه الأخيرة بمعالجة هذا النوع من المواضيع سواء كان ذلك في شكل أخبار أو تقارير أو حتى مقالات تحليلية خاصة وأن فترة الدراسة قد تزامنت مع بداية الأزمة الاقتصادية وانخفاض أسعار النفط.

كما يوضح الجدول تسجيل بعض النسب المتقاربة بين كل من موقع الشروق أون لاين، و El Watan في بعض المواضيع، كما هو مسجل في المواضيع الثقافية التي بلغت نسبتها 12,44%، و 12,52% على التوالي وهي نتيجة مقاربة تدل على احتلال هذا النوع من المواضيع الذي تغلب عليه الفنية المختلفة نفس الدرجة من الأهمية في الموقعين.

أما بالنسبة للمواضيع الرياضية فقد احتلت المرتبة الأخيرة بالنسبة لموقع El Watan بنسبة 8,60%، ونسبة 11,91% بالنسبة للشروق أون لاين، وهذا يدل على اهتمام موقع الشروق أون لاين أكثر بهذا النوع من المواضيع خاصة وأنه يعتمد في استقاءه على موقع الشروق الرياضي انطلاقا من بوابة الشروق أون لاين، لذا تحظى الأحداث الرياضية بتغطية ومتابعة دائمة ومتنوعة لمختلف الأحداث والتظاهرات الرياضية، في حين يهتم موقع El Watan بتخصيص فضاء خاص على موقعه بتغطية المواضيع الرياضية حيث ينتقي أهم أحداث الساحة الرياضية الجزائرية أو العالمية.

جدول(12) يبين المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و El

"Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع المواضيع
%	ت	%	ت	%	ت	
15,16	69	13,75	22	15,93	47	نشاطات حكومية ووزارية
11,43	52	11,88	19	11,19	33	نشاطات المعارضة
0,66	3	0,63	1	0,68	2	انتخابات
4,84	22	3,75	6	5,42	16	جيش وامن
15,82	72	10	16	18,98	56	إرهاب
3,30	15	5,62	9	2,03	6	قضايا فساد سياسي
13,85	63	26,25	42	7,12	21	عالم غربي
27,69	126	23,12	37	30,17	89	عالم عربي
7,25	33	5	8	8,47	25	علاقات دبلوماسية
100	455	100	160	100	295	المجموع

من خلال الجدول (12) الخاص بعرض مختلف المواضيع السياسية المحصل عليها بعد عملية تحليل مضمون موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، يتضح لنا أن "أحداث العالم العربي" احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 27,69%، حيث بلغت نسبة هذه الأحداث في موقع الشروق أون لاين 30,17% وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي المواضيع، في حين قدرت في موقع الصحيفة الإلكترونية El Watan بـ 23,12%، وهي ثاني أعلى نسبة بالنسبة للصحيفة الإلكترونية بعد نسبة "العالم الغربي" والتي قدرت بـ 26,25%، و يأتي ارتفاع هذه النسبة عموما نظرا لسيطرة أحداث العالم العربي على الساحة الدولية خلال فترة الدراسة، فبعد أن كانت هذه الفئة في فترات سابقة مقتصرة على أحداث العدوان الصهيوني على فلسطين، أو الاحتلال الأمريكي للعراق، نشهد الآن عالما عربيا مليئا ببؤر التوتر والحروب التي أصبحت تتصف بالأهلية مميّزتها شرارة الربيع العربي التي تنتقل من بلد لتهدد آخر كما هو حاصل في سوريا، ليبيا تونس، إضافة إلى أحداث العراق وفلسطين التي أصبحت تقليدا روتينيا له مكانته الخاصة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

وقد احتلت كل من "النشاطات الوزارية والحكومية" وموضوع "الإرهاب" نسبتيين متقاربتين في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة قدرتا بـ 15,16%، و 15,82% على التوالي،

حيث بلغت نسبة النشاطات الوزارية في جريدة "الشروق أون لاين" 15,93%، في حين قُدرت في موقع الصحيفة الإلكترونية El Watan بـ 13,75%، حيث أبدت الشروق أون لاين اهتمامها بمختلف نشاطات وقرارات الطبقة السياسية حيث تضعها في مقدمة اهتمامها من حيث أولوية النشر، فتخصص لها المواقع الإستراتيجية القادرة على لفت انتباه القارئ لتدفعه إلى متابعة محتواها، بدءا بالصور المتغيرة في واجهة الموقع، وانتهاء باستعمال الوسائط المتعددة في عرض محتوى هذا النوع من الأخبار.

أما بالنسبة لموضوع "الإرهاب" فقد بلغت نسبته في صحيفة "الشروق أون لاين" 18,98%، وهي ثاني نسبة بعد تلك التي بلغت مواضيع العالم العربي، و 10% في صحيفة El Watan، حيث اهتمت الصحيفتان بنقل وتغطية الأحداث الخاصة بهذا الموضوع وخاصة ما تعلق منها بالعمليات الإرهابية المختلفة من تفجيرات انتحارية، وعمليات اختطاف واغتيال على المستوى الوطني أو الدولي على حد سواء.

نشاطات المعارضة احتلت نسبة 11,43% في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث بلغت في صحيفة الشروق أون لاين 11,19%، و 11,88% في الموقع الإلكتروني لصحيفة الوطن، حيث تتمثل أساسا في مختلف النشاطات المنظمة من طرف الهيئات أو الأشخاص المحسوبين على المعارضة ، كالتجمعات الجماهيرية، الندوات الصحفية وغيرها من الأحداث التي اهتمت الصحافة الإلكترونية الجزائرية بتغطيتها.

ويبدو الفارق في النسب واضحا فيما يخص المواضيع الخاصة بالعالم الغربي حيث بلغت نسبتها في الشروق أون لاين 7,12%، في حين قُدرت بـ 26,25%، في موقع صحيفة El Watan، وهذا إن دلّ على شيء إنما يدل على اختلاف مجالات اهتمام الصحيفتين من حيث أنواع المواضيع، حيث تخصص جريدة El Watan مكانة معتبرة وفضاء أوسع لتغطية أحداث العالم الغربي بما فيها الملف الخاص بمعالجة السياسية الفرنسية.

أصغر نسبة كانت لفئة الانتخابات وقُدرت بـ 0,68% للشروق أون لاين، و 0,63% لجريدة El Watan، وهما نسبتان متقاربتان، ويرجع سبب تواضعهما إلى فترة الدراسة والأعداد الخاضعة للتحليل التي لم تواكب فترة حملات انتخابية.



جدول (13) يبين المواضيع الاقتصادية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El

"Watan"

نوع المواضيع	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
مشاريع وإنجازات	38	41,30	47	29,56	85	33,86
شراكة دولية	7	7,61	10	6,29	17	6,77
تنظيم قطاع العمل	2	2,17	14	8,81	16	6,37
فلاحة	10	10,87	23	14,46	33	13,15
نشاطات تجارية	7	7,61	23	14,46	30	11,95
سياحة	3	3,26	7	4,40	10	3,98
طاقة وبترو	16	17,39	25	15,72	41	16,33
فساد اقتصادي	9	9,78	10	6,29	19	7,57
المجموع	92	100	159	100	251	100

يبين الجدول (13) أهم المواضيع الاقتصادية التي تطرقت لها الصحف الإلكترونية - عينة الدراسة- حيث يظهر أن فئة المشاريع والإنجازات قد حققت أعلى نسبة بلغت في موقع الشروق أون لاين 41,30%، في حين قَدّرت في موقع صحيفة El Watan بـ 29,56%، وهذا راجع إلى طبيعة هذا النوع من المواضيع الذي فرض نفسه خلال فترة الدراسة التي شهدت محاولات لإنجاز مشاريع اقتصادية واستثمارية لتغطية ما قد يخلفه تراجع أسعار النفط في مجال الطاقة والبترو، هذه الفئة التي حققت ثاني أعلى نسبة قدرت بـ 17,39% للشروق أون لاين، و 15,72% لموقع El Watan، حيث أن فترة الدراسة شهدت بداية الحديث عن تراجع أسعار النفط واعتماد الاقتصاد الجزائري على هذه الأخيرة، مما قد يسبب أزمة اقتصادية مرتقبة بالجزائر.

كما حققت كل من فئات الشراكة الدولية، تنظيم قطاع العمل، والفساد الاقتصادي نسبة متقاربة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة، قَدّرت على التوالي بـ 6,77%، 6,37% و 7,57%، حيث بلغت نسبة فئة "الشراكة الدولية" في الشروق أون لاين 7,61% و 6,29% في موقع El Watan وهما نسبتان متقاربتان أيضاً، حيث تتضمن الفئة بعض مساعي الطبقة الاقتصادية لربط العلاقات والحصول على اتفاقيات مع جهات دولية عربية كانت أم غربية كمحاولة لإيجاد البديل عن أسعار النفط. أما فئة تنظيم قطاع العمل فقد بلغت 2,17% في الشروق أون لاين وهي أصغر نسبة، في حين قَدّرت في موقع El Watan بـ 8,81% ويرجع هذا التفاوت في النسب بين

الموقعين أولاً إلى حجم المواضيع الاقتصادية المتناول في موقع الشروق أون لان والذي يعتبر متواضعا مقارنة بفئات أخرى أو حتى مقارنة بموقع El Watan، ثم إلى طبيعة الفئة الخاصة بقطاع العمل الذي لم يشهد فترة انتعاش حقيقي، وكل ما تم تناوله في الصحافة الإلكترونية الجزائرية لم يتعد سن شروط وقوانين جديدة بعضها يضمن حقوق العامل في حين أخرى تشرح وتنظم واجباته. أما قضايا الفساد الاقتصادي فلم تخلو منها المواقع الإلكترونية حيث بلغت في صحيفة الشروق أون لاين 9,78%، في حين قَدّرت بـ 6,29% في موقع El Watan حيث تميزت فترة الدراسة بعودة الحديث عن قضية الخليفة ومحاكمة محركها الرئيسي عبد المومن خليفة، إضافة إلى قضايا فساد أخرى تتقدمها قضية سوناطراك وشكيب خليل التي لقيت اهتمام الصحافة بها نظرا لأهميتها وتأثيرها السلبي على الاقتصاد الوطني وحجم الخسائر التي كبدت وما زالت تُكَبِّد الاقتصاد الجزائري.

فئة "السياحة" حققت أصغر نسبة مقارنة بباقي الفئات وصلت إلى 3,98% في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث احتلت نفس المرتبة الأخيرة في موقع El Watan بـ 4,40%، في حين احتلت المركز ما قبل الأخير بالنسبة للشروق أون لاين بـ 3,26%، وهذا يعكس وقع الاقتصاد الجزائري الذي جعل السياحة آخر اهتمامته، حيث لا يزال هذا القطاع يعاني رغم بعض المحاولات الرسمية لتطويره إلا أنه يتطلب تضافر كل الجهود والمساعدات الوطنية لتحقيق الانتعاش السياحي.

جدول (14) يبين المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و " El

"Watan

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع المواضيع
%	ت	%	ت	%	ت	
13,64	82	14,52	44	12,75	38	مواجهات واحتجاجات
25,79	155	16,17	49	35,57	106	ظروف وآفات اجتماعية
10,82	65	8,91	27	12,75	38	حوادث
11,81	71	11,88	36	11,74	35	تربية وتعليم
10,32	62	15,84	48	4,70	14	سكن وهيئة عمرانية
13,48	81	19,14	58	7,72	23	خدمات صحية
14,14	85	13,53	41	14,77	44	خدمات أخرى
100	601	100	303	100	298	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول (14) أن أعلى نسبة تعود لفئة ظروف وآفات اجتماعية في الصحف الإلكترونية محل الدراسة بـ 25,79 %، حيث بلغت في موقع الشروق أون لاين 35,57 %، وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي الفئات في نفس الموقع، في حين قدرت بـ 16,17 % في موقع El Watan، ويرجع تحقيق هذه النسبة لاهتمام الصحافة الإلكترونية الجزائرية عموماً بتغطية المشاكل والآفات الاجتماعية التي يغلب عليها عادة الطابع المحلي ونقل الواقع المعيش للقارئ، هذا الواقع الذي غلب عليه طابع الجريمة بأنواعها مخدرات، سرقة، قتل، انتحار واختطاف، وتصويره بكل تفاصيله في شكل قصص إخبارية مشوقة تجذب انتباه القارئ، ويظهر الفرق واضحاً من خلال النسب بين موقعي الدراسة في معالجة هذا النوع من المواضيع، حيث أن موقع الوطن لا يركز ولا يضع أخبار الجريمة والآفات الاجتماعية ضمن أولويات اهتمامه، لأن التركيز على تقديم كل ما هو سلبي والاهتمام بتوصيفه للقارئ قد يؤثر سلباً على هذا الأخير.

وهذا ما تؤكد فئة الحوادث التي شملت حوادث المرور التي شهدت أعلى مستوياتها خلال السنوات الأخيرة بالجزائر، إضافة إلى بعض حوادث الانفجارات أو الحرائق... إلخ، حيث حققت نسبة 10,82 %، في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، بنسبة 12,75 % في موقع الشروق أون لاين، و 8,91 % في موقع El Watan وهي أصغر نسبة مقارنة بباقي الفئات.

في حين حققت كل من فئة "مواجهات واحتجاجات"، و"خدمات صحية" نسبة متقاربة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة قدرت بـ 13,64% و 13,48% على التوالي، حيث بلغت فئة "مواجهات واحتجاجات" في موقع الشروق أون لاين 12,75% و 14,52% في موقع El Watan وهما نسبتان متقاربتان أيضا تبررهما أحداث الفوضى والاحتجاجات الشعبية خاصة منها المحلية وما يتبعها من غلق الطرقات وتدمير المرافق العمومية قد تكون احتجاجا على نقص أو غياب الخدمات كالتمويل بالمياه أو الغاز، أو تكون عبارة عن مواجهات اجتماعية محلية مثلما حدث في أحداث غرداية سنة 2014، التي اهتمت الصحافة الجزائرية بتغطيتها.

أما فئة الخدمات الصحية فقد بلغت في موقع الشروق أون لاين 7,72% وهي نسبة صغيرة مقارنة بباقي الفئات، في حين قدرت بـ 19,14% وهي أعلى نسبة في الصحيفة، حيث تميزت الصحيفة الإلكترونية El Watan باهتمامها بأحداث القطاع الصحي سواء المحلي أو الوطني، خاصة منها المواضيع التي تتعلق بتوعية المواطنين حول أمراض أو فيروسات معينة مستعينة في ذلك بأهم القوالب الفنية التي تمكن القارئ من الحصول على أكبر قدر من المعلومات بشكل مبسط كالحديث الصحفي والمقال التحليلي ما يعكس أهمية هذه الفئة لدى موقع الصحيفة.

أصغر نسبة محققة في فئة المواضيع الاجتماعية سجّلت في فئة السكن والتهيئة العمرانية بـ 10,32% في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث بلغت في موقع الشروق أون لاين 4,70% وهي أصغر نسبة في الموقع، و 15,84% وهي نسبة معتبرة إذا ما قرناها بباقي الفئات، وتتمثل هذه الفئة في مجموع الأحداث المتعلقة بعمليات توزيع السكن أو تهيئة المحيط العمراني بالمناطق السكنية المختلفة هذا ما يفسر النتيجة المحصل عليها حيث أن فترة الدراسة لم تشهد حيوية في القطاع بل كنت النشاطات المتعلقة به محتشمة.

جدول(15) يبين المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و " El

"Watan

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع المواضيع
%	ت	%	ت	%	ت	
49,01	149	54,42	80	43,95	69	فن
21,05	64	31,29	46	11,46	18	تراث وتاريخ وحضارة
29,93	91	14,29	21	44,59	70	منوعات
100	304	100	147	100	157	المجموع

يبين الجدول (15) الذي يوضح المواضيع الثقافية التي اهتمت الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة بتحليلها، حيث بلغت نسبة فئة الفن والتي تتعلق أساسا بالنشاطات الثقافية من حفلات فنية، عروض مسرحية وسينمائية... إلخ، نسبة 49,01%، حيث قدرت نسبتها في صحيفة الشروق أون لاين 43,95%، وفي صحيفة El Watan 54,42%، وهي أعلى نسبة مقارنة بالفئات الأخرى وهذا راجع إلى الفضاء الإلكتروني الواسع الذي تخصصه الصحيفة للمواد الثقافية عموما من جهة، و إلى الطابع الفني الذي يغلب على النشاطات الثقافية من مهرجانات، ومعارض فنية وأسابيع سينمائية..... إلخ.

أما فئة "تراث، تاريخ وحضارة" فقد بلغت نسبتها 31,29 % في موقع صحيفة El Watan، و 11,46% في صحيفة الشروق أون لاين، ويتضح جليا الفارق بين النسبتين، وهذا راجع إلى اهتمام موقع El Watan بهذا النوع من المواضيع حيث تخصص له قسما كاملا لمعالجته مستخدمة في ذلك كل الأنواع الصحفية المناسبة خاصة الريبورتاج، والمقالات التحليلية.

أما فئة المنوعات فقد بلغت نسبتها في الشروق أون لاين 44,59%، و 14,29% في الصحيفة الإلكترونية El Watan، ويتضح الفارق أيضا في النسبة بين الموقعين، وهذا راجع إلى الاهتمام الكبير الذي توليه الشروق أون لاين لهذا النوع من المواضيع الذي يتضمن أساسا كل ما تعلق بالأخبار والنشاطات الإعلامية المختلفة وهو ما نجده بكثرة على الموقع الإلكتروني لجريدة الشروق أون لاين.

جدول (16) يبين المواضيع الرياضية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون لاين" و"El Watan"

نوع المواضيع	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
منتخب وطني	41	27,52	7	6,93	48	19,2
موندリアル 2014	35	23,49	11	10,89	46	18,4
رياضة محلية	31	20,81	41	40,59	72	28,8
منافسات قارية	3	2,01	11	10,89	14	5,6
أخبار المحترفين	20	13,42	13	12,87	33	13,2
رياضة عالمية	10	6,71	7	6,93	17	6,8
أخبار متفرقة	9	6,04	11	10,89	20	8
المجموع	149	100	101	100	250	100

يبين الجدول (16) الخاص بفئة المواضيع الرياضية احتلت الرياضة المحلية صدارة الترتيب بـ 72 موضوع، حيث بلغت نسبة هذه الفئة في موقع El Watan 40,59%، وهي أعلى نسبة مقارنة بالفئات الأخرى، في حين قدرت بـ 20,81% في الشروق أون لاين، وتتضمن هذه الفئة خاصة أخبار المنافسات المحلية سيما إذا تعلق الأمر بأخبار وتقارير مباريات كرة القدم مقارنة بالنشاطات الرياضية الأخرى، فيما احتلت أخبار المنتخب الوطني المرتبة الثانية بنسبة 27,52% في موقع الشروق أون لاين، و6,93%، ويظهر الفرق واضحا بين الموقعين في تناول مواضيع فئة المنتخب الوطني الذي حظي بمكانة أهم في موقع الشروق أون لاين مقارنة بموقع El Watan نفس الملاحظة بالنسبة لفئة موندリアル 2014، الذي بلغت نسبته 23,49% في موقع الشروق أون لاين و10,89% في موقع El Watan ويمكن تفسير الأمر بالإمكانات البشرية والمادية التي سخرتها الشروق لتغطية موندリアル 2014 وآخر مستجدات المنتخب الوطني حيث خصصت بعثة خاصة لتغطية الحدث، وبالتالي أعطت للحدث قدره من الاهتمام مقارنة بموقع El Watan، ويعدّ موضوع المنتخب الوطني والموندリアル من المواضيع التي تستهوي الجمهور وتدفعه إلى البحث عن آخر الأخبار والمعلومات حول الموضوع وقد كانت الشروق أكثر اهتماما بإشباع حاجات الجمهور من هذه الناحية.

الرياضة العالمية كالدوري الأوروبي وغيرها من المنافسات ذات الطابع العالمي حققت نسبتيين متقاربتين بين موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين، بـ 6,71% و 6,93% في كل من الشروق

أون لاين و El Watan على التوالي، وهذا راجع إلى إعطائها نفس الدرجة من الأهمية في الموقعين حيث يتم الاعتماد في استقاء أخبارها على وكالات الأنباء.

آخر مرتبة سجّلت بالجدول كانت لفئة المنافسات القارية التي تنظّم من حين إلى آخر على المستوى العربي أو الإفريقي، حيث بلغت في الشروق أون لاين 2,01%، و 10,89% في جريدة El Watan التي أعطت الموضوع أهمية أكبر نوعا ما من تلك التي حظي بها في موقع الشروق أون لاين من خلال حرصها على استقاء أخبارها من وكالات الأنباء.

جدول (17) يبين مواضيع الإعلانات الإلكترونية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

نوع الإعلان	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
تجارية	68	25,09	168	55,26	236	41,04
إدارية	105	38,75	8	2,63	113	19,65
خدمائية	98	36,16	128	42,11	226	39,30
المجموع	271	100	304	10	575	100

يبين الجدول (17) أن الإعلانات التجارية جاءت في المرتبة الأولى في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث بلغت 55,26% في موقع جريدة El Watan وهي أعلى نسبة مقارنة بأنواع الإعلانات الأخرى في حين قدرت في موقع الشروق أون لاين بـ 25,09%، وهي أصغر نسبة ويعود ذلك إلى اعتماد الموقع الأخير خاصة على الإعلانات الإدارية التي حققت المرتبة الأولى في الموقع بنسبة 38,75% وهي مجموع الإعلانات الصادرة عن الإدارة سواء كانت إدارة الموقع أو أي إدارة خارجية، وقد بلغت في موقع جريدة El Watan 2,63%، وهي نسبة صغيرة اقتصر على ما تعرضه إدارة موقع الصحيفة من إعلانات لجمهور القراء.

وتعد الإعلانات التجارية رهان الصحافة الإلكترونية كونها مصدر التمويل الأساسي الذي تعتمد عليه، لذا نجد أن موقع El Watan قد تمكن من الحصول على عدد معتبر من هذه الإعلانات التجارية بأنواعها فمنها ما هو خاص بالمنتجات الغذائية، ومنها ما هو خاص بالمركبات والسيارات، والمؤسسات الاقتصادية والخدمية التي تعرض خدماتها بمقابل كالفنادق والوكالات السياحية، أما موقع الشروق فقد استفاد أيضا مما تقدمه الإنترنت والصحافة الإلكترونية

من إمكانات اتصالية وتفاعلية، حيث أصبح بإمكان القارئ إضافة الإعلان الخاص به في شكل خدمات أو سلع يريد تسويقها عبر موقع الصحيفة.

وتأتي الإعلانات الخدمية في المرتبة الثانية حيث بلغت 42,11% في موقع El Watan و36,16%، وهو نوع الإعلانات الذي يعرض خدمات مجانية أو بأسعار رمزية لزوار الموقع تعرضها بعض الشركات الخدمية عادة ما تكون ذات طابع عالمي توفر خدمات إلكترونية في غالب الأحيان.

#### 2-4 مصادر المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (18) يبين مصادر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		المصدر
%	ت	%	ت	%	ت	
62,60	1165	51,72	450	72,15	715	التحرير المركزي
20,47	381	33,79	294	8,78	87	مراسل وكالات
13,38	249	12,64	110	14,02	139	وسائل إعلام أخرى
1,18	22	0,46	4	1,82	18	مواقع إلكترونية
0,70	13	-	-	1,31	13	مبعوث خاص
1,67	31	1,38	12	1,92	19	المجموع
100	1861	100	870	100	991	

يبين الجدول (18) أن أعلى نسبة قد سجلت في فئة التحرير المركزي من طرف صحفيي الجريدة وذلك بنسبة 72,15% في موقع الشروق أون لاين، و 51,72% في موقع El Watan، الذي يعتمد على المراسلين في استقاء الأنباء المحلية بنسبة 33,79% تقابلها في موقع الشروق أون لاين نسبة 8,78%، ويتضح لنا جليا الفارق بين الموقعين في الاعتماد على المراسلين لتزويد الصحيفة بالأخبار والمعلومات، حيث أن موقع El Watan يهتم بنسبة كبيرة بأخبار الجزائر العميقة حيث يخصص لكل منطقة في التراب الوطني قسما خاصا في الموقع يقوم المراسلون بإثرائه بالمواضيع. كما قدرت نسبة الاعتماد على وكالات الأنباء من طرف الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة في المرتبة الثالثة بنسبة 14,02% في الشروق أون لاين، و 12,64% في موقع El Watan وهما نسبتان متقاربتان، يبررها حجم الأخبار الدولية التي تنشرها الصحف الإلكترونية



عينة الدراسة على مواقعها، إضافة إلى بعض الأخبار الوطنية ذات الطابع الرسمي التي تملك وكالة الأنباء الجزائرية حق الأولوية في نشرها وتوزيعها على وسائل الإعلام.

وبلغ الاعتماد على وسائل إعلام أخرى والمبعوث الخاص نسبا متقاربة قدرت بـ 1,82%، و1,92% 1.31%، لفئة وسائل إعلام أخرى، المبعوث الخاص ومواقع إلكترونية على التوالي في موقع الشروق أون لاين حيث مثل وسائل الإعلام الأخرى بعض القنوات والمجلات العربية أو العالمية التي كانت مصدرا لبعض الأخبار ذات الطابع العربي أو العالمي، أما المبعوث الخاص فكان الاعتماد عليه في تغطية الأخبار ذات الأهمية والتي يستهدف من خلالها الموقع تحقيق سبق الصحفي واستقطاب أكبر عدد من القراء كمونديال 2014. في حين بلغت نسبة الاعتماد على المبعوث الخاص 1,38% في موقع El Watan، ونسبة الاعتماد على وسائل إعلام أخرى 0,36%، في حين لم يتم استخدام المواقع الإلكترونية بشكل نهائي من قبل الموقع الأمر الذي يوضح سياسة الموقع الذي يفضل الاعتماد على مصادره الخاصة من أجل إثراء وتزويد القراء بالأخبار والمعلومات حتى يحافظ على مصداقيته.

جدول (19) مصادر المواضيع السياسية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و" El

"Watan

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		المصدر
%	ت	%	ت	%	ت	
51,21	233	42,5	68	55,93	165	تحرير مركزي
6,59	30	14,38	23	2,37	7	مراسل
36,70	167	37,5	60	36,27	107	وكالات
2,64	12	0,62	1	3,73	11	وسائل إعلام أخرى
0,44	2	-	-	0,68	2	مواقع إلكترونية
2,42	11	5	8	1,02	3	مبعوث خاص
100	455	100	160	100	295	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول (19) أن أهم مصدر للمواضيع السياسية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة كان للتحرير المركزي بنسبة 55,93% في موقع الشروق أون لاين، و42,5% في موقع El Watan وهي أعلى نسبة في كلا الموقعين، هذا ما يفسر أهمية وحساسية هذا النوع من الأخبار، وقدرته على التأثير في الرأي العام وتوجيهه الأمر الذي جعل الموقعين يعتمدان فيها على مصادرهم الأساسية من صحفيين أساسيين للموقعين.

وكالات الأنباء كانت المصدر ذو المركز الثاني من حيث اعتماد الصحافة الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة عليه في استقاء أخبار المواضيع السياسية، حيث لاحظت الباحثة أن بعض الأنباء الوطنية خاصة الرسمية منها كالزيارات الحكومية والوزارية وحتى الرئاسية، يكون دائما مصدرها وكالة الأنباء الجزائرية في كلا الموقعين الأمر الذي يثبت أهمية هذه الأخيرة في نشر هذا النوع من الأخبار وتوزيعه على باقي وسائل الإعلام.

المراسل المحلي تم الاعتماد عليه في موقع El Watan بنسبة 14,38%، و في موقع الشروق أون لاين بنسبة 2,37%، ويتضح لنا الفارق بين النسبتين وهذا راجع إلى ندرة الأخبار السياسية ذات الطابع المحلي في موقع الشروق أون لاين، في حين نجد العكس في موقع صحيفة El Watan، الذي يهتم بنشر أخبار المنتخبين المحليين ومتابعة نشاطاتهم ومدى اهتمامهم بانشغالات المواطن المحلية.

في حين حقق الاعتماد على بقية المصادر لاستقاء الأنباء السياسية في الموقعين نسبا صغيرة، حيث بلغت كل من فئة المبعوث الخاص، فئة وسائل إعلام أخرى، ومواقع إلكترونية

1,02%، 3,73%، و 0,68% على التوالي في موقع الشروق أون لاين، و 5%، 0,62% و 0% في موقع El Watan، وهي المصادر التي اعتمدها الموقعان للحصول على أخبار أو لتغطية أحداث سياسية ذات طابع دولي.

جدول (20) يبين مصادر المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan":

المصدر	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
التحرير	81	88,04	100	62,89	181	72,11
مراسل	3	3,26	46	28,93	49	19,52
وكالات	7	7,61	11	6,92	18	7,17
وسائل إعلام أخرى	1	1,09	2	1,26	3	1,20
مواقع إلكترونية	-	-	-	-	-	-
مبعوث خاص	-	-	-	-	-	-
المجموع	92	100	159	100	251	100

يوضح الجدول (20) أهم المصادر التي اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية محل الدراسة من أجل استقاء الأخبار ومعالجة الأحداث الاقتصادية، حيث بلغ التحرير المركزي المركز الأول كمصدر لهذا النوع من المواضيع بنسبة 88,04% في صحيفة الشروق أون لاين، و 62,89% في صحيفة El Watan، التي اعتمدت بدورها على فئة المراسلين بنسبة 28,93%، في حين قدرت نسبة هذه الفئة في موقع الشروق أون لاين 3,26%، ويمكن إرجاع هذا الفارق في النسب إلى اهتمام صحيفة El Watan بنشر الأخبار الاقتصادية ذات الطابع المحلي كذلك خاصة ما تعلق منها بالمشاريع التنموي ما جعل نسبة المراسلين مرتفعة مقارنة بصحيفة الشروق أون لاين، أما الأحداث الاقتصادية ذات الطابع الوطني فقد تم الاعتماد في معالجتها وتغطيتها على صحفيي الموقعين ما جعل نسبة "التحرير المركزي" مرتفعة خاصة إذا ما تعلق الأمر بأزمة البترول وانخفاض القدرة الشرائية، خاصة وأن أغلب الفنون الصحفية التي استخدمت في معالجة هذا النوع من المواضيع كانت الحديث الصحفي حيث عادة ما يتم استضافة خبراء اقتصاديين لتفسير الظواهر والمشاكل الاقتصادية وتحليل أبعادها واقتراح حلول لها، كما كان المقال التحليلي من أهم الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونية.

في حين كانت أصغر نسبة لصالح فئة وسائل إعلام أخرى بنسبة 1,09% في موقع الشروق أون لاين، و1,26% في موقع El Watan، حيث تم الاعتماد على بعض القنوات التلفزيونية لاستقاء أنباء اقتصادية ذات طابع دولي.

جدول (21) يبين مصادر المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المصدر	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
التحرير المركزي	214	71,81	114	37,62	328	54,58
مراسل	68	22,82	175	57,76	243	40,43
وكالات	11	3,69	13	4,29	24	3,99
وسائل إعلام أخرى	3	1,01	-	-	3	0,50
مواقع إلكترونية	2	0,67	-	-	2	0,33
مبعوث خاص	-	-	1	0,33	1	0,17
المجموع	298	100	303	100	601	100

يبين الجدول (21) نسبة المصادر التي اعتمدت عليها الصحيفتان الإلكترونيتان في استقاء ومعالجة المواضيع الاجتماعية، حيث كان في المركز الأول فئة "التحرير المركزي" بـ54,58%، بنسبة 71,81% في موقع الشروق أون لاين حيث احتل المرتبة الأولى مقارنة بباقي المصادر، و37,62% في موقع El Watan الذي احتل فيه التحرير المركزي المرتبة الثانية بعد أن كان المركز الأول لفئة "المراسل الصحفي" بنسبة 57,76%، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على اهتمام الموقع الأخير بأخبار وانشغالات الجزائر العميقة الاجتماعية ما يستدعي تخصيص مراسل صحفي لتغطية أنباء كل منطقة في الوطن. ويظهر لنا من خلال الجدول الاختلاف في مجالات اهتمام الصحيفتين الإلكترونيتين محل الدراسة ونقاط قوتهما، حيث يتبين من خلال الجدول أن تغطية المواضيع الاجتماعية في الشروق أون لاين تركز على ما يقدمه التحرير المركزي، ما يثبت طابعها الوطني بالدرجة الأولى، في حين يركز استقاء المواضيع الاجتماعية في الصحيفة الإلكترونية El Watan على عمل المراسلين ما يؤكد طابعها المحلي بالدرجة الأولى، في حين لم يتم الاعتماد على باقي المصادر في معالجة المواضيع الاجتماعية إلا بنسب ضئيلة خاصة إذا ما تعلّق الأمر بأحداث اجتماعية ذات طابع دولي فيتم الاستعانة بالمواقع الإلكترونية أو وسائل إعلام أخرى.

جدول (22) يبين مصادر المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المصدر	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
تحرير مركزي	134	85,35	114	77,55	248	81,58
مراسل	9	5,73	27	18,37	36	11,84
وكالات	6	3,82	3	2,04	9	2,96
وسائل إعلام أخرى	-	-	1	0,68	1	0,33
مواقع إلكترونية	6	3,82	-	-	6	1,97
مبعوث خاص	2	1,27	2	1,36	4	1,32
المجموع	157	100	147	100	304	100

من خلال الجدول يتضح لنا أن أكثر فئة اعتمدت عليها الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة في استقاء الأخبار ومعالجة المواضيع الثقافية كانت فئة التحرير المركزي بنسبة 85,35% في الشروق أون لاين و77,55% في الصحيفة الإلكترونية El Watan، ذلك أن جل المواضيع الثقافية كانت عبارة عن مهرجانات وأسابيع ثقافية ومعارض يتم تغطيتها من طرف صحفيي الوسيّلتين بشكل مباشر إضافة إلى اللقاءات المباشرة والحوارات مع الشخصيات الفنية التي لم تخلو منها الأقسام الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين. كما لا ننسى المهرجانات والتظاهرات الثقافية المحلية التي يتكفل بتغطيتها المرسلون حيث بلغت نسبتهم 18,37% في موقع El Watan، و5,73% في الشروق أون لاين، ويعود هذا التفاوت في النتيجة بين الصحيفتين الإلكترونيتين كون الأولى أكثر اهتماما بالأخبار الثقافية المحلية مقارنة بنظيرتها لذلك فهي تعتمد على المراسلين بدرجة أكبر لتغطية هذا النوع من الأحداث.

وقد حققت كل من الوكالات والمواقع الإلكترونية نفس النسبة في موقع الشروق أون لاين قدرت بـ3,82% وهي المصادر التي اعتمدها الصحيفة الإلكترونية في استقاء بعض الأخبار الثقافية الخاصة بالشخصيات الثقافية العربية والعالمية، وتعد فئة "المواقع الإلكترونية" مصدرا جديدا استحدثته التكنولوجيات الحديثة الإعلام والاتصال والإعلام الجديد يسهّل على وسائل

الإعلام الحصول على عدد هام من الأخبار والمواضيع، وما نلاحظه من خلال الجدول أن الصحيفة الإلكترونية El Watan لم تعتمد عليه في المواضيع الثقافية، واستخدمت بدله فئة وسائل إعلامية أخرى بنسبة 0,68%.

جدول (23) يبين مصادر المواضيع الرياضية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المصدر	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
التحرير المركزي	121	81,21	54	53,47	175	70
مراسل	-	-	23	22,77	23	9,2
وكالات	8	5,37	23	22,77	31	12,4
وسائل إعلام أخرى	3	2,01	-	-	3	1,2
مواقع إلكترونية	3	2,01	-	-	3	1,2
مبعوث خاص	14	9,40	1	0,99	15	6
المجموع	149	100	101	100	250	100

يبين الجدول (23) أن فئة التحرير المركزي قد بلغت في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين 81,21% من مجموع المصادر المعتمد عليها، في حين قدرت نسبة تخصيص المبعوث أو وفد صحفي لتغطية الأحداث 9,40% بالشروق أون لاين، خاصة حينما تعلق الأمر بتغطية فعاليات مونديال 2014، في حين حققت كل من فئة وسائل الإعلام الأخرى ومواقع إلكترونية نفس النسبة قدرت بـ 2,01%، ويصلح استخدام هاتين الوسيلتين حينما يتعلق الأمر ببعض الأخبار الرياضية ذات الطابع العالمي التي يصعب على الصحيفة الوصول إليها وتغطيتها في حين انعدم استخدام فئة المراسلين للحصول على الأخبار الرياضية بالشروق أون لاين حيث يتم تغطية كل الأخبار الرياضية بالموقع حتى لو كانت محلية بالموقع من طرف صحفيي الموقع المتخصصين.

أما بالنسبة للصحيفة الإلكترونية El Watan فأعلى نسبة من المصادر المعتمدة كانت للتحرير المركزي بنسبة 53,47%، في حين حققت كل من فئة وكالات والمراسل نفس النسبة قدرت بـ 22,77%، وهو ما يشير إلى تساوي أو تقارب نسبة كل من الأخبار الرياضية المحلية التي تعتمد فيها الصحيفة الإلكترونية على المراسلين، والأخبار الدولية التي يكون مصدرها

وكالات الأنباء الموزعة عبر العالم. الأمر الذي يفسر انعدام استخدام كل من فئة مواقع إلكترونية ووسائل أخرى من طرف الصحيفة الإلكترونية.

جدول (24) يبين مصدر المادة الإعلانية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المصدر	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
مؤسسات إدارية	91	33,58	128	42,10	219	38,09
مؤسسات اقتصادية	42	15,50	144	47,37	186	32,35
إدارة الموقع	98	36,16	32	10,53	130	22,61
أشخاص	40	14,76	-	-	40	6,95
المجموع	271	100	304	100	575	100

يبين الجدول (24) مصادر الإعلانات في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث جاء في المرتبة الأولى المؤسسات الإدارية بنسبة 42,10% في صحيفة El Watan، في قُدرت بـ 33,58% في الشروق أون لاين، حيث تزود المؤسسات الإدارية الصحف الإلكترونية بإعلانات غالبا ما تكون خدمية، تهدف إلى توفير خدمات، أو تقديم معلومات كذلك التي تعلن عن تنظيم مسابقات أو تربيّصات تكوينية. في حين اعتبرت المؤسسات الاقتصادية المصدر الثاني لإعلانات الصحيفة الإلكترونية El Watan بنسبة 42,10%، في حين قُدرت نسبتها في الصحيفة الإلكترونية الشروق أن لاين بـ 15,50%، ويظهر الفارق واضحا بين نسبة المصدرين في كلتا الصحيفتين الإلكترونية. وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام أن نوع المصدر لا يعكس بالضرورة نوع ومضمون الإعلان، فقد يكون المصدر إدارة معينة لكن نوع الإعلان تجاري أو خدمي. في حين احتلت إدارة موقع الصحيفة الإلكترونية كمون للإعلان المرتبة الثالثة بنسبة 36,16% في موقع الشروق أون لاين، حيث يعتبر المصدر الثاني في الصحيفة الإلكترونية مقارنة بباقي المصادر، في حين بلغ 10,53% في موقع El Watan، ويبدو أن عدد الإعلانات الخاصة بموقع إدارة الموقع أكبر في الشروق أون لاين منها في موقع El Watan، وهي إعلانات إدارية وخدمية تسهل لزوار الموقع استعماله أو استعمال لها علاقة به، كما قد تعلن لهم عن توفر خدمات مرتبطة به.

ويأتي ظهور الأشخاص العاديين من زوار الموقع كمصدر لإعلانات هذا الأخير في المرتبة الأخيرة حيث حقق في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين نسبة 14,76%، في حين انعدم وجوده في صحيفة El Watan التي لم توفر بعد لزوارها خلال فترة الدراسة الفرصة لإضافة إعلانات بالموقع يعلنون من خلالها عن بيع السلع، أو توفر خدمات معينة، عكس الشروق التي وابتداء من العديدين الأخيرين الذين واكبا فترة الدراسة شرعت في توفير هذه الخدمة التفاعلية لزوارها حيث لا تزال هذه الفرصة متوفرة ومفتوحة أمام زوار الموقع إلى وقتنا الحالي.

#### 3-4 المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (25) يبين المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية "الشروق أون

لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع المجال الجغرافي
%	ت	%	ت	%	ت	
26,17	487	41,15	358	13,02	129	محلي
46,59	867	35,63	310	56,21	557	وطني
27,24	507	23,22	202	30,77	305	دولي
100	1861	100	870	100	991	المجموع

يوضح الجدول (25) فئة المجال الجغرافي للأخبار والمواضيع المعالجة في الصحيفتين الإلكترونيةين محل الدراسة، سواء أكان محلي، أو وطني أو دولي، وهذا بغض النظر عن نوع المواضيع: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، أو ثقافية وقد تم الاستغناء عن فئة الإعلان الإلكتروني بالنسبة لهذا الجدول كون فئة الانتماء الجغرافي لن تقدم دلالات إضافية للنتائج، ويتبين لنا من خلال الجدول أن الأخبار والمواضيع ذات الطابع الوطني احتلت أعلى نسبة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، قَدّرت في موقع الشروق أون لاين بـ 56,21% في حين جاءت في المركز الثاني في موقع صحيفة El Watan بـ 35,63%، في الوقت الذي احتلت فيه المواضيع المحلية المرتبة الأولى في نفس الصحيفة الإلكترونية بنسبة 35,63%، والمركز الثالث في موقع الشروق أون لاين، المركز الثاني في هذه الأخيرة عاد للأخبار والمواضيع الدولية بنسبة 30,77%، أما في موقع الصحيفة الإلكترونية El Watan فقد جاء في المرتبة الأخيرة بـ 23,22%. وهذا يثبت اختلاف مجالات اهتمام الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، ففي الوقت الذي تولي فيه الشروق أون لاين الأهمية للمواضيع الوطنية، ثم الدولية لتأتي في الأخير الأخبار ذات الطابع



المحلي، تهتم صحيفة El Watan بتغطية الأحداث المحلية أولاً حيث تخصص لكل منطقة في الجزائر قسماً خاصاً بها على موقعها سواء تعلق الأمر بأحداث الجزائر وسط، الغرب، منطقة القبائل، الشرق والجنوب الجزائريين الجزائري... إلخ، لتأتي في الدرجة الثانية الأحداث الوطنية ثم الدولية في الأخير.

#### 4-4 قيم المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (26) يبين قيم المادة الإعلامية في كل من صحيفتي "الشروق أون لاين" و "El

"Watan

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		القيم
%	ت	%	ت	%	ت	
11,74	286	11,24	132	12,20	154	تضامن
12,52	305	12,78	150	12,28	155	عمل
8,62	210	5,79	68	11,25	142	تقدير
1,76	43	2,30	27	1,27	16	سلام
17,98	438	21,63	254	14,58	184	منافسة
6,03	147	6,64	78	5,47	69	إصلاح
2,05	50	3,58	42	0,63	8	وفاء
10,96	267	9,37	110	12,44	157	تنظيم
2,91	71	2,39	28	3,41	43	عدل
3,45	84	4,51	53	2,45	31	مشاركة
3,78	90	4	47	3,56	45	تمسك وإصرار
7,55	184	4,60	54	10,30	130	تنديد
7,14	174	6,30	74	7,93	100	وعي
3,37	82	4,86	57	2,22	28	تنمية
100	2436	100	1174	100	1262	المجموع

يوضح الجدول (26) مجموع القيم المتضمنة في محتوى المادة الإعلامية، حيث كشفت عملية التحليل عن وجود 15 قيمة، تصدرتها قيمة المنافسة بنسبة 21,63% في صحيفة El Watan، و 14,58% في موقع الشروق أون لاين، وهي القيمة الأخلاقية التي برزت في مواضيع المسابقات، والامتحانات والمباريات الرياضية وغيرها من المواضيع التي تكثر فيها المنافسة للحصول على أفضل المراكز واحتلال أفضل الوضعيات الاجتماعية.

في حين جاءت قيمة العمل في المرتبة الثانية بنسبة 12,78% في الصحيفة الإلكترونية El Watan، وبـ 12,28% والملاحظ أن النسبتين متقاربتين بين الصحيفتين ظهرتنا في مختلف

المواضيع السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والرياضية التي توضح من خلالها الصحافة الإلكترونية أهمية العمل والاجتهاد، لتحقيق الأهداف المرجوة في شتى الميادين.

القيمة التي كانت على درجة من الأهمية أيضا في الصحيفتين الإلكترونيتين ما جعلها تحتل المركز الثالث هي قيمة التضامن بنسبة 12,20% في الشروق أون لاين و11,24% في صحيفة الإلكترونية El Watan، حيث برزت في المواضيع الخاصة بالمساعدات الإنسانية، والتكافل الاجتماعي بين مختلف الفئات سواء كانت ذلك على المستوى الاجتماعي، السياسي، الثقافي وحتى الرياضية، خاصة حينما تنظم مباريات ومسابقات رياضية يعود ريعها إلى جمعيات خيرية، أو إلى فئة اجتماعية معينة كالمعوقين، اليتامى... إلخ.

قيمة التنظيم جاءت في المركز الرابع بنسبة 12,44% في موقع الشروق أون لاين، و9,37% في موقع El Watan، وقد برزت هذه القيمة أكثر في المواضيع التي تبرز تدخل الفاعلين في مختلف المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والرياضية، لتصحيح وضع معين، أو معالجته بإزالة حالة الفوضى التي تسيطر عليه.

قيم الوعي، التقدير والتنديد حققت نسبا متقاربة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث قدرت نسبة قيمة التنديد بـ 10,30% في الشروق أون لاين، و4,60% في موقع El Watan، ونلاحظ الفارق في النسبتين بين الصحيفتين الإلكترونيتين، ذلك أن قيمة التنديد تعبر عن رفض ومحاربة وضع قائم وقد برزت أكثر من خلال المضامين التي عالجت مختلف الآفات الاجتماعية من مخدرات جرائم اختطاف، قتل، انتحار، إضافة إلى الحروب وما تخلفه من كوارث إنسانية، وقد جاءت بنسبة أكبر في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين كون هذه الأخيرة ركزت على معالجة هذا النوع من الأخبار التي غلب عليها الطابع السلبي مقارنة بالصحيفة الإلكترونية El Watan التي كانت معتدلة في تناول مثل هذه المواضيع.

قيمة الإصلاح احتلت المركز الخامس بنسبة 6,64% في موقع El Watan، و5,47% في الشروق أون لاين، وتعبر القيمة عن معاني الإصلاح وتغيير الأوضاع التي تسودها الفوضى في مختلف المجالات وتقويمها بشكل صحيح وجدي.

قيم الوعي، التقدير والتنديد حققت نسبا متقاربة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث قدرت نسبة قيمة التنديد بـ 10,30% في الشروق أون لاين، و4,60% في موقع El

Watan، ونلاحظ الفارق في النسبتين بين الصحيفتين الإلكترونيتين، ذلك أن قيمة التنديد تعبر عن رفض ومحاربة وضع قائم وقد برزت أكثر من خلال المضامين التي عالجت مختلف الآفات الاجتماعية من مخدرات جرائم اختطاف، قتل، انتحار، إضافة إلى الحروب وما تخلفه من كوارث إنسانية، وقد جاءت بنسبة أكبر في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين كون هذه الأخيرة ركزت على معالجة هذا النوع من الأخبار التي غلب عليها الطابع السلبي مقارنة بالصحيفة الإلكترونية El Watan التي كانت معتدلة في تناول مثل هذه المواضيع.

قيمة الوعي قُدرت في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين بـ 7,93%، في حين جاءت في موقع El Watan بنسبة 6,30%، وهما نسبتان متقاربتان تعبران عن مدى تواجد قيمة الوعي في مضمون الصحف الإلكترونية أين ظهرت سواء في المواضيع التي تهدف من خلالها الصحافة توعية المواطنين من خلال عملية الإعلام، كما ظهرت في المواضيع التي يهدف من خلالها الفاعلين نشر الوعي سواء السياسي أو الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

قيمة التقدير بلغت 10,22% في موقع الشروق أون لاين، في حين قدرت بـ 4,68% في El Watan، وقد برزت من خلال المواضيع التي ركزت على الإنجازات المختلفة الثقافية، الرياضية، الاقتصادية، كالمشاريع، البطولات، وكل ما هو إنجاز يستحق التقدير والثناء.

آخر مرتبة كانت لصالح قيمة السلام بنسبة 2,30% في الصحيفة الإلكترونية El Watan، في حين قدرت بنسبة 1,27% في الشروق أون لاين وقد عبرت عن معاني السلام المتضمنة خاصة في الجهود الدولية أو العربية من أجل تحقيق السلام بدل الحروب وبؤر التوتر في العالم.

# الفصل الخامس

الخصائص الشكلية

والتفاعلية للصحافة

الإلكترونية الجزائرية

تتناول الدراسة في هذا الفصل فئات التحليل الخاصة بشكل المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث تتطرق إلى الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة المواضيع الإعلامية على اختلاف نوعها سياسة، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية ورياضية، إضافة إلى نوع قوالب تحرير المادة الإلكترونية، كما تهتم الدراسة في هذا الفصل بموقع نشر المواضيع الإعلامية، الوسائط المتعددة ونوع الصور المستخدمة، إضافة إلى قياس تفاعلية الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، وهي الفئات التي تم عدّها وقياسها طيلة فترة الدراسة التحليلية التي شملت 14 عدداً في كل من موقعي: "الشروق أون لاين" و " El Watan".

وتفيد بيانات هذا الجزء من الدراسة إلى الكشف عن شكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية ومدى توظيفها لوسائل التفاعل وذلك للإجابة على التساؤلات التي طرحت في إشكالية الدراسة حول عناصر التصميم الموظفة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، الفنون والقوالب التحريرية المستخدمة، إضافة إلى أدوات التفاعل التي توفرها للجمهور.

## 1-5 الخصائص الشكلية للصحافة الإلكترونية الجزائرية

### 1-1-5 الفنون والقوالب الفنية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (27) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون

لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
48,52	903	42,76	372	53,58	531	خبر صحفي
22,03	410	26,55	231	18,06	179	تقرير صحفي
3,55	66	4,83	42	2,42	24	حديث صحفي
1,24	23	1,95	17	0,61	6	تحقيق صحفي
4,46	83	7,13	62	2,12	21	ريبورتاج
1,67	31	3,45	30	0,10	1	بورترى
10,80	201	10,11	88	11,40	113	مقال صحفي
1,02	19	1,15	10	0,91	9	كاريكاتير
1,02	19	1,26	11	0,81	8	استطلاع
0,54	10	0,23	2	0,81	8	حديث سمعي بصري
4,78	89	0,57	5	8,47	84	تقرير سمعي بصري
0,05	1	-	-	0,10	1	ملف صحفي
0,05	1	-	-	0,10	1	استطلاع سمعي بصري
0,27	5	-	-	0,50	5	ريبورتاج سمعي بصري
100	1861	100	870	100	991	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكثر الفنون الصحفية المستخدمة في الصحف الإلكترونية

الجزائرية نجد الخبر الصحفي بنسبة 53,58% في الشروق أون لاين، و42,76% في موقع جريدة

El Watan، وهذا يدل على اعتماد الصحيفتين على هذا الشكل الصحفي الذي يعد العمود الذي تقوم على أساسه بقية الفنون الصحفية، لتأتي في المرتبة الثانية التقارير الصحفية ذات الطابع الوصفي بنسبة 26,55% في El Watan، و18,06% في الشروق أون لاين وهذا يعود إلى ارتفاع المعارض والمهرجانات والمؤتمرات، التي تتطلب تغطيتها استخدام التقرير الصحفي لتصوير الأحداث ونقل التفاصيل إلى القارئ وجعله قريباً منها. فيما احتلت الأشكال الصحفية الخاصة بالرأي بأنواعها المقال الافتتاحي، العمود، التعليق وغيرها من الأشكال الصحفية التي تتيح التعبير والإفصاح عن وجهة نظر معينة، مرتبة لا بأس بها حيث بلغت نسبته 11,40% في الشروق أون لاين فيما قدرت بـ10,11% في موقع El Watan، هذا راجع إلى ارتفاع المساحات الإلكترونية الخاصة بنشر هذا النوع من الفنون الصحفية.

فيما حقق كل من الريبورتاج والتقرير السمعي البصري نسبة متقاربة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بصفة عامة فُدرت بـ 4,46%، و4,78% لكل منهما على التوالي، إلا أنه ومن خلال الجدول يتضح الفارق بين صحيفتي الدراسة في درجة اهتمامهما بهذين النوعين الصحفيين، حيث بلغت نسبة الريبورتاج في موقع El Watan 7,13%، و2,12% في الشروق أون لاين، ونستنتج أن الصحيفة الإلكترونية El Watan كانت أكثر اهتماماً بهذا الفن التعبيري مقارنة بالشروق أون لاين، هذه الأخيرة التي تُظهر النسب المحصل عليها في الجدول مدى اهتمامها بنشر الفنون الصحفية السمعية البصرية كمحاولة منها لإثراء الموقع والإفادة من الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت، حيث بلغت نسبة التقرير السمعي البصري في الموقع 8,47%، مقارنة بموقع El Watan الذي بلغ فيه 0,57%، حيث تظهر الفنون الصحفية ذات الطابع السمعي البصري ناقصة فيه.

وقد بلغت نسبة كل من التحقيق، الكاريكاتير، الاستطلاع والحديث السمعي البصري، نسبة متقاربة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين قدرت كما يلي: 0,61% ، للتحقيق الصحفي، 091% للكاريكاتير، و0,81% لكل من الاستطلاع والحديث السمعي البصري، ما يؤكد الفضاء الإلكتروني المحدود المخصص لهذه الفنون الصحفية. وقد كانت أصغر نسبة بالنسبة لموقع الشروق أون لاين لصالح الملف الصحفي والاستطلاع السمعي البصري، بـ0,10% ، بتكرار واحد لكليهما.

أما في موقع El Watan فقد احتل كل من التحقيق، الاستطلاع والكاريكاتير نسبة متقاربة بلغت على التوالي 1,95%، 1,26%، و1,15% لكل منها، في الوقت الذي نالت فيه الفنون

الصحفية ذات الطابع السمعي البصري نسبا متقاربة ومتدنية، حيث قُدرت نسبة كل من الحديث والتقارير السمعي البصري 0,23%، و0,57%، وهذا يدل على قلة الأشكال السمعية البصرية وعدم الاهتمام بها من طرف الصحيفة الإلكترونية في الوقت الذي انعدم فيه استخدام الملف الصحفي، الريبورتاج والاستطلاع السمعي بصري في الموقع.

وما يمكن استنتاجه عموما هو أن الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلام مكّنت من دمج الفنون الصحفية المستخدمة عادة في الصحافة المكتوبة، والفنون السمعية البصرية المستخدمة في التلفزيون أو الإذاعة، في وسيلة واحدة، وذلك للاستفادة من خاصية الوسائط المتعددة التي تتيحها شبكة الإنترنت.

جدول (28) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المادة الإعلامية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
%	ت	%	ت	%	ت		
70,16	703	72,06	312	68,72	391	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
5,29	53	7,62	33	3,51	20	الهرم المعتدل	
23,55	236	20,32	88	26,01	148	الهرم المقلوب المتدرج	
1	10	-	-	1,76	10	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
		-	-	-	-	الكتل النصية	
		-	-	-	-	المقاطع	
		-	-	-	-	الدائرة	
		-	-	-	-	الساعة الرملية	
		-	-	-	-	فورك	
		-	-	-	-	وول ستريت	
		-	-	-	-	الكأس	
		-	-	-	-	الماسة	
		-	-	-	-	القائمة	
		-	-	-	-		
100	1002	100	433	100	569	المجموع	

يتضح لنا من خلال الجدول أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعتمد في كتابة الأخبار، التحقيقات والأحاديث الصحفية على نفس القوالب المستخدمة في نسخها الورقية، رغم أن أبجديات التحرير الإلكتروني تفرض الالتزام بقوالب تحرير حديثة على الصحفي العمل بها من أجل نشر المواضيع على شبكة الإنترنت، حيث أن الباحثة لاحظت غياب الفرق بين المواضيع المنشورة في



النسخ الورقية، وتلك المقدّمة على شبكة الإنترنت، فقد تم استخدام قوالب التحرير الحديثة بنسبة 1,76% بـ 10 تكرارات في موقع الشروق أون لاين في محاولة منه للاستفادة من الإمكانيات الاتصالية والتحريرية التي توفرها شبكة الإنترنت كما شرحت الباحثة ذلك في القسم النظري الخاص بقوالب التحرير الصحفي، في حين لم تستخدم صحيفة El Watan الإلكترونية هذه القوالب واكتفت بتبني الطريقة التقليدية في تقديم الأخبار والاعتماد على نفس القوالب المعتمدة في نسخها الورقية.

وقد احتل قالب الهرم المقلوب المرتبة الأولى من حيث الاستخدام مقارنة بباقي القوالب، وذلك بنسبة 72,06%، في موقع El Watan و 68,72% في الشروق أون لاين، يليه مباشرة قالب الهرم المقلوب المتدرج الذي استخدم خاصة في كتابة الحديث الصحفي وبعض الأخبار التي تحتوي على شهادات أو تصريحات الشخصيات، حيث قدرت نسبته بـ 26,01% في الشروق أون لاين، و 20,32% في موقع El Watan، فيما بلغت نسبة الفنون الصحفية التي حررت وفق قالب الهرم المعتدل 7,62% في El Watan، و 3,51% في الشروق أون لاين.

وعلى هذا ومن خلال الجدول يتضح لنا أن الصحف الإلكترونية الجزائرية لم تعتمد على القوالب الحديثة في صياغة الأخبار، التحقيقات، والأحاديث الصحفية إلا بنسبة 1% مقارنة مع 99% للقوالب التقليدية المعروفة، وتجدر الإشارة أن قالب الهرم المقلوب يمكن استخدامه في تحرير المواد الإعلامية في الصحف الإلكترونية إذ أن بنيته تصلح لصياغة الأخبار الإلكترونية، مما جعل الصحف الجزائرية تعتمد عليه بشكل كبير.

جدول (29) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع السياسية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
51,43	234	42,5	68	56,27	166	خبر صحفي
23,96	109	36,25	58	17,29	51	تقرير صحفي
2,42	11	4,37	7	1,35	4	حديث صحفي
0,22	1	-	-	0,34	1	تحقيق صحفي
0,44	2	1,25	2	-	-	ريبورتاج
0,22	1	-	-	0,34	1	بورترى
12,53	57	11,25	18	13,22	39	مقال صحفي
2,20	10	3,75	6	1,35	4	كاريكاتير
0,22	1	0,63	1	-	-	استطلاع
0,44	2	-	-	0,68	2	حديث سمعي بصري
5,71	26	-	-	8,81	26	تقرير سمعي بصري
0,22	1	-	-	0,34	1	ملف صحفي
-	-	-	-	-	-	استطلاع سمعي بصري
-	-	-	-	-	-	ريبورتاج سمعي بصري
100	455	100	160	100	295	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 29 أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعتمد على الخبر الصحفي بشكل كبير في تحرير المواضيع السياسية، إذ بلغت نسبته 56,27% في موقع الشروق أون لاين، و42,5% في صحيفة El Watan الإلكترونية، هذه الأخيرة التي اعتمدت على التقرير الصحفي الذي احتل المركز الثاني في الجدول بنسبة 36,25%، في الوقت الذي استخدم في الشروق أون لاين بنسبة 17,29%، ليتأتي في الدرجة الثالثة قوالب الرأي حيث بلغت نسبة المقال الصحفي 13,22% بـ39 تكرار في الشروق أون لاين، و11,25% في موقع El Watan بـ18 تكرار، وهو ما يؤكد اهتمام صحيفتي الدراسة وخاصة الشروق أون لاين بفن المقال الصحفي عندما يتعلق الأمر بالمواضيع السياسية المختلفة سواء كانت وطنية كالحوار السياسي وبعض المواقف الحزبية، أو دولية كالربيع العربي أو القضية الفلسطينية، خاصة الشروق أون لاين التي توضح التكرارات الفرق بينها وبين صحيفة El Watan في درجة استخدامهما للمقال الصحفي في معالجة المواضيع السياسية.

ليأتي التقرير السمعي بصري الذي بلغت نسبته 8,81% في الشروق أون لاين فيما لم تستخدم El Watan هذا الشكل الصحفي على موقعها.

وقد كانت نسبة اعتماد الصحافة الإلكترونية الجزائرية على كل من الحديث الصحفي، والكاريكاتير متقاربة، إذ قدرت نسبتهما في الشروق أون لاين 0,35% بـ 4 تكرارات لكل منهما، فيما قدرت نسبة كل منهما في El Watan 4,36%، و3,75%، بـ 7 و6 تكرارات لكل منهما، وتعتبر النسبتان متقاربتان بين الشكلين الصحفيين في تقديم الأحداث السياسية، ويرجع هذا إلى نقص استخدام الحوارات السياسية مع الشخصيات الفاعلة في هذا المجال إلا إذا تعلق الأمر بحدث هام يمكن شرحه للجمهور كإجراء حوار صحفي مع رئيس حزب معين، أو شخصية معارضة.. إلخ. فيما عادت الرتب الأخيرة إلى كل من التحقيق الصحفي، الاستطلاع، البورتري والملف الصحفي، هاته الأشكال الصحفية التي استخدمت لتقديم المواد السياسية لجمهور الصحف الإلكترونية بنسبة 0,34% بتكرار واحد لكل من التحقيق البورتري والملف الصحفي في الشروق أون لاين الصحفي، والاستطلاع في صحيفة El Watan.

فيما لم يتم الاعتماد على الأشكال السمعية البصرية بشكل تام في El Watan. يمكن الاستنتاج أن الخبر الصحفي التقرير، والمقال هي أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواضيع السياسية وهي الأصل أصلا لذلك، إذ تقدم المعلومات لجمهور بغية إعلامه بالمستجدات على الصعيدين الوطني والدولي من خلال الخبر والتقرير الصحفيين، ثم تتجه الصحف إلى تكوين الرأي العام والتأثير عليه من خلال فنون الرأي المختلفة كالاتجاهية، والمقال والعمود.

جدول (30) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع السياسية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
%	ت	%	ت	%	ت		
67,74	168	82,67	62	61,27	106	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
5,24	13	9,33	7	3,47	6	الهرم المعتدل	
27,02	67	8	6	35,26	61	الهرم المقلوب المتدرج	
-	-	-	-	-	-	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
-	-	-	-	-	-	الكتل النصية	
-	-	-	-	-	-	المقاطع	
-	-	-	-	-	-	الدائرة	
-	-	-	-	-	-	الساعة الرملية	
-	-	--	-	-	-	فورك	
-	-	-	-	-	-	وول ستريت	
-	-	-	-	-	-	الكأس	
-	-	-	-	-	-	الماسة	
-	-	-	-	-	-	القائمة	
100	248	100	75	100	173	المجموع	

يتبين لنا من خلال الجدول أن قوالب التحرير الحديثة لم تستخدم من طرف صحيفتي الدراسة التي اعتمدت على القوالب التقليدية بنسبة 100% في عرض المواضيع السياسية، وقد احتل قالب الهرم المقلوب المركز الأول بنسبة 82,67% في صحيفة El Watan، و61,27% في الشروق أون لاين، ويرجع ذلك إلى كثرة الأخبار خاصة منها القصيرة المتعلقة بالجانب السياسي، والتي يتم استقاؤها مباشرة من وكالات الأنباء، ليأتي في المرتبة الثانية الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 20,81% بـ36 تكرار في الشروق أون لاين، و8% بـ6 تكرارات في El Watan، وقد استخدم خاصة في الأخبار الصحفية التي تعتمد على نقل تصريحات الشخصيات الفاعلة سياسياً.

جدول (31) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
36,25	91	27,04	43	52,17	48	خبر صحفي
31,47	79	39,62	63	17,39	16	تقرير صحفي
5,18	13	6,29	10	3,26	3	حديث صحفي
2,39	6	3,77	6	-	-	تحقيق صحفي
3,59	9	5,03	8	1,09	1	ريبورتاج
-	-	-	-	-	-	بورثري
11,55	29	16,35	26	3,26	3	مقال صحفي
-	-	-	-	-	-	كاريكاتير
1,59	4	0,63	1	3,26	3	استطلاع
1,20	3	0,63	1	2,17	2	حديث سمعي بصري
5,98	15	0,63	1	15,22	14	تقرير سمعي بصري
-	-	--	-	-	-	ملف صحفي
0,40	1	-	-	1,09	1	استطلاع سمعي بصري
0,40	1	-	-	1,09	1	ريبورتاج سمعي بصري
100	251	100	159	100	92	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 31 أن الخبر الصحفي يعد أهم الأشكال الصحفية المستخدمة لعرض المواضيع الاقتصادية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 52,17% بـ 48 تكرار في الشروق أون لاين حيث احتل المركز الأول بالصحيفة، في حين قدّرت نسبته في صحيفة El Watan بـ 27,04%، وهي ثاني أكبر نسبة في الجدول بـ 43 تكرار، في الوقت الذي احتل فيه التقرير الصحفي المركز الأول في هذه الصحيفة بـ 39,02% بـ 65 تكرار، هذا الشكل الصحفي القائم على سرد الأحداث ووصفها بلغت نسبته 17,39% بـ 16 تكراراً في الشروق أون لاين،

ويظهر لنا أن موقع El Watan يعد أكثر اهتماما بالتقرير الصحفي في عرض المواضيع الاقتصادية مقارنة بالشروق أون لاين، وقد توصلت الباحثة فيما سبق إلى أنه أكثر اهتماما بالمواضيع الاقتصادية في حد ذاتها مقارنة بالشروق أون لاين ويتضح ذلك جليا من خلال مقارنة تكرار المواضيع بين الموقعين إذ بلغ 159 تكرار في El Watan فيما لم يتعد 92 تكرار في الشروق أون لاين، ويرجع ارتفاع نسبة التقارير الصحفية بالمواقع إلى اهتمام هذا الأخير بنقل فعاليات الندوات والمؤتمرات ومختلف الفعاليات الاقتصادية مقارنة بالشروق أون لاين مما يجعله يستخدم التقرير الصحفي الأنسب لتغطية هذه الأحداث.

وقد جاء المقال الصحفي في المركز الثالث من حيث الأهمية بنسبة 16,35% في El Watan و 3,26% في الشروق أون لاين، ويظهر اختلاف الصحيفتين في درجة اهتمامهما بالمقال الصحفي كون El Watan اهتمت بمعالجة المشاكل الاقتصادية من خلال المقالات التحليلية المعمقة ما جعل نسبتها ترتفع مقارنة بالشروق أون لاين.

بعد المقال الصحفي نجد التقرير السمعي بصري الذي استخدم في الشروق أون لاين بنسبة 15,22 بـ 14 تكرار، و 0,23 بتكرار واحد في El Watan حيث لم تستخدم هذه الأخيرة الفنون الصحفية ذات الطابع السمعي البصري إلا نادر، في الوقت الذي لم تتردد فيه الشروق أون لاين من الاستفادة من تقنية تعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية لتوظف فنونا صحفية سمعية بصري تضاف إلى تلك الخاصة بالصحافة المكتوبة.

وقد جاء في المركز الموالي الحديث الصحفي بنسبة 6,29% في El Watan في الوقت الذي استخدم بنسبة 3,26% في الشروق أون لاين، حيث اهتمت الصحيفة الأولى باستضافة العديد من الخبراء الاقتصاديين لمناقشة الأوضاع والمشاكل الاقتصادية ومحاولة شرحها للمواطنين.

وقد جاء في آخر رتبة كل من الاستطلاع والريپورتاج السمعي البصري بنسبة 1,09% في الشروق أون لاين في الوقت الذي لم يتم استخدامهما أصلا في El Watan. ويمكن تسجيل الملاحظات الآتية:

الاختلاف الواضح بين الصحيفتين في كيفية توظيف الأنواع الصحفية لعرض المواضيع الاقتصادية، ففي الوقت الذي تركز في صحيفة على نوع معين في معالجة المواضيع، تستخدم الأخرى نوعا آخر لمعالجة نفس الحدث تقريبا.

في الوقت الذي لم يتم فيه توظيف الأشكال الصحفية الآتية في عرض المواضيع الاقتصادية: التحقيق الصحفي، البورتري، الكاريكاتير والملف الصحفي في الشروق أون لاين، تم

الاستغناء عن البورترى الكاريكاتير، الملف الصحفي، الاستطلاع والريپورتاج السمعي البصري في El Watan.

جدول (32) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
ع	ت	%	ت	%	ت		
75,22	85	66,67	40	84,91	45	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
6,19	7	10	6	1,87	1	الهرم المعتدل	
17,70	20	23,33	14	11,32	6	الهرم المتدرج	
0,88	1	-	-	1,87	1	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
-	-	-	-	-	-	الكتل النصية	
-	-	-	-	-	-	المقاطع	
-	-	-	-	-	-	الدائرة	
-	-	-	-	-	-	الساعة الرملية	
-	-	-	-	-	-	فورك	
-	-	-	-	-	-	وول ستريت	
-	-	-	-	-	-	الكأس	
-	-	-	-	-	-	الماسة	
-	-	-	-	-	-	القائمة	
100	113	100	60	100	53	المجموع	

من خلال الجدول رقم 32 يتضح لنا أن القوالب الحديثة للتحريير الصحفي قد استخدمت في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة ضئيلة جدا تدل على محافظة الصحف الجزائرية على نفس القوالب التقليدية المستخدمة في نسخها الورقية، حيث اعتمدت الشروق أون لاين على قالب لوحة التصميم الحديث بنسبة 1,87% في تحريير الأخبار الاقتصادية فيما لم يظهر أي قالب حديث في موقع El Watan، فيما يعتبر الهرم المقلوب أكثر القوالب الصحفية استخداما لكتابة المواضيع الاقتصادية ويرجع ذلك أساسا إلى كثرة الأخبار الصحفية القصيرة التي يستحسن تقديمها وفق هذا القالب الذي بلغت نسبته 81,91% في الشروق أون لاين و66,67% في El Watan.

ليأتي في المركز الثاني قالب الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 11,32% بـ 6 تكرارات في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين فيما تم الاعتماد عليه في موقع El Watan بنسبة

23,33% بـ 14 تكرار، حيث تم استخدامه خاصة في الأخبار الاقتصادية التي تم من خلالها عرض وجهات نظر لشخصيات وخبراء اقتصاديين، إضافة إلى استخدامه في تحرير الأحاديث الصحفية التي تم من خلالها مناقشة الأوضاع الاقتصادية الوطنية منها والدولية. فيما عادت المرتبة الأخيرة إلى قالب الهرم المعتدل بنسبة 10% في El Watan بـ 6 تكرارات، فيما قُدرت نسبته في موقع الشروق أون لاين بـ 1,87% بتكرار واحد في الشروق أون لاين، حيث نلاحظ عدم الاعتماد الكبير على هذا النوع من القوالب في تحرير المواضيع الاقتصادية.

جدول (33) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%		%	ت	
51,58	310	51,16	155	52,03	155	خبر صحفي
16,31	98	20,46	62	12,08	36	تقرير صحفي
3,16	19	4,95	15	1,34	4	حديث صحفي
2,50	15	3,30	10	1,68	5	تحقيق صحفي
8,32	50	10,23	31	6,38	19	ريبورتاج
0,17	1	0,33	1	-	-	بورثري
7,82	47	3,96	12	11,74	35	مقال صحفي
1,33	8	0,99	3	1,68	5	كاريكاتير
2,33	14	2,97	9	1,68	5	استطلاع
0,67	4	0,33	1	1	3	حديث سمعي بصري
5,32	32	1,32	4	9,39	28	تقرير سمعي بصري
-	-	-	-	-	-	ملف صحفي
-	-	-	-	-	-	استطلاع سمعي بصري
0,49	3	-	-	1	3	ريبورتاج سمعي بصري
100	601	100	303	100	298	المجموع

يوضح الجدول رقم 33 الأشكال الصحفية المختلفة المستخدمة لتحرير المواضيع ذات الطابع الاجتماعي، حيث جاءت نسبة الأخبار الصحفية في المركز الأول بـ 52,03% بـ 155 تكرار في جريدة الشروق أون لاين، فيما ظهرت في موقع El Watan بنسبة 51,16%، في الشروق أون



لاين، حيث تم استخدامها في نقل الأحداث الصغيرة كالمشاكل الاجتماعية المختلفة من جرائم اختطاف وقتل، إضافة إلى الاحتجاجات والفوضى الشعبية.

تلتها في المركز الثاني التقارير الصحفية بنسبة 20,46% بـ 62 تكرار في El Watan فيما قدرت نسبته في الشروق أون لاين بـ 12,08% بـ 36 تكرار حيث يستخدم التقرير الصحفي للنقل الحي للأحداث والتظاهرات الاجتماعية المختلفة وتقرّبها إلى المواطن.

ويأتي الريبورتاج في المركز الثالث من حيث الاستخدام في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 10,23% بـ 31 تكرار في El Watan و 6,38% بـ 19 تكرار في الشروق أون لاين، فيما استخدم المقال الصحفي في معالجة المواضيع الاجتماعية بنسبة 11,74% بـ 35 تكرار في الشروق أون لاين، و 3,96% بـ 12 تكرار في موقع El Watan.

وقد ظهر كل من التحقيق الصحفي، الحديث والريبورتاج السمعي البصري بنفس النسبة أي 1,68% بـ 5 تكرارات لكل منها في الشروق أون لاين، فيما لم يتم استخدام الأشكال الصحفية الآتية في معالجة المواضيع الاجتماعية البورتري، الملف الصحفي، والاستطلاع السمعي بصري.

أما بالنسبة لموقع El Watan فقد تم استخدام كل من التحقيق والمقال الصحفيين بنسبتين متقاربتين بلغتا على التوالي 3,30% بـ 10 تكرارات، و 3,96% بـ 12 تكرار لكل منهما، كما حقق كل من البورتري والحديث السمعي البصري نفس النسبة بلغت 0,33%، فيما لم يتم استخدام الفنون الصحفية الآتية من طرف الصحيفة الإلكترونية El Watan في معالجة المواضيع الاجتماعية: الملف الصحفي، الاستطلاع والريبورتاج السمعيين البصريين.

إن ما نستطيع استنتاجه بالنسبة للصحيفتين الإلكترونيتين وطريقة استخدام الفنون الصحفية في المواضيع الاجتماعية، هو غلبة الخبر الصحفي مقارنة بباقي الأنواع الصحفية في كلتا الصحيفتين اللتين اختلفتا في درجة اهتمامهما بالمواد السمعية البصرية التي من المفترض توظيفها في أي صحيفة تود تقديم خدمة متكاملة لجمهورها وفق متطلبات الإعلام الجديد وخاصة صحافة الإنترنت التي يتعين عليها الاستفادة من الإمكانيات الهامة التي توفرها الشبكة حتى تقدم خدمة متنوعة، خاصة إذا تعلق الأمر بالمواضيع الاجتماعية كالسكن، الخدمات الصحية كل ما تعلق بالتربية والتعليم إضافة إلى المشاكل الاجتماعية التي يمكن معالجتها من حين لآخر باستخدام تقنيات السمعي البصري، حتى لا يمل الجمهور من النصوص المكتوبة بطريقة عادية لا تختلف عن تلك التي تقدمها الصحف الورقية، لنجد أن الشروق أون لاين أكثر التزاما بهذه النقطة مقارنة بـ El Watan وقد ساعدها على ذلك توفر مجمع الشروق على قنوات سمعية بصرية الأمر الذي

سهل عليها توظيف مختلف التقارير والمواد السمعية البصرية واقتراح بثها ابتداء من صفحة الشروق أون لاين.

جدول (34) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
%	ت	%	ت	%	ت		
64,66	225	67,96	123	61,08	102	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
6,03	21	8,84	16	2,99	5	الهرم المعتدل	
28,45	99	23,20	42	34,13	57	الهرم المتدرج	
0,86	3	-	-	1,80	3	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
						الكتل النصية	
						المقاطع	
						الدائرة	
						الساعة الرملية	
						فورك	
						وول ستريت	
						الكأس	
						الماسة	
						القائمة	
100	348	100	181	100	167	المجموع	

يبين الجدول رقم 34 نوع القوالب الصحفية المستخدمة في تحرير كل من الأخبار، التحقيقات والأحاديث الصحفية، حيث تم استخدام قالب لوحة التصميم الحديث بنسبة 0,86% بـ 3 تكرارات فقط في الشروق أون لاين فقط، لتقسم بقية النسبة على مختلف القوالب التقليدية التي تبلغ نسبتها في هذه الحالة 99,14% وهي نسبة كبيرة توضح جليا محافظة صحف الدراسة على تحرير المواضيع بالطريقة التقليدية، حيث بلغت نسبة الهرم المقلوب 67,96% بـ 123 تكرار في El Watan مقابل 61,08% للشروق أون لاين بـ 102 تكرار، وهي أعلى نسبة في الجدول ترجعها الباحثة إلى كثرة الأخبار الصحفية في المواضيع الاجتماعية الأمر الذي يجعل قالب الهرم المقلوب هو الأنسب مقارنة بباقي القوالب التقليدية، تليها مباشرة نسبة الهرم المتدرج التي بلغت 34,13% في الشروق أون لاين بـ 57 تكرار مقابل 23,20% بـ 42 تكرار في El Watan، ويكون أصلح في الأخبار التي يوظف من خلالها المحرر تصريحات الشخصيات، أو شهود العيان، في

الوقت الذي فيه قالب الهرم المعتدل المرتبة الأخيرة بنسبة 8,84% بـ 16 تكرار في El Watan مقارنة بـ 2,99% في الشروق أون لاين، حيث استخدم أساسا في تحرير التحقيقات الصحفية وبعض الحوارات سواء المكتوبة أو السمعية البصرية.

جدول (35) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
29,61	90	25,85	38	33,12	52	خبر صحفي
28,29	86	21,77	32	34,39	54	تقرير صحفي
6,25	19	4,77	7	7,64	12	حديث صحفي
0,33	1	0,68	1	-	-	تحقيق صحفي
6,58	20	12,92	19	0,64	1	ريبورتاج
7,23	22	14,96	22	-	-	بورثري
16,12	49	19,05	28	13,38	21	مقال صحفي
-	-	-	-	-	-	كاريكاتير
-	-	-	-	-	-	استطلاع
0,33	1	-	-	0,64	1	حديث سمعي بصري
4,93	15	-	-	9,55	15	تقرير سمعي بصري
-	-	-	-	-	-	ملف صحفي
-	-	-	-	-	-	استطلاع سمعي بصري
0,33	1	-	-	0,64	1	ريبورتاج سمعي بصري
100	304	100	147	100	157	المجموع

يوضح الجدول رقم 35 مختلف الفنون الصحفية المستخدمة في تحرير المواضيع الثقافية، حيث نلاحظ تقارب واضح بين استخدام كل من التقرير والخبر الصحفيين في كل من الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة التقرير الصحفي في الشروق أون لاين 34,3% بـ 54 تكرار وهي أعلى نسبة في الجدول، تليها مباشرة نسبة استخدام الخبر الصحفي التي بلغت 33,12% بـ 52 تكرار، أم بالنسبة لـ El Watan فقد بلغت نسبة الخبر الصحفي 25,85% بـ 38 تكرار أما التقرير الصحفي فقد قَدَّرت نسبته بـ 21,77% بـ 32 تكرار، ويرجع ارتفاع نسبة التقارير الصحفية في المواضيع الثقافية مقارنة بباقي المواضيع إلى الارتفاع النسب في المهرجانات والأسابيع الثقافية والمعارض الفنية والتي فضلت صحف الدراسة تغطيتها لاستخدام التقارير الصحفية من أجل جعل القارئ يعايش أدق تفاصيلها.

ويوجد تقارب بين صحيفتي الدراسة في درجة اهتمامهما بكل من المقال الصحفي الذي جاء في المركز الثالث من حيث الأهمية، والحديث الصحفي، حيث بلغت نسبة المقال في الشروق أون لاين 13,38% بـ 21 تكرار، و19,05 بـ 28 تكرار في موقع El Watan ويرجع ذلك إلى أهمية المواد الثقافية خصوصا ما تعلق منها بالمواضيع الحضارية والتراث ما جعل الصحف الإلكترونية تستخدم المقال لمعالجتها وإبداء الرأي بشأنها.

أما الحديث الصحفي فقد استخدم في الشروق أون لاين بنسبة 7,64% بـ 12 تكرار، في حين قدرت نسبته بـ 4,77% بـ 7 تكرارات، حيث تضمن أساسا استضافة الشخصيات الفنية والثقافية للحديث عن إنجازاتها ومشاريعها المستقبلية.

يوضح الجدول نسبة استخدام التقارير الصحفية السمعية البصرية لتغطية الأحداث الثقافية التي قدرت بـ 9,55% بـ 15 تكرار في الشروق أون لاين، في الوقت الذي تساوت فيه نسب كل من الريبورتاج الصحفي، الحديث والريبورتاج السمعي البصري بنسبة 0,64% بتكرار واحد لكل منها، فيما لم تستخدم الشروق أون لاين أي من الفنون الصحفية الآتية في تغطية الأحداث الثقافية: التحقيق الصحفي، البورتري، الكاريكاتير، الاستطلاع بنوعيه الصحفي والسمعي البصري، والملف الصحفي.

وقد استخدم الريبورتاج الصحفي في صحيفة El Watan الإلكترونية بنسبة 12,92% والذي استخدم أساسا لوصف المناطق الحضارية المختلفة على المستوى الوطني أو الدولي، وقد أبدت الصحيفة اهتمامها بفن البورتري في تناول المواضيع الثقافية من خلال تسليط الضوء على الشخصيات والوجوه الفاعلية في المجال الثقافي على الصعيدين الفني والأدبي.

فيما لم يتم استخدام الفنون الصحفية الآتية بشكل تام في صحيفة El Watan كالكاريكاتير، الاستطلاع والملف الصحفيين، وكل الفنون السمعية البصرية هاته الأخيرة التي تعتبر قليلة على موقع الصحيفة مما قد يؤثر سلبا على نوع الخدمة المقدمة للجمهور.

جدول (36) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
%	ت	%	ت	%	ت		
68,47	76	76,09	35	63,08	41	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
9,91	11	6,52	3	12,31	8	الهرم المعتدل	
18,02	20	17,39	8	18,46	12	الهرم المتدرج	
3,60	4	-	-	6,15	4	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
-	-	-	-	-	-	الكتل النصية	
-	-	-	-	-	-	المقاطع	
-	-	-	-	-	-	الدائرة	
-	-	-	-	-	-	الساعة الرملية	
-	-	-	-	-	-	فورك	
-	-	-	-	-	-	وول ستريت	
-	-	-	-	-	-	الكأس	
-	-	-	-	-	-	الماسة	
-	-	-	-	-	-	القائمة	
100	111	100	46	100	65	المجموع	

يبين الجدول رقم 36 نوع القوالب المستخدمة لكتابة المواد الثقافية في الصحف الإلكترونية

الجزائرية عينة الدراسة، حيث قدرت نسبة القوالب الحديثة 3,60% بـ 4 تكرارات تم استخدامها أصلا في صحيفة الشروق أون لاين، في مقابل 96,4% لبقية القوالب التقليدية، حيث استخدم الهرم المقلوب بنسبة 76,09% بـ 35 تكرار في موقع El Watan مقابل 63,08 بـ 41 تكرار في الشروق أون لاين حيث احتل المركز الأول من حيث القوالب الصحفية المستخدمة في تحرير المواضيع الثقافية، يليه قالب الهرم المتدرج بـ 18,46% بـ 12 تكرار في الشروق أون لاين، مقابل 17,39% بـ 8 تكرارات في موقع صحيفة El Watan، ليأتي في المرتبة الأخيرة من حيث القوالب الصحفية التقليدية الهرم المعتدل بنسبة 12,31% في الشروق أون لاين، و 6,52% في صحيفة El Watan حيث استخدم أساسا في كتابة التحقيقات وبعض الحوارات الصحفية.

جدول (37) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفنون الصحفية
%	ت	%	ت	%	ت	
71,2	178	67,33	68	73,82	110	خبر صحفي
15,2	38	15,84	16	14,77	22	تقرير صحفي
1,6	4	2,97	3	0,67	1	حديث صحفي
-	-	-	-	-	-	تحقيق صحفي
0,8	2	1,98	2	-	-	ريبورتاج
2	5	4,95	5	-	-	بورترى
8,4	21	5,94	6	10,07	15	مقال صحفي
0,4	1	0,99	1	-	-	كاريكاتير
-	-	-	-	-	-	استطلاع
-	-	-	-	-	-	حديث سمعي بصري
0,4	1	-	-	0,67	1	تقرير سمعي بصري
-	-	-	-	-	-	ملف صحفي
-	-	-	-	-	-	استطلاع سمعي بصري
-	-	-	-	-	-	ريبورتاج سمعي بصري
100	250	100	101	100	149	المجموع

يوضح الجدول رقم 37 أن الفنون الصحفية المستخدمة لتحرير المواضيع الرياضية في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين هي الخبر الصحفي في المركز الأول بنسبة 73,82% بـ110 تكرار، في الوقت الذي قدرت فيه نسبة التقرير الصحفي 14,77% بـ22 تكرار وقد استخدم أساسا لنقل مجريات المباريات ومختلف التظاهرات الرياضية، وقد بلغت نسبة المقال الصحفي 10,07% بنسبة 15 تكرار في الوقت الذي ظهر فيه التقرير السمعي البصري بنسبة 0,67% بتكرار واحد، فيما لم يتم استخدام بقية الأشكال الصحفية تماما لمعالجة المواضيع الرياضية في الشروق أون لاين.

أما بالنسبة للصحفية الإلكترونية El Watan فقد كانت أعلى نسبة بها لصالح الخبر الصحفي الذي استخدم لمعالجة الأحداث الرياضية بنسبة 67,63% بـ68 تكرار، تلاه مباشرة فن التقرير الصحفي بـ15,84% بـ16 تكرار، فيما تم تسجيل نسب متقاربة بين كل من البورترى والمقال الصحفي بنسبة 4,95%، و 5,94% لكلا منهما على التوالي.

وقد سجل نفس التقارب بين الريبورتاج بنسبة 1,98% بتكرارين، والكاريكاتير بـ0,99% بتكرار واحد. في الوقت الذي لم تعتمد فيه الصحيفة على بقية الفنون الصحفية لمعالجة المواضيع الرياضية، حيث لم يتم استخدام الفنون السمعية البصرية بشكل قطعي من طرف الصحيفة من أجل تغطية الأحداث ومعالجة المواضيع الرياضية.

جدول (38) يبين نوع القوالب الفنية المستخدمة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين

الإلكترونييتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع القوالب	
%	ت	%		%			
81,87	149	73,24	52	87,39	97	الهرم المقلوب	قوالب تقليدية
0,55	1	1,41	1	-	-	الهرم المعتدل	
16,48	30	25,35	18	10,81	12	الهرم المتدرج	
1,10	2	-	-	1,80	2	قالب لوحة التصميم	قوالب حديثة
-	-	-	-	-	-	الكتل النصية	
-	-	-	-	-	-	المقاطع	
-	-	-	-	-	-	الدائرة	
-	-	-	-	-	-	الساعة الرملية	
-	-	-	-	-	-	فورك	
-	-	-	-	-	-	وول ستريت	
-	-	-	-	-	-	الكأس	
-	-	-	-	-	-	الماسة	
-	-	-	-	-	-	القائمة	
100	182	100	71	100	111	المجموع	

يتضح من خلال الجدول أن القوالب التقليدية هي الأكثر استخداما في تحرير المواد الإعلامية الرياضية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة بنسبة 89.90%، مقابل 1,10% للقوالب الحديثة، حيث تم استخدام قالب لوحة التصميم بنسبة 1,80% بتكرارين في الشروق أون لاين فقط، وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بمتطلبات التحرير الإلكتروني الحديث والقوالب المقترحة على الصحف الإلكترونية لتقديم خدمة متميزة للجمهور.

ويظهر من الجدول أن قالب الهرم المقلوب هو الأكثر استخداما من طرف صحف العينة وذلك بنسبة 87,39% بـ 97 تكرار في الشروق أون لاين مقابل 73,24% بـ 52 تكرار في موقع El Watan، وقد جاء قالب الهرم المقلوب المتدرج في المركز الثاني مقارنة بقوالب التحرير التقليدية

بنسبة 25,35% في صحيفة El Watan مقابل 10,81% في الشروق أون لاين، فيما لم يستخدم قالب الهرم المعتدل إلا مرة واحدة في المواضيع الرياضية بنسبة 1,41%.

## 5-1-2 موقع نشر المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (39) يبين موقع نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الموقع
%	ت	%	ت	%	ت	
26,65	496	25,98	226	27,25	270	صفحات داخلية فقط
55,13	1026	72,41	630	39,96	396	الواجهة وصفحات داخلية
15,05	280	-	-	28,25	280	الواجهة والصفحات الخارجية
2,42	45	-	-	4,54	45	صفحات داخلية وصفحات خارجية
0,75	14	1,61	14	-	-	الواجهة فقط
100	1861	100	870	100	991	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول 39 أن أعلى نسبة من الأخبار والمواضيع التي تم نشرها في كل من الواجهة والصفحات الداخلية قد احتلت أعلى نسبة بلغت في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين 39,96% بـ 396 تكرار، في حين قدرّت في الصحيفة الإلكترونية El Watan 72,41% بـ 630 تكرار، حيث نشرت أغلب المواضيع في كلتا الصحيفتين على شكل عناوين ومقدمات في الصفحة الأولى تم تفاصيل الموضوع في الصفحات الداخلية، وقد قدرّت نسبة المواضيع التي نشرت في كل من الواجهة والصفحات الخارجية بالشروق أون لاين 28,25% بـ 280 تكرار، حيث ينشر عنوان الموضوع ومقدمته في واجهة الموقع، وبعد انتقاء الخبر وبغية الاطلاع عليه فإن القارئ ينتقل ألياً إلى الموقع المتخصص حسب نوع الخبر كموقع الشروق العربي، الشروق السياسي، والشروق الرياضي. أما نسبة المواضيع التي نشرت عناوينها ومقدماتها في الصفحات الداخلية للموقع، وجاءت تفاصيلها في الصفحات الخارجية فقد بلغت نسبتها 4,54%، وينعدم نشر المواضيع في الصفحات الخارجية بالصحيفة الإلكترونية El Watan لعدم ارتباط موقعها بأي موقع خارجي، في حين بلغت نسبة الأخبار التي نشرت في الصفحات الداخلية فقط نسبة 27,25% بـ 270 تكرار في الشروق أون لاين، ونسبة 25,98% بـ 226 في موقع El Watan، وهي مجموع المواضيع التي لم تظهر عناوينها ومقدماتها على الواجهة في حين نشرت فقط في الصفحات الداخلية مع تفاصيل بعض الأخبار والمواضيع، على شكل عناوين يتم انتقاؤها من طرف القارئ



إن أراد ذلك طبعاً، في الوقت الذي انفردت به صحيفة El Watan الإلكترونية بنوع من المواضيع نشر فقط في واجهة الصحيفة بنسبة 1,61%، وهي مجموعة الرسوم الكاريكاتورية ومقاطع الفيديو التي يتم استعراض تفاصيلها في نفس الصفحة.

### 3-1-5 العناوين في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

تم التركيز في هذه الدراسة على نوع من العناوين التي تعد متغيرة يختلف مضمونها باختلاف الأحداث من عدد إلى آخر، حيث اهتمت الباحثة بتحليل هذه الفئة من العناوين كون العناوين الثابتة والتي تنشر على شكل أيقونات في الصحف الإلكترونية عادة ما تدخل في إطار إخراج وتصميم الصحف الإلكترونية، كونها ثابتة يتم الاعتماد عليها في تنظيم وترتيب عناصر الصفحة من الناحية البصرية، حيث أن ما يتعلق أكثر بدراستنا هو العناوين المتغيرة بنوعها الرئيسية والفرعية من جهة والعناوين المجمع وغير المجمع من ناحية أخرى ودرجة استخدامها في عرض المادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة.

### 1-3-1-5 العناوين الرئيسية والفرعية

عرفنا في الجزء النظري للدراسة أن العنوان الرئيسي هو: "هو السطر أو مجموعة الأسطر التي تكتب وتجمع بحروف كبيرة لتسبق الموضوع الصحفي وتشير إليه، وهو من الأجزاء الرئيسية الهامة للموضوع الصحفي، ومن ثم ينبغي أن يكون جذاباً ومعبراً وملفتاً لنظر القارئ"<sup>1</sup>. أما العنوان الفرعي فيعرف بأنه: "عنوان صغير داخل النص قد يستخدم في تقسيم متن الموضوع إلى فقرات أو في فصل الوقائع عن بعضها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت المرجع السابق، ص 96  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 99.

جدول (40) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
89,36	1663	84,83	738	93,34	925	عناوين رئيسية فقط
10,64	198	15,17	132	6,66	66	عناوين رئيسية وفرعية
100	1861	100	870	100	991	المجموع

يبين الجدول رقم 40 أنواع العناوين المستخدمة في نشر المادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، وقد بلغت نسبة المواضيع التي نشرت بعناوين رئيسية في الشروق أون لاين 93,34%، في حين قدرت في موقع صحيفة El Watan بـ 84,83%، والملاحظ من خلال الجدول ارتفاع نسبة المواضيع التي استخدمت فيها العناوين الفرعية بموقع الصحيفة الإلكترونية El Watan حيث بلغت 15,17%، مقارنة بالشروق أون لاين التي اعتمدت على العناوين الفرعية بنسبة بلغت 6,66%، ويظهر الفرق واضحا بين النسبتين، ويرجع ذلك إلى كثرة المواضيع الطويلة بصحيفة El Watan والتحليلات الصحفية المفصلة ما يستدعي الاستعانة بالعناوين الفرعية لعرض المادة الإعلامية بطريقة سلمية تحافظ على انتباه القارئ ولا تشوش تفكيره.

غير أنه ومن الملاحظ عدم استخدام العناوين الفرعية في كلتا الصحيفتين الإلكترونيتين على شكل نصوص فائقة إذ لا زالت تستخدم بطريقة تقليدية كتلك المستخدمة في النسخ الورقية بشكل مطابق تماما، ما يدل على عدم استغلال الصحف الإلكترونية الجزائرية للإمكانيات الاتصالية التي توفرها شبكة الإنترنت بصفة مطلقة إذ لا تزال مضامين الأخبار تشكل صورة إلكترونية لما هو موجود في الطبعة الورقية للصحف.

جدول (41) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع السياسية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
90,99	414	80,63	129	96,61	285	عناوين رئيسة فقط
9,01	41	19,37	31	3,39	10	عناوين رئيسة وفرعية
100	455	100	160	100	295	المجموع

يبين الجدول نسبة توظيف العناوين المختلفة في المادة الإعلامية السياسية في الصحيفتين الإلكترونية عينه الدراسة، وقد بلغت نسبة المواضيع السياسية التي اكتفت في عرضها صحيفة الشروق أون لاين بالعناوين الرئيسية 96,61%، أما الصحيفة الإلكترونية El Watan فقد استخدمت العناوين الرئيسية في 80,63% من مجموع المواضيع السياسية، واستعانت بالعناوين الفرعية بنسبة 19,37%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسبة الاعتماد على العناوين الفرعية في موقع الشروق أون لاين التي قدرت بـ 3,39%، ويعود ذلك إلى كثرة المقالات التحليلية في عرض المادة السياسية بجريدة El Watan، الشيء الذي دفع بالصحيفة إلى استخدام العناوين الفرعية إلى جانب الرئيسية من أجل لفت انتباه القارئ إلى المضمون الذي كلما كان طويلا كلما استحسن استخدام العناوين الفرعية والملخصات حتى تسهل عملية تتبعه خاصة إذا ما تعلق الأمر بالقراءة الإلكترونية الخطية المعتمدة في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينه الدراسة.

جدول (42) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		جريدة الشروق		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
84,06	211	81,76	130	88,04	81	عناوين رئيسية فقط
15,94	40	18,24	29	11,96	11	عناوين رئيسية وفرعية
100	251	100	159	100	92	المجموع

يبين الجدول رقم 42 نسبة كل من العناوين الرئيسية والفرعية في نشر المادة الإعلامية ذات المضمون الاقتصادي في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة المواضيع التي اعتمدت أساسا على العناوين الرئيسية أعلى نسبة قدرت في الشروق أون لاين بـ 88,04%، في حين جاءت في موقع El Watan بنسبة 81,76%، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة المواضيع الاقتصادية التي تم الاستعانة فيها بالعناوين الفرعية إلى 18,24% وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسبة العناوين الفرعية المستخدمة في نشر المواضيع الاقتصادية في الشروق أون لاين، التي احتلت فيها نسبة 11,96% ويرجع ذلك إلى كثرة اعتماد العناوين الفرعية من طرف صحيفة El Watan كأدوات فصل وتنظيم للمادة الإعلامية حتى تسهل للقارئ عملية القراءة الإلكترونية للموضوع خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمقالات التحليلية.

جدول (43) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في نشر المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
90,52	544	89,77	272	91,28	272	عناوين رئيسية
9,48	57	10,23	31	8,72	26	عناوين رئيسية وفرعية
100	601	100	303	100	298	المجموع

يبين لنا الجدول رقم 43 أن نسبة المواضيع الاجتماعية التي تم الاكتفاء في عرض مضامينها باستخدام العناوين الرئيسية قد بلغت 91,28% في الشروق أون لاين، في حين قدرت بـ 89,77%، في حين قدرت في صحيفة El Watan الإلكترونية بـ 89,77%، ويرجع الأمر أساساً إلى كثرة الاعتماد على المواضيع والأخبار القصيرة التي لا تحتاج فيها الصحيفتين إلى العناوين الفرعية، هاته الأخيرة التي قدرت في الشروق أون لاين إلى 8,72%، في حين قدرت في El Watan بـ 10,23%، وتلجأ الصحف عادة إلى الاستعانة بالعناوين الفرعية في المواضيع والمقالات التحليلية وحتى في الريبورتاجات حيث تكون المادة الإعلامية طويلة فيتم الفصل بين فقراتها بالعناوين الفرعية لشد انتباه القارئ وتشويقه إلى تكملة الموضوع إلى النهاية.

جدول (44) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في المواضيع الثقافية المنشورة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
87,5	266	78,91	116	95,54	150	عناوين رئيسية فقط
12,5	38	21,09	31	4,46	7	عناوين رئيسية وفرعية
100	304	100	147	100	157	المجموع

يبين الجدول نسبة المواضيع الثقافية التي نشرت بعناوين رئيسية فقط حيث بلغت نسبة 95,54% في الشروق أون لاين، و احتلت نسبة 78,91% يلاحظ الفارق واضحا بين الصحيفتين الإلكترونيتين في درجة الاعتماد على العناوين الرئيسية، وهذا راجع إلى ارتفاع استعمال العناوين الفرعية في صحيفة El Watan مقارنة بالشروق أون لاين في هذا النوع من المواضيع التي تركز فيها الصحيفة على الفنون الصحفية الوصفية كالريپورتاج إضافة إلى المقالات الصحفية، حيث كلما كان الموضوع طويلا، زادت الحاجة إلى استخدام العناوين الفرعية فيه.

جدول (45) يبين وظيفة العناوين المستخدمة في المواضيع الرياضية المنشورة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		جريدة الشروق		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
91,2	228	90,10	91	91,95	137	عناوين رئيسية فقط
8,8	22	9,90	10	8,05	12	عناوين رئيسية وفرعية
100	250	100	101	100	149	المجموع

يبين الجدول رقم 45 أنواع العناوين المستخدمة في المواضيع الرياضية بالصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، إذ بلغت نسبة المواضيع التي نشرت بعناوين رئيسية فقط نسبة 91,95% في الشروق أون لاين، و 90,10% في موقع صحيفة Watan، ونلاحظ أن النسبتين متقاربتين، في حين بلغت نسبة المواضيع الرياضية التي استخدمت فيها عناوين فرعية إلى جانب الرئيسية

8,05% في الشروق أون لاين و9,90% في صحيفة El Watan ويرجع ذلك إلى اعتماد الصحيفتين الإلكترونية على نفس القدر من الفنون الصحفية الوصفية والتحليلية في عرض المادة الرياضية الأمر الذي جعلهما يستعملان العناوين الفرعية بنفس القدر تقريبا.

### 5-1-3-2 عناوين المجوعة وغير المجوعة:

يقصد بالعناوين المجوعة في الدراسة عناوين المواضيع الصحفية التي يسبق الإشارة إليها سواء في صفحة الواجهة أو الصفحات الداخلية من خلال فهرسة المواضيع أو تصنيفها إلى الأكثر قراءة، الأكثر تفاعلا... الخ. حيث يتم الإعلان عن جميع المواضيع المتضمنة في موقع الصحيفة، في حين أن العناوين غير المجوعة هي التي تكون خاصة بمواضيع لم تسبق الإشارة إليها سواء في الواجهة أو الصفحات الداخلية، بل قد يجدها الباحث منشورة كتتمة لموضوع انتقاه ليطلع محتواه.

جدول (46) يبين نوع العناوين المستخدمة في نشر المادة الإعلامية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
95,33	1774	92,64	806	97,68	968	عناوين مجوعة
4,67	87	7,36	64	2,32	23	عناوين غير مجوعة
100	1861	100	870	100	991	المجموع

من خلال الجدول رقم 46 الذي يبين طريقة عرض المادة الإعلامية في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة، حيث تشير فئة العناوين المجوعة إلى مجموعة المواضيع التي نشرت في الصحف الإلكترونية سواء في فهرس الصحيفة، أو أقسامها، أو في جهات متخصصة وفق معيار معين كالأكثر تعليقا، الأكثر تفاعلا، أو أهم الأخبار، أو أسفل الأخبار والمواضيع، وهو ما يتم عرضه في واجهة الصحيفة الإلكترونية عادة، في حين فإن العناوين غير المجوعة فهي مجموعة المواضيع التي يجدها القارئ في صحف داخلية ولم يسبق الإعلان عنها في أي مكان من واجهة الصحيفة الإلكترونية ويعتبر موقع نشرها الأساسي هو الصفحات الداخلية للموقع.

وفي هذا الصدد بلغت نسبة المواضيع ذات العناوين المجمعّة التي تم الإعلان عنها في واجهة الصحيفة أو في الصفحات الداخلية 97,68% في الشروق أون لاين في حين قدّرت نسبة المواضيع غير المجمعّة 2,32% من مجموع المادة الإعلامية المنشورة على موقع الشروق أون لاين، في حين قدّرت نسبة العناوين المجمعّة في صحيفة El Watan 92,64%، حيث يكشف الجدول ارتفاع نسبة المواضيع غير المجمعّة بموقع الصحيفة الإلكترونية حيث ترتفع نوعا ما نسبة الأخبار والمواضيع غير المجمعّة والتي قدّرت بـ7,36%، مقارنة بموقع الشروق أون لاين حيث يحدث أن يجد القارئ بعض الأخبار عن طريق الصدفة نتيجة انتقائه لخبر معين، وقد يرجع هذا إلى ارتفاع عدد الأخبار حيث ونظرا لضيق الوقت يتعذر تخصيص صفحة لكل خبر خاصة إذا لم يكن هذا الأخير على نفس القدر من الأهمية مقارنة بباقي الأخبار.

جدول (47) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع السياسية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
95,38	434	86,88	139	100	295	عناوين مجمعّة
4,62	21	13,12	21	-	-	عناوين غير مجمعّة
100	455	100	160	100	295	المجموع

يوضح الجدول 47 نسبة المواضيع السياسية المجمعّة في الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، حيث يتبين أن كل المواضيع السياسية كانت مجمعّة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين بنسبة 100%، وتكرار 295 موضوع، ما يثبت الأهمية التي توليها الصحيفة الإلكترونية للمواضيع السياسية حيث أعلنت عن كافة الأخبار والمواضيع ولم تترك مجالا للصدفة أو العشوائية في نشرها، في حين قدّرت نسبة المواضيع السياسية المجمعّة في الصحيفة الإلكترونية El Watan 86,88%، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة المواضيع غير المجمعّة 13,12% بـ21 تكرار، وهي عادة الأخبار ذات الطابع السياسي التي يعثر عليها القارئ في نفس الصفحة مع مواضيع أخرى سبق وأن انتقاها بغية الاطلاع على تفاصيلها.



جدول (48) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الاقتصادية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
96,81	243	94,97	151	100	92	عناوين مجمعة
3,19	8	5,03	8	-	-	عناوين غير مجمعة
100	251	100	159	100	92	المجموع

يبين الجدول رقم 48 أن نسبة المواضيع الاقتصادية المجمعة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين قد بلغت نسبة 100% بـ 92 تكرار، في حين قدرت في صحيفة El Watan بـ 94,97% بـ 151 تكرار أما المواضيع الاقتصادية غير المجمعة فجاءت بنسبة 5,03% بـ 8 تكرارات، وهذا ما يكشف اهتمام الشروق أون لاين بتخصيص صفحة لكل موضوع أو خبر نو طابع اقتصادي وعدم نشر مجموعة من الأخبار مع بعضها، عكس صحيفة El Watan التي عمدت إلى نشر أكثر من خبر في صفحة واحدة في الوقت الذي توفر فيه فرصة انتقاء خبر واحد ليجد في الصفحة الداخلية أكثر من موضوع.

جدول (49) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الاجتماعية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
97,34	585	95,38	289	99,33	296	عناوين مجمعة
2,66	16	4,62	14	0,67	2	عناوين غير مجمعة
100	601	100	303	100	298	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول (49) أن نسبة المواضيع الاجتماعية التي تم تجميع عناوينها على شكل نصوص فائقة يختار القارئ منها ليصل إلى التفاصيل قد بلغت في الشروق أون لاين 99,33% ب 296 تكرار، في حين قدرت نسبة العناوين غير المجمعة التي تم نشر تفاصيلها دون توفير فرصة للقارئ حتى يختارها 0,67% بتكرارين فقط، أما بالنسبة للصحف الإلكترونية El Watan فقد بلغت نسبة المواضيع الاجتماعية ذات العناوين المجمعة نسبة 95,38% ب 289 تكرار، في حين قدرت نسبة المواضيع الاجتماعية التي لم يتم تجميع عناوينها 4,62% ب 14 تكرار ويظهر الفرق واضحا بين الصحيفتين الإلكترونيتين فيما يخص العناوين غير المجمعة حيث يتضح أن صحيفة الشروق أون لاين أكثر اهتماما بتجميع عناوين المواضيع والأخبار الاجتماعية مقارنة بصحيفة El Watan.

جدول (50) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الثقافية في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
95,72	291	91,84	135	99,36	156	عناوين مجمعة
4,28	13	8,16	12	0,64	1	عناوين غير مجمعة
100	304	100	147	100	157	المجموع

يبين الجدول رقم 50 نسبة المواضيع الثقافية المجمعة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة حيث بلغت نسبتها في الشروق أون لاين 99,36% في حين قدرت نسبة العناوين غير المجمعة 0,64%، أما بالنسبة للصحيفة الإلكترونية El Watan فقد قدرت بها نسبة العناوين المجمعة 91,84%، أما نسبة المواضيع الثقافية التي تم نشرها في الصفحات الداخلية إلى جانب أخبار ومواضيع أخرى دون أن يتم الإعلان عن وجودها مسبقا فقد بلغت 8,16% بـ 12 تكرار وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنظيرتها في صحيفة الشروق أون لاين، الأمر الذي يثبت حرص هذه الأخيرة على الإعلان عن كل محتوياتها وإظهارها وذلك من أجل إتاحة الفرصة للقارئ لاختيارها أو الانتقال إلى مواضيع أخرى.

جدول (51) يبين نوع العناوين المنشورة في المواضيع الرياضية في الصحيفتين

الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		موقع العناوين
%	ت	%	ت	%	ت	
88,4	221	91,09	92	86,58	129	عناوين مجمعة
11,6	29	8,91	9	13,42	20	عناوين غير مجمعة
100	250	100	101	100	149	المجموع

يبين الجدول نسبة المادة الإعلامية الرياضية المجمعة في الصحف الإلكترونية الرياضية، حيث قدرت نسبتها في الشروق أون لاين 86,58% بـ 129 تكرار، في الوقت الذي قدرت في نسبة العناوين غير المجمعة فقّدت بـ 13,42% بـ 20 تكرار، أما في صحيفة El Watan فقد بلغت نسبة العناوين المجمعة 91,09% بـ 92 تكرار، أما المواضيع الرياضية غير المجمعة فقّدت بـ 8,91% بـ 9 تكرارات، والملاحظ في المواضيع الرياضية أن نسبة العناوين المجمعة كانت أكبر في الصحيفة الإلكترونية El Watan منها في الشروق أون لاين، ويعود ذلك أساسا إلى كثرة الأخبار الرياضية المتفرقة التي نشرت بالصفحات الداخلية مع أخبار ومواضيع رياضية كانت قد نشرت عناوينها في واجهة الصحيفة.

## 4-1-5 خصائص الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

### 1-4-1-5 مضمون الصور الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

تعرضت الباحثة في الفصول النظرية إلى الصورة وأهميتها البالغة كعنصر من عناصر بنية الصحافة الإلكترونية عموماً، وقد تطرقت إلى أن الصور الإخبارية أو المعلوماتية هي الصور التي تقدم معلومات للقارئ وتتعدد أنواعها وتقسيماتها، فمنها الشخصية التي تقدم صوراً لأشخاص أو بالأحرى شخصيات قد تكون هي الفاعلية في الحدث سياسية، أو اقتصادية أو رياضية، كصور الرؤساء والوزراء، واللاعبين...إلخ. والصور الموضوعية وهي التي تكون لها علاقة مباشرة بالموضوع المتناول فقد تشرحه أو تذكر بتفاصيله، ومنها أيضاً الرسوم التوضيحية المتضمنة في الرسوم البيانية والخرائط والأشكال التوضيحية والرسوم الكاريكاتورية.

جدول (52) يبين وظيفة الصور المنشورة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين"

و"El Watan"

المجموع	El Watan		الشروق أون لاين		نوع الصورة	
	ت	%	ت	%		
653	23,67	205	31,39	448	21,27	توضيحية
910	32,98	163	24,96	747	35,47	شخصية
1196	43,35	285	43,64	911	43,26	معلوماتية
2759	100	653	100	2106	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 52 أنواع الصور المختلفة المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، وقد احتلت الصور المعلوماتية أو الإخبارية المركز الأول بنسبتين متقاربتين في كل من صحيفتي الدراسة قدرت بـ 43,64 % بـ 285 تكرار لموقع الصحيفة الإلكترونية El Watan و 43,26% بـ 911 تكرار في موقع الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، وهو ما يؤكد اهتمام الصحيفتين الإلكترونيتين وحرصهما على إرفاق مختلف المواضيع الإعلامية بما يشرحها أو يؤكد وقوعها، خاصة الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين التي تحرص على أن يكون لكل موضوع صحفي صورة خاصة به سواء كان ذلك في الواجهة أو في الصفحات الداخلية للموقع، عكس موقع صحيفة El Watan الذي لا يهتم بإرفاق صور لكل

المواضيع بل يكفي فقط بالمواضيع التي يرى أنها مهمة، وهذا ما تعكسه التكرارات في الجدول فنجد أن التكرارات الخاصة بالشروق أون لاين قد فاقت بكثير مجموع التكرارات الخاصة بجريدة El Watan الإلكترونية، وذلك مرده إلى توافر في بعض الأحيان أكثر من صورتين للموضوع الواحد في الشروق أون لاين.

الصور الشخصية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 35,47% في الشروق أون لاين بـ 747 تكرار وهو عدد كبير جدا يعبر عن الكم الهائل من الصور الشخصية المنشورة في موقع الصحيفة، في حين قدرت نسبة هذا النوع من الصور في الصحيفة الإلكترونية El Watan بـ 24,96% بـ 163 تكرار، ويرجع هذا الفارق في عدد الصور الشخصية المنشورة على موقع الصحيفتين الإلكترونيتين، إلى اهتمام الشروق أون لاين بنشر الصور الشخصية للشخصيات الفاعلية في المضمون المعالج في كل من صفحة الواجهة والصفحة الداخلية الخاصة بالموضوع، إضافة إلى إرفاق هذا الأخير بالصورة الشخصية للصحفي الذي قام بتغطية الموضوع أو معالجته.

الصور الإيضاحية التي تعبر عن الرسوم الكاريكاتورية والخرائط إضافة إلى الرسوم البيانية واللافتات الإعلامية وشعارات المؤسسات الاقتصادية التي تستعمل عادة للتعبير عن الشخصية المعنوية للمؤسسة كبديل عن مسيرها، فقد بلغت نسبتها في الشروق أون لاين 21,27% بـ 448 تكرار، مقارنة بنسبة 31,39% بـ 205 تكرار في صحيفة ، ونلاحظ أن الفرق بين الصحيفتين في نشر هذا النوع من الصور قد فاق الضعف، وهو ما يقودنا إلى الإدلاء بملاحظتين فيما يخص اهتمام الصحيفتين الإلكترونيتين بالصور كمضمون إعلامي هدفه الجذب والتأثير البصري على القارئ أو زائر الموقع، لنقول أن صحيفة الشروق أون لاين تهتم اهتماما زائدا بنشر الصور خاصة منها الشخصية في حين أن الصور المعلوماتية أو الإخبارية تكتسي أهمية بالغة في العمل الإعلامي وخاصة إذا ما تعلق الأمر بالصحافة الإلكترونية، في ظل ما توفره التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال للصحفي من فرص لالتقاط صور من قلب الحدث تمكنه من تحقيق سبق الصحفي، هذا النقص الذي تحاول الصحيفة الإلكترونية تجاوزه من خلال التركيز على نشر صور الشخصيات الفاعلية وصور الصحفيين، في المقابل نلاحظ نقصا في الاهتمام بالصور في موقع جريدة El Watan إذ قد نجد مجموعة من الأخبار منشورة بدون أي نوع من أنواع الصور، وهذا يعتبر تقصيرا في الحق الإعلامي للقارئ.

## 2-4-1-5 أنواع الصور الرقمية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

قبل عرض الجدول وتحليل بياناته تفضل الباحثة شرح فئاته التي تمثل أنواع الصور الرقمية المستخدمة في الصحف الإلكترونية بصفة عامة تبعا لنوع التقنية أو نوع الملف الرقمي للصورة، إذ توجد عدة أنواع أهمها:<sup>1</sup>

صور GIF وهي اختصار لعبارة Graphic Interchange Format وهي رسوم يمكن أن تعمل على كل أنظمة التشغيل وهي ملائمة للرسوم التي لها شرائط أفقية للألوان أو مساحات كبيرة من الألوان متماثلة لذا فهي مفيدة للافتات والأزرار والرسوم التوضيحية إلا أن قلة الألوان المستخدمة فيها جعلتها ملائمة للرسوم فقط كما تصلح أن تكون خلفيات أيضا إذ تحتوي على 256 لونا فقط.

صور JPEG أي Joint Photographic Experts Group تستعمل أكثر للرسوم المعقدة والكبيرة وهي لصيقة الصلة بالصور الفوتوغرافية حيث تصلح للصور ذات الجودة العالية تحتوي على 16.777.216 لونا.

صور Portable Network Graphics PNG يوجد نوعان: الأول يحتوي على 256 لون والنوع الثاني يحتوي على 16.777.216.

جدول (53) يبين أنواع الصور المنشورة في الصحفيتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El Watan" من حيث التقنية المستخدمة

الصورة	الشروق أون لاين		El Watan		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
JPEJ	2022	96,01	583	89,28	2605	94,42
GIF	-	-	-	-	-	-
PNG	84	3,99	70	10,72	154	5,58
المجموع	2106	100	653	100	2759	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن الصور الرقمية ذات الصيغة JPEJ احتلت المركز الأول بنسبة 96,01% بتكرار 2022 في الشروق أون لاين، في حين قدرت نسبتها في الصحيفة الإلكترونية El Watan 89,28% بتكرار 583 صورة، في حين لم يتم اعتماد الصور الرقمية ذات

<sup>1</sup> حلمي محمود محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت -دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية مرجع سابق، ص-ص 66-67.

الصيغة GIF في أي من الصيغتين الإلكترونيتين وذلك راجع إلى كون هذا النوع من الملفات قد تم تطويره ابتداء من عام 1996 إلى الصيغة الرقمية PNG كونها أكثر تطورا وأقل سعة من حيث الحجم، وقد ظهرت الصور بهذه الصيغة الأخيرة بنسبة 10,72% في موقع El Watan، في حين قدرت بـ 3,99% بـ 84، وقد اقتصر استخدامها في كلتا الصيغتين الإلكترونيتين في الصور الخاصة بشعار الصحيفة والأيقونات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعية وبعض اللافتات الخاصة بإدارة الموقع أين تكون الألوان منسجمة حيث يكون مضمون الصورة أقرب إلى الرسم منه إلى الصورة الفوتوغرافية، في حين تم الاعتماد على الصيغة المتطورة JPEG في عرض الصور الفوتوغرافية المعقدة وذلك حتى تظهر الألوان بجودة عالية

وتجدر الإشارة إلى أن نوع الصور يتحكم في حجمها فالصور من نوع GIF أقل في حجمها من الصور PNG و JPEG نظرا لأنهما يحتويان على ألوان أكثر، وثمة علاقة وثيقة بين حجم الصورة وسرعة تحميل الصفحة فكلما كانت الصفحة تحتوي على صور كبيرة الحجم أو كثيرة العدد أخذت فترة أطول في التحميل وهذا ما لاحظته الباحثة أثناء عملية تحليل المضمون، حيث أن أسرع الصور في التحميل هي تلك الخاصة بشعار الصحيفة والأيقونات التابعة لها من نوع PNG، في حين أن آخر ما يتم تحميله من موقع الصحف الإلكترونية حتى بعد تحميل النصوص هو الصور الرقمية من نوع JPEG، وهذا ما يستدعي وضع ضوابط لعدد وحجم الصور المسموح بها للنشر في مواقع الصحف الإلكترونية حتى لا ينعكس سلبا على وظيفتها الإعلامية.

#### 3-4-1-5 نوع الصور في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الديناميكية

على أساس هذا المعيار الذي أوجدته التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ووسائل العرض الحديثة، حيث يعبر عن مدى تفاعل القراء معه، قسّمت الباحثة الصور إلى فئتين رئيسيتين هما:

- **الصور الثابتة:** وهي التي تنشر منفردة مع مواضيع مستقلة لا تتحرك (كل موضوع بصورته).

- **الصور المتغيرة:** هي الصور التي تنشر مجتمعة بشكل متتالي وتعرض تلقائيا على موقع الصحيفة الإلكترونية بالتوالي حسب الترتيب الذي يضعه الموقع، كما يمكن للقارئ النقر عليها لعرضها أو لتسريع ذلك.



جدول (54) يبين نوع الصور المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين"

و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		نوع الصورة
%	ت	%	ت	%	ت	
82,64	2280	84,38	551	82,10	1729	ثابتة
17,36	479	15,62	102	17,90	377	متغيرة
100	2759	100	653	100	2106	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة الصور الثابتة قد بلغت 84,38% بتكرار 551 صورة، بصحيفة El Watan، أما الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين فقد قدّرت بها نسبة الصور الثابتة 82,10%، بتكرار 1729 صورة، في حين جاءت نسبة الصور المتغيرة بنسبة 17,90% بـ 377 صورة متغيرة، في الشروق أون لاين، وبنسبة 15,62% بـ 102 تكرار.

وتجدر الإشارة إلى سبب ارتفاع نسبة الصور المتغيرة بالصحيفة الإلكترونية El Watan كون هذه الأخيرة قد نشرت في عدد مجموعة كبيرة من الصور الإعلامية على شكل ألبوم صور متغير ضم 88 صورة متغيرة ما رفع نسبة هذا النوع من الصور، غير أن الشروق أون لاين أكثر اهتماماً بنشر الصور المتغيرة التي تؤكد من خلالها على أهمية المواضيع والأخبار المتصلة بها، وذلك في مختلف أقسام الصحيفة.

جدول (55) يبين موقع نشر الصور في الصحفيتين الإلكترونية "الشروق أون لاين" و "El

"Watan

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الموقع	
%	ت	%	ت	%	ت		
16,67	460	33,54	219	11,44	241	يمين النص	الواجهة فقط
0,91	25	2,30	15	0,47	10	تحت العنوان	
3,77	104	13,48	88	0,76	16	دون عنوان	
0,51	14	-	-	0,66	14	يسار النص	
16,53	456	-	-	21,65	456	فوق العنوان	
5,47	151	4,13	27	5,89	124	يمين النص	صفحات داخلية
32,26	890	46,55	304	27,83	586	بين العنوان والنص	
13,88	383	-	-	18,19	383	فوق العنوان	
0,72	20	-	-	0,95	20	يسار النص	
0,62	17	-	-	0,81	17	تحت النص	
0,22	6	-	-	0,28	6	يمين النص	صفحات خارجية
7,47	206	-	-	9,78	206	بين العنوان والنص	
0,14	4	-	-	0,19	4	يسار النص	
0,83	23			1,09	23	دون عنوان	
100	2759	100	653	100	2106	المجموع	

يوضح الجدول أهم المواقع التي خصصتها الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة لنشر الصور الصحفية، وتثبت النتائج أن أكبر نسبة من الصور قد نشرت احتلت المواقع "بين العنوان والنص" في الصفحات الداخلية وذلك بنسبة 46,55% بتكرار 304 صورة في موقع El Watan، فبالنسبة لهذه الصحيفة فإن نشر الصورة بين العنوان والنص هو الموقع المعتمد من طرف الموقع ككل أثناء عرض الموضوع بتفاصيله، في حين قدّرت نسبة الصور التي احتلت نفس الموقع في الشروق أون لاين 27,83% بمعدل 586 صورة، حيث عمدت الصحيفة إلى نشر الصور بين العنوان والنص في الصفحات الداخلية أثناء عرض تفاصيل المواضيع في الأعداد الأولى، لكن وبعد اعتماد أسلوب البوابة الإعلامية في إخراج موقع الصحيفة الإلكترونية حيث تم

إحداث تغييرات مهمة مست مواقع وكيفية نشر الصحف، حيث أصبحت الصحف تعرض في الصفحات الداخلية فوق العنوان، حيث تعرض الصورة أولاً، ثم العنوان، ثم تفاصيل الموضوع، وقد قدرت نسبة الصور التي نشرت في هذا الموقع الجديد بـ 18,19% بـ 383 صورة، في حين لم تعتمد صحيفة El Watan على هذا الموقع في نشرها للصور.

ثاني أهم موقع استخدم من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة هو يمين النص في الواجهة، حيث قدرت نسبة الصور التي نشرت بهذا الموقع بـ 33,54% بـ 219 صورة في صحيفة El Watan، حيث أن أغلب الصور التي نشرت بالواجهة في هذه الصحيفة احتلت هذا الموقع الذي اعتمد كموقع رئيسي لعرض الصور الإعلامية، أما بالنسبة للشروق أون لاين فقد استخدمت هذا الموقع لنشر صورها بنسبة 11,44، بـ 241 صورة حيث أنها تعتمد إلى لفت انتباه القارئ بصرياً لتثبته إلى النص عكس El Watan وبحكم لغة صدورها الفرنسية فإنها تعتمد أولاً إلى تقديم المعلومات إلى القارئ في شكل عناوين مواضيع ومقدمات ثم تقدم له يمين النص الصورة المتصل به.

ثالث أهم موقع تم استغلاله من طرف الصحف الإلكترونية عينة الدراسة هو نشر الصور فوق العنوان في صفحة الواجهة، قد قدرت نسبة الصور التي تم عرضها في هذا الموقع بنسبة 21,65% بمعدل 456 تكرار في موقع الشروق أون لاين، وهي غالباً مجموعة الصور المتغيرة التي يتم نشرها فوق العنوان مباشرة في حين لم يتم استغلال هذا الموقع من طرف صحيفة El Watan.

كما استغلت الشروق أون لاين الموقع بين العنوان والنص في الصفحات الخارجية بنسبة 9,78%، ويعتبر أكثر المواقع استغلالاً في الصفحات الخارجية مقارنة بالموقع "يمين النص" الذي قدرت نسبة الصور المنشورة فيه 0,28%، ويسار النص بـ 0,19%، في حين لم يتم استغلال هذا المواقع بتاتا من طرف موقع صحيفة El Watan، لنقول أن الشروق أون لاين أكثر قدرة على استغلال مواقع النشر الخاصة بالصور والتنوع فيها لولا وقوعها في فخ الإسراف.

## 5-1-5 النص الفائق في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

يعتبر النص الفائق من أساسيات التحرير الإلكتروني التي يتعين على الصحف الإلكترونية الجزائرية الالتزام بها، يعرف بأنه: "مجموعة من النصوص المرتبطة ببعضها يمكن الانتقال بينها من خلال النقر على الكلمات أو الأيقونات المتواجدة على شاشة الحاسوب، وتتمثل خصوصيته الأساسية في الكتابة غير خطية التي أثرت بدورها على عملية التعرض للمضامين الإعلامية المختلفة سمعية بصرية، نصية... إلخ،"<sup>1</sup>

حيث من ناحية نوع الإحالة أو موقعها، يتوفر للصحيفة ثلاث خيارات للربط: كربط النصوص وخاصة العناوين أو المقدمات بتفاصيلها داخل الموقع، أو ربط الموضوع بمواضيع أخرى ذات صلة وهو ما يعرف بالإحالة الداخلية، أما الإحالة الخارجية فالمقصود بها ربط النص أو الموضوع بمواضيع ذات صلة في مواقع خارجية، في حين تشير الإحالة المحلية إلى ربط النص أو الصورة المنشورة على الصفحة بمواضيع أخرى أو تفاصيل على نفس الصفحة وهو ما يعرف بالإحالة المحلية.

هذا من ناحية موقع الإحالة، أما فيما يخص شكل النصوص الفائقة فقسّمت الباحثة ذلك إلى ثلاث فئات هي: نص وهي أن يكون النص الفائق عبارة عن عنوان أو مقدمة لموضوع فقط، أما فئة الجغرافيك " وهي أن يكون الموضوع الذي يختاره الباحث للاطلاع على تفاصيله متاح في شكل صورة عادية أو صورة فيديو أو لمقطع صوتي يتم النقر عليها لمشاهدة تفاصيله، أو للاستماع إلى محتواه وهو ما يعرف بالوسائل الفائقة، في حين تعني الفئة الثالثة وهي "النص والجغرافيك" إلى إتاحة مضمون تحوي على عنوان أو مقدمة موضوع مرفق بصورة معينة للقارئ ينقر على واحد منهما أو عليهما في وقت واحد للاطلاع على التفاصيل.

<sup>1</sup> JEAN- François Dortier et autres: La Communication, Edition Sciences Humaines, Paris, 2002; P383.

وتعرض الباحثة فيما يلي الجدولين الخاصين بالنص الفائق مع تحليل بياناتهما:  
 جدول (56) يبين نوع الإحالة المستخدمة في النصوص الفائقة في الصحيفتين الإلكترونيتين  
 "الشروق أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		النص الفائق
%	ت	%	ت	%	ت	
85,14	1794	99,26	935	73,73	859	داخلية
14,86	313	0,74	7	26,27	306	خارجية
-	-	-	-	-	-	محلية
100	2107	100	942	100	1165	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن أهم الإحالات التي استخدمت في الصحف الإلكترونية الجزائرية، كانت إحالات داخلية بنسبة 99,26% بـ 935 نص فائق في موقع صحيفة El Watan، في حين جاءت بنسبة 73,73% بـ 859 تكرار في الشروق أون لاين، مما يفسر كثرة الاعتماد على الإحالات الداخلية من طرف موقعي الدراسة وإن كانت الصحيفة الإلكترونية تعتمد عليه بصفة مطلقة تقريبا، وذلك لقلة توفر روابط أو صلات بمواقع الخارجية، التي شكلت درجة الربط بها نسبة 0,74% بـ 7 تكرارات تمثلت أساسا بالربط بالموقع الإلكتروني Dailymotion الإلكتروني لمشاهدة بعض التقارير السمعية البصرية، بعدما توفر صورة للربط على الواجهة، أما بالنسبة للشروق أون لاين فقد كانت نسبة الإحالات الخارجية 26,27% بـ 306 تكرار ويرجع ذلك إلى ربط موقع الشروق أون لاين بمواقع أخرى على البوابة خاصة إذا ما تعلق الأمر بالشروق الرياضي، الشروق السياسي، الشروق News، الشروق العربي...إلخ.

جدول (57) يبين شكل النصوص الفائقة المستخدمة في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق

أون لاين" و"El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		النص الفائق
%	ت	%	ت	%	ت	
39,77	838	74,63	703	11,59	135	النص
6,55	138	2,02	19	10,21	119	الغرافيكي
53,68	1131	23,35	220	78,20	911	النص والغرافيكي
100	2107	100	942	100	1165	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 57 أن أهم نصوص الفائق المستخدمة كانت لصالح فئة "نص غرافيكي"، بنسبة 78,20% في الشروق أون لاين، في حين استخدم هذا النوع من الإحالات بشكل ضعيف في الصحيفة الإلكترونية El Watan إذ لم تتعد نسبته 23,35% بـ 220 تكرار، وقد بلغت فيها نسبة الإحالات على شكل نص 74,63% وهي نسبة كبيرة مقارنة بما سجله النص الفائق من نسبة على موقع الشروق أون لاين إذ لم تتعد 11,59%، أما بالنسبة إلى فئة الغرافيكي فقد احتلت نسبة 10,21% بـ 119 تكرار، أما في جريدة El Watan فقد قَدَّرت بـ 2,02%، من خلال نتائج الجدول نستنتج الاختلاف بين الصحيفتين الإلكترونيتين في نوع الوسائل الفائقة المستخدمة ففي الوقت الذي تكتفي فيه صحيفة El Watan وتركز على استخدام النصوص الفائقة، لا تجد صحيفة الشروق مانعا من استخدام الوسائل الفائقة بالاعتماد على نصوص، صور عادية وصور للقطات فيديو، لإثراء موقع الصحيفة وإضفاء صفة الجاذبية عليه.

## 5-1-6 الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

قبل التطرق إلى مضمون الوسائط المتعددة تجدر الإشارة إلى ما يلي:  
في الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة لم تجد الباحثة مقاطع صوتية ما عدا تلك التي كانت مصاحبة للفيديو.

تمثلت الوسائط المعتمدة في الصحف عينة الدراسة أساسا في مقاطع الفيديو التي استخدمت بكثرة في الشروق أون لاين. وبدرجة تكاد تكون منعدمة في موقع El Watan. الرسوم المتحركة بمعناها الحقيقي ك: "سلسلة من الصور الثابتة يتم عرضها في تعاقب زمني يؤدي إلى وهم الحركة، ويتم إنتاج صور متحركة باستخدام سلسلة من الإطارات مرسومة يمثل كل إطار منها لقطة"1، لم تستخدم في أي من صحيفتي الدراسة.

جدول (58) يبين التقنية المستخدمة في عرض الفيديو في الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و "El Watan"

المجموع		El Watan		الشروق أون لاين		الفيديو
%	ت	%	ت	%	ت	
-	-	-	-	-	-	بث مباشر
100	94	100	7	100	87	لقطات تسجيلية
100	94	100	7	100	87	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 58 أنه لم يتم استخدام تقنية البث المباشر في أي من الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة، في عرض مقاطع الفيديو على موقعهما، والتي بلغ عددها في الشروق أون لاين 87 مقطع فيديو في الشروق أون لاين، بث على أشكال مختلفة تقرير سمعي بصري، حوار سمعي بصري، ريبورتاج سمعي بصري.... إلخ حيث تم تحليل مضامينها في كل من فئة "نوع المادة الإعلامية" و "الفنون الصحفية"، أما بالنسبة لصحيفة El Watan فبثت فقط 7 مقاطع فيديو انطلاقا من الموقع الإلكتروني Dailymotion، ويظهر الفرق بين الصحيفتين في درجة حرصهما على إثراء موقع الصحيفة الإلكتروني والاستفادة من الإمكانيات الاتصالية لشبكة الإنترنت، إذ تظهر صحيفة الشروق أون لاين أكثر اجتهادا ساعية في ذلك إلى تطوير الموقع

<sup>1</sup> عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، مرجع سابق، ص 157.

وتحسينه، فيما تظهر جهود صحيفة El Watan محتشمة ولا تعبر عن صحيفة إلكترونية إذ إن شكلها أقرب إلى نسخة ورقية مصوّرة منه إلى صحيفة إلكترونية بآتم معنى الكلمة.

## 2-5 مقياس تفاعلية الصحافة الإلكترونية الجزائرية

رأينا فيما سبق أن مقياس هينر للتفاعلية من أكثر المقاييس شيوعا واستخداما في البحوث الإعلامية حيث يتوفر على سبعة مؤشرات هي: بعد تعدد الخيارات، بعد الجهد المبذول من طرف المستخدم، بعد الاستجابة للمستخدم، بعد سهولة الاتصال الشخصي، بعد سهولة إضافة معلومات، بعد مراقبة نظام المستخدم، وقد أضاف الباحث محمود حلمي محسب بعدا أساسيا في العملية التفاعلية تمثل في بعد سهولة الحصول على المعلومات ، إضافة إلى بعض التعديلات التي أجراها على مستوى فئات كل بعد، حيث قام بإلغاء بعض الفئات التي لم تعد صالحة للتطبيق وإضافة فئات جديدة أوجدها التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال، وقد تبنت الباحثة هذا المقياس الأخير حيث وجدت أنه الأصلح للتطبيق مع إجراء تعديلات أخرى عليه ستشرحها عند عرض وتحليل بيانات كل بعد.

### 1-2-5 البعد الأول تعدد الخيارات

تم تطبيق هذا البعد فيما سبق في العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية بالفئات الآتية: تعدد لغات البرمجة، الأرشفة، محركات البحث، الوسائط المتعددة، النص الفائق واللغات الحية، في حين أن الباحثة فضلت الاستغناء عن فئة لغة البرمجة لسبب رئيسي كون هذه الفئة تقنية محضة تخص إدارة الموقع بالدرجة الأولى، حيث ما يهم الدراسة أكثر هي الخيارات التي توفرها لغة برمجة دون أخرى وليس نوع اللغة في حد ذاته أو تعدد اللغات المعتمدة، لأنه إذا ما تم استعمال لغة برمجة متطورة فالأكيد أنها ستتيح العديد من الخيارات التي يتفاعل معها القارئ.



جدول (59) يبين فئات بعد تعدد الخيارات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

El Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد	
%	القيمة	%	القيمة		
75	1	25	-	داخل العدد	1- محركات البحث
	-		1	داخل الشبكة	
	1		-	الأعداد السابقة	
	1		-	تقسيمات الصحيفة	
	3		1	المجموع	
66,66	1	66,66	1	النسخة الورقية PDF	2- الأرشفة
	-		-	النسخة الإلكترونية HTML	
	1		1	أقسام المواضيع	
	2		2	المجموع	
33,33	-	100	1	اللغة العربية	3- تعدد اللغات
	1		1	اللغة الفرنسية	
	-		1	اللغة الإنجليزية	
	1		3	المجموع	
50	-	50	-	الرسوم المتحركة	4- الوسائط المتعددة
	1		1	الفيديو	
	-		-	مقاطع الصوت	
	1		1	الصور	
	2		2	المجموع	
66,66	1	66,66	1	داخلي	5- النص الفائق
	1		1	خارجي	
	-		-	محلي	
	2		2	المجموع	
50	-	50	-	اللون	6- التحكم بالشكل
	1		1	حجم الخط	
	1		1	المجموع	
57,89	11	57,89	11	المجموع العام للبعد	

يبين الجدول نتائج مقياس التفاعلية في بعده الأول والمتمثل في تعدد الخيارات والذي يحوي

الفئات الآتية:

**محركات البحث** ومدى توفرها حيث تم اقتراح أربع خيارات يمكن أن تستخدم من طرف موقع الصحيفة الإلكترونية، هي محركات البحث داخل العدد، داخل الشبكة، الأعداد السابقة، وتقسيمات المواضيع، وقد تم اقتراح القيمة 4 لقياس هذه الفئة، من خلال الجدول يتبين لنا أن الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين تحصل على القيمة 1 بنسبة 25%، وذلك لأنها توفر فقط

إمكانية البحث في شبكة للإنترنت، فبمجرد أن يكتب القارئ في الخانة المخصصة للبحث ما يريد الحصول عليه، فإنه يوجه بطريقة آلية إلى محرك البحث Google، أما بالنسبة للصحيفة الإلكترونية El Watan فقد حصلت على القيمة 1 لتوفرها على إمكانية البحث داخل العدد، القيمة 1 لفئة البحث داخل الأعداد السابقة، والقيمة 1 لفئة البحث داخل الأقسام، فيما لم تتحصل على أي نقطة فيما يخص البحث داخل الشبكة وذلك لعدم توفرها على هذا الاختيار، وبالتالي فإنها تحصلت على 3 نقاط من أربعة بنسبة 75%، وبالتالي فإن الصحيفة الإلكترونية El Watan كانت أكثر قدرة على توفير خيارات التفاعلية من الشروق أون لاين.

**الأرشفة** قدمت الباحثة القيمة 1 لخيار النسخة الورقية، القيمة 1 لخيار نسخة HTML، والقيمة 1 لفئة أقسام المواضيع، والمقصود بها توفير الصحيفة الإلكترونية للأرشيف على أساس الأبواب المعتمدة كأرشيف القسم الرياضي، السياسي، الثقافي... إلخ، وبالتالي فإن الصحيفة التي تتحصل على القيمة 3 تكون قد التزمت بأقصى درجات التفاعلية.

بالنسبة للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين فقد تحصلت على القيمة 1 لتوفيرها أرشيف الأعداد السابقة على شكل نسخة مصورة (PDF)، والقيمة 1 لتوفيرها للأرشيف على أساس أقسام المواضيع ولم تتحصل على أي قيمة لعدم توفرها على أرشيف نسخة HTML، وهي نفس النتيجة التي تحصلت عليها صحيفة El Watan نظرا لتوفيرها نفس الخيارات على موقعها، مع غياب أرشيف النسخة الإلكترونية وبهذا تكون قد تحصلنا على القيمة 2 من 3 بنسبة 66,66% في فئة الأرشيف.

**تعدد اللغات:** في هذه الفئة قدمت الباحثة القيمة 1 لكل من اللغة العربية، الفرنسية، والإنجليزية، وبالتالي تبلغ الصحيفة الإلكترونية أقصى درجات التفاعلية في هذه الفئة إذا ما وفرت المضمون الإعلامي باللغات الثلاثة، وهو ما وصلت إليه الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين حيث تحصل على القيم 3 من 3 في هذه الفئة بنسبة 100%، في حين تحصلت فقط صحيفة El Watan على قيمة 1 من 3 وذلك لحرصها فقط على توفير المضمون الإعلامي بلغة صدورها الأصلية وهي الفرنسية وذلك بنسبة 33,33%.

**الوسائط المتعددة** اقترحت الباحثة وحسب مقياس التفاعلية القيمة 1 لمقاطع الفيديو، القيمة 1 للرسوم المتحركة، والقيمة 1 للمقاطع الصوت، وبالتالي تصل الصحيفة الإلكترونية إلى أقصى درجات التفاعلية إذا تمكنت من تحقيق القيمة 3، وهذا ما لم تتمكن من تحقيقه أي من صحيفتي الدراسة حيث لم تتوفر كلتاها على كل من مقاطع الصوت، والرسوم المتحركة، وقد شرحت

الباحثة ذلك في الجداول الخاصة بالوسائط المتعددة، في حين تحصلنا على القيمة 1 بفضل المادة السمعية البصرية المتوفرة على موقعهما (الفيديو)، ونفس القيمة تحصلنا عليها بالنسبة لفئة الصور حيث تمكنتا من الحصول على نسبة 50% بالنسبة لهذه الفئة.

**النص الفائق:** يعبر إبحار الجمهور بين المضامين الإعلامية المختلفة نصية، فوتوغرافية، وسمعية وبصرية، عن مستوى التفاعلية المبنية على أساس النص الفائق والتي تمكن من ربط المستخدمين بالمضامين والانتقال بينها من خلال نقراته الانتقائية التي تعبر عن علاقة التفاعل بين المرسل والمضامين الإعلامية من جهة، وبين هذه الأخيرة والجمهور من جهة أخرى.<sup>1</sup>

قدمت الباحثة القيمة 1 للنص الفائق الداخلي، القيمة 1 للنص الفائق الخارجي، والقيمة 1 للنص الفائق المحلي، هذه القيمة الأخيرة لم تحصل عليها أي من صحفيتي الدراسة لعدم استخدامهما لهذا النوع من الإحالات، في حين تمكنتا معا من تحقيق نفس القيمة 2 من 3 بنسبة 66,66%، وإن كان حجم الإحالات الخارجية بالنسبة للصحيفة الإلكترونية El Watan محتشم اقتصر فقط على الإحالات الخاصة بمقاطع الفيديو كما سبق وأشارت إليه الباحثة في الجدول الخاص بالنص الفائق.

**التحكم بالشكل:** في هذه الفئة تم تقديم القيمة 1 للتحكم في اللون، والقيمة 1 للقدرة على التحكم في حجم الخط، وقد تحصلت صحفيتا الدراسة على نفس النتيجة أي 1 من 2 نظرا لعدم توفيرهما لإمكانية تغيير أو تعديل لون النص من طرف القارئ، وبالتالي تحصلنا فقط على 1 فيما يخص تعديل حجم الخط بنسبة 50%.

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين قد حققت 11 نقطة من أصل 19 فيما يخص بعد تعدد الخيارات حيث حققت نسبة 57,89%، وهي نفس النتيجة التي تحصل عليها صحيفة El Watan، وعليه فقد تساوت الصحيفتين الإلكترونيتين في درجة تحقيقهما للتفاعلية بالنسبة لعدد الخيارات.

<sup>1</sup> ALAIN Joannès: Le Journalisme à l'ère électronique; Librairie Vuibert, Paris, 2007, P44.

## 5-2-2 البعد الثاني سهولة الاتصال الشخصي

يعبر هذا البعد عن وسائل الاتصال الشخصي التي توفرها الصحف الإلكترونية بصفة عامة، وقد قامت الباحثة بإضافة شبكات التواصل الاجتماعي كفئة أساسية في هذا البعد باعتبارها فضاء جديد يمكن القراء من التواصل مع بعضهم البعض.

جدول (60) يوضح فئات بعد الاتصال الشخصي في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

El Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد
%	قيمة	%	القيمة	
25	1	25	1	خاص بالصحيفة
	-		-	خاص بالمحرر
	-		-	خاص بالقوى الفاعلة في النص
	-		-	خاص بمواقع خدمية
	1		1	المجموع
0	-	0	-	2- حجر الدردشة
0	-	100	1	3- المنتديات
100	1	100	1	4- الهاتف المباشر
100	1	100	1	5- مواقع التواصل الاجتماعي
37,5	3	50	4	المجموع العام للبعد

بالنسبة للبريد الإلكتروني فقد تم اقتراح أربعة فئات هي بريد إلكتروني خاص بالصحيفة، بريد إلكتروني خاص بالمحرر، بريد إلكتروني خاص بالقوى الفاعلية في النص، وبريد إلكتروني خاص بمواقع خدمية، حيث لم تتحصل صحيفتا الدراسة إلا على قيمة 1 من أصل 4 حيث لم يتوفر موقعهما إلا على البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة فقط، وبالتالي تحققت نسبة 25% بالنسبة لهذه الفئة.

فيما لم تتوفر صحيفتا الدراسة على حجر الدردشة وبالتالي لم تحققا القيمة المخصصة لهذه الفئة وهي 1. بالنسبة للمنتديات فقد حققت الشروق أون لاين قيمة 1 وذلك لاحتوائها على منتدى الشروق أون لاين عكس صحيفة التي لم توفر هذه الخدمة التفاعلية، في فئة الهاتف المباشر تمكنت صحيفتا الدراسة من الحصول على قيمة 1 بنسبة 100% فيما يخص هذه الفئة، وهي نفس النتيجة المحققة بالنسبة للصحيفتين فيما يخص فئة مواقع التواصل الاجتماعي حيث تخصص كل

من صحيفتنا الدراسة صحة لها على مواقع التواصل الاجتماعي لتتيح للجمهور التفاعل معها أولاً والتفاعل فيما بينهم بالدراجه الثانية وبالتالي حققتا القيمة 1 بنسبة 100%.

من خلال الجدول نستنتج أنه في بعد الاتصال الشخصي تحصلت الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على القيمة 4 من 8 بنسبة 50%، في حين تحصلت صحيفة El Watan على القيمة 3 من 8 بنسبة 37,5%، ويمكن القول أن الشروق أون لاين كانت أكثر اهتماماً بتوفير وسائل الاتصال الشخصي خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتديات مقارنة بصحيفة El Watan.

### 3-2-5 البعد الثالث الاستجابة للمستخدم

يقسم هذا البعد في مقياس هيبتر للتفاعلية إلى ثلاث فئات أساسية هي الاستجابة البشرية لرسائل القراء عبر البريد الإلكتروني، أو مدى استخدام برمجيات خاصة للإجابة الآلية، إضافة إلى أدوات خدمة المساعدة، وقد اعتمدت الباحثة بالاستناد إلى الدراسات السابقة "رسائل الإشعار بخطأ إلكتروني" كفئة رابعة حيث ترى أنها وثيقة الصلة بهذا البعد.

جدول (61) يبين فئات بعد الاستجابة للمستخدم في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

El Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد
%	القيمة	%	القيمة	
-	-	-	-	1- الإجابة البشرية
100	1	100	1	2- الإحالة على الوسيط الإلكتروني
-	-	-	-	3- أدوات خدمة المساعدة
-	-	-	-	4- رسائل الإشعار بالخطأ
25	1	25	1	المجموع

ينقسم هذا البعد إلى أربع فئات أساسية، تم اقتراح القيمة 1 لكل فئة تتوفر في موقع الصحيفة، فبالنسبة لمدى توفر عنصر الإجابة البشرية في الصحيفتين الإلكترونيتين والمقصود تخصيص شخص أو مسؤول معين، أو صحفي محرر، للرد على أسئلة القراء، وانشغالاتهم وتزويدهم بالتفاصيل، وقد كانت الباحثة قبل وأثناء فترة الدراسة تبعت برسائل استفسار للصحيفتين الإلكترونيتين، حيث أنها لم تتلق أي رد من طرف الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة على عكس الأسئلة والانشغالات التي بعثت بها إلى صحيفة الشروق أون لاين لم تجد أي رد على انشغالاتها.

بالنسبة لفئة الإحالة على الوسيط الإلكتروني والمقصود منها الإجابة على أسئلة القراء باستخدام برمجيات خاصة تتولى تصنيف مواضيع الأسئلة وتعددهم بالإجابة في أقرب وقت ممكن، وقد تحصلت كل من الشروق أون لاين و El Watan على القيمة 1 نظرا لتوفيرهما لهذه الخدمة على حد سواء، حيث أنها تخصص برنامجها معدا من أجل الرد الأوتوماتيكي على أسئلة القراء وانشغالاتهم.

أدوات خدمة المساعدة ويقصد بها مدى توفر محرك بحث يحتوى على أغلب الانشغالات التي قد يطرحها القارئ أو زائر الموقع من خلال توفيرها في شكل فئات يختار منها ما له علاقة بما يحتاجه كمشاكل تقنية، كيفية تحميل بعض الصفحات..إلخ، حيث لم تتحصل أي من الصحيفتين الإلكترونيتين على القيمة المتصلة بهذا الخدمة لعدم توافرها على موقعيهما.

نفس النتيجة سجلت فيما يخص رسائل الإشعار بالخطأ، والمقصود بها تلك الرسائل التي تنبه القارئ أو الزائر إلى وقوعه في خطأ معين لدى زيارته للموقع أو طلبه للمعلومات كأن يخطئ في الجهة المسؤولة عن تلبية احتياجاته أو الإجابة عن انشغالاته، حيث لم تتحصل صحفتنا الدراسة على القيمة المقترحة لهذه الفئة.

وبهذا فإن مجموع القيم المحصل عليها في الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة لم يتعد القيمة 1 على 4 بنسبة 25%، ويمكن القول عموما أن الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة لم توفق بعد في تحقيق التفاعلية مع قرائها من خلال مختلف فئات هذا البعد المتمثل في الاستجابة للمتلقي.

## 4-2-5 البعد الرابع سهولة إضافة معلومات

جدول (62) يبين فئات بعد سهولة إضافة معلومات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

El Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد
%	القيمة	%	القيمة	
100	1	100	1	الاستفتاءات
100	1	100	1	التعليقات
100	1	-	-	تزويد الصحيفة بالأخبار والمعلومات
100	1	-	-	مدونات
100	1	100	1	إضافة إعلانات
-	-	-	-	إضافة إعلانات اجتماعية
-	-	-	-	دفتر الزوار
100	1	100	1	مشاركة وإرسال الأخبار إلى الأصدقاء
100	1	100	1	الإعجاب
77,78	7	55,56	5	المجموع

تبين النتائج المحصل عليها في الجدول مدى التزام الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة بتحقيق مبدأ التفاعلية من خلال تمكين زوار موقعها من إضافة معلومات بطريقة سهلة وسلسة. فبالنسبة للاستفتاءات التي تقترحها الصحف الإلكترونية عادة على مواقعها والتي تحاول من خلالها استقصاء آراء القراء حول مختلف القضايا والأحداث الوطنية والدولية، وبالتالي فقد توصلت كل من صحيفتنا الدراسة إلى تحقيق القيمة 1 لكل منهما.

أما فضاء **التعليقات** الذي يوفر عادة في صفحات الصحف الإلكترونية بعد نشر الأخبار والمواضيع كفرصة للقراء لإبداء آرائهم حول ما نشر فقد حرصت صحيفتنا الدراسة على تمكين القراء من الإدلاء بتعليقاتهم وآرائهم على مواقعها، وبذلك فقد توصلت كل واحدة منهما إلى القيمة 1 بالنسبة لهذه الفئة.

فئة **تزويد الصحيفة بالأخبار والمعلومات** حيث تمكن الصحيفة الإلكترونية El Watan، قراءها وجمهورها من تزويدها بالأخبار وبالتالي فقد تحصلت على القيمة 1، في حين يصعب بل يستحيل إضافة معلومات أو أخبار للموقع الإلكتروني للشروق أون لاين.

**المدونات:** تعتبر المدونات مظهرا من مظاهر الإعلام الجديد على شبكة الإنترنت التي فسحت المجال أمام الأشخاص لنشر أفكارهم ومنجاتهم الأدبية على صفحات إلكترونية خاصة، وتوفر الصحافة الإلكترونية بصفة عامة هذا الاختيار لقراءها وذلك بغية أن يكون مجال التعبير أكثر اتساعا مما توفره التعليقات التي تكون محددة عادة بعدد الكلمات، وقد تحصلت صحيفة El Watan على القيمة 1 نظرا لتخصيصها لفضاء إلكتروني خاص بمدونات القراء والمساهمين. في حين غابت هذه الوسيلة التفاعلية عن موقع الشروق وترجع الباحثة ذلك إلى تعويض ذلك من طرف إدارة الصحيفة بمنشورات الشروق أون لاين، في حين لا تحوي الصحيفة الإلكترونية El Watan على المنشورات فتم تعويضها بالمدونات

**إضافة إعلانات:** بإمكان زوا كلا من الصحيفتين الإلكترونية إضافة إعلانات خدمية أو تجارية في أي وقت، تتولى إدارة الموقع تصنيفه وإكمال الإجراءات اللازمة مع صاحب الإعلان (الأجرة)، ثم يتم نشره مباشرة على موقع الصحيفة.

**إضافة إعلانات شخصية أو اجتماعية:** كإعلانات الزواج والوفيات والتعازي غير ممكن وغير متوفر لذا لم تحصل صحيفتا الدراسة على أي نقطة بالنسبة إلى هذه الفئة.

**دفتر الزوار:** هو عبارة عن سجل إلكتروني يسجل فيه الزائر بياناته شخصية ويحفظ صورته انطباعاته حول الصحيفة، خدماتها، آخر التطورات التي تحدث معه، لكن هذه الخدمة غير متوفرة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة لذا لم تحصل أي من الصحيفتين على نقطة معينة فيما يخص هذه الفئة.

**مشاركة وإرسال الأخبار إلى القراء:** تحصلت كل من صحيفتا الدراسة على نقطة واحدة لكل منهما نظرا لتوفرهما على هذه الخدمة التي تتيح التفاعل بين جمهور الصحيفتين.

**الإعجاب بمحتوى المادة الإعلامية:** متاح من خلال توفر شبكات التواصل الاجتماعي وبالتالي تحصلت صحيفتا الدراسة على القيمة المقترحة لهذه الفئة.

من خلال الجدول يتبين أن الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين تحصلت على 5 نقاط من أصل 9 بنسبة 55,56%، في حين تمكنت El Watan من الحصول على 7 نقاط بنسبة 77,78 ما يدفعنا إلى الحكم بأنها كانت أكثر توفيقا في الالتزام بفئات البعد الخاص بسهولة إضافة المعلومات إلى موقع الصحيفة.



وتجدر الإشارة إلى أن عملية تسهيل إضافة المعلومات للقراء تفيد الصحيفة الإلكترونية والصحفي بشكل خاص، حيث تمكنه من العثور على آثار مادته الإعلامية من خلال الآراء والتعليق وبعض الأفكار الهامة التي قد تفيده في كتاباته القادمة، التعرف على قادة الرأي الافتراضيين الذين يفيده في العملية التفاعلية مع جمهور القراء، حيث تثبت الدراسات أنه بفضل 20% إلى 25% من الآراء والتعليق وردود الفعل حول المضمون الإعلامي يتمكن الصحفي من تعديل وتطوير مستوى كتابته.

كما تشكل عملية تحليل التعليقات والمدونات لصحيفة معينة سلاح هام يمكن أن تستغله المؤسسات الصحفية المنافسة حتى تتعرف على نقاط ضعف المادة الإعلامية المقدمة للقراء وتحاول من خلالها تعديل وتطوير مضمونها من خلال الكشف عما يريده القراء من التطرق إلى مواضيع أوم إلقاء الضوء على بعض النقاط التي لا تزال مهمة إعلاميا. حيث تعتبر التعليقات والأفكار التي يزود بها القراء موقع الصحيفة أهم بكثير من إجاباتهم على الاستفتاءات واستطلاعات الرأي المنظمة من طرف الصحف الإلكترونية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> ALAIN Joannès: Le Journalisme à l'ère électronique Op cit, P195-196.

## 5-2-5 البعد الخامس سرعة وسهولة الحصول على المعلومات (الجهد المبذول)

جدول (63) يبين فئات بعد سرعة وسهولة الحصول على المعلومات في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

EL Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد	
%	القيمة	%	القيمة		
100	1	100	1	1-التحديث	
100	3	100	3	نقرة واحدة	2-سرعة الحصول على المعلومات
	-		-	نقرتين	
	-		-	ثلاث نقرات	
	3		3	المجموع	
100	1	100	1	3-تقديم المعلومات حسب الطلب RSS	
100	-	100	1	4-تقديم المعلومات عبر الهاتف المحمول	
100	1	100	1	5-تقديم المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
100	1	100	1	6-دليل الفهرس	
33,33	-	100	1	الأكثر قراءة	7-تصنيف الأخبار
	-		1	الأكثر تعليق	
	1		1	آخر الأخبار	
	1		3	المجموع	
72,73	8	100	11	المجموع العام للبعد	

يوضح الجدول رقم 63 البعد الخامس المتمثل في سرعة حصول جمهور الصحافة المكتوبة على المعلومات والأخبار ومدى توفر الوسائل التي تسهل ذلك و يحتوي هذا البعد على الفئات الآتية:

فئة التحديث إذ كلما تمكنت الصحيفة الإلكترونية من تحديث الأخبار فور وقوع الأحداث تمكن الجمهور من الحصول على آخر المستجدات بسرعة، والملاحظ أن كل من صحيفتي الدراسة تهتم بتحديث مضامينها وترفق ذلك بتوقيت عملية التحديث في كل مرة، ويكون التحديث وفق الوقائع والأحداث حيث كلما يرد خبر إلى الصحيفة تتمكن هذه الأخيرة من نشره على موقعها وهي الميزة الأساسية التي تتسم بها الصحف الإلكترونية بصفة عامة إذا ما أحسنت استخدام المزايا الاتصالية لشبكة الإنترنت حيث يعد التحديث والفورية من ميزات الأولى، وبهذا وحسب المقياس فقد

تحصلت كل من الشروق أون لاين، و EL Watan على القيمة 1 بنسبة 100% فيما يخص هذه الفئة.

فئة سرعة الحصول على المعلومات: بعد طلبها بصفة مباشرة من الموقع، وقد أثبت التعامل مع صحيفتي الدراسة أن القارئ بإمكانه الحصول على المعلومات التي طلبها من النقرة الأولى، وكان المقياس قد اقترح 3 نقاط لفئة "نقرة واحدة"، نقطتين لفئة "نقرتين"، ونقطة واحدة لفئة "نقرة واحدة"، وعليه فإن صحيفتا الدراسة قد تحصلتا على 3 نقاط بنسبة 100%.

خدمة RSS اختصار للتعبير Really Simple Syndication وهي خدمة لمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر وبدون الحاجة إلى زيارة الموقع، تقدم عنوان الخبر، ومختصر لنصه، ورابط لنص الخبر الكامل على الموقع.<sup>1</sup> وقد توفرت هذه الخدمة في كلا من موقعي الدراسة لتتوصل بذلك الصحيفتين على القيمة 1 بنسبة 100% لكلا منهما.

تقديم المعلومات عبر الهاتف المحمول هذه الخدمة التي وفرها موقع الصحيفة الشروق أون لاين حيث حقق القيمة 1 بنسبة 100% ويكون بذلك قد تفوق على موقع صحيفة EL Watan التي لم تسجل أي نقطة في هذه الفئة.

تقديم معلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: حيث أنه وبمجرد التواصل الأول مع الصفحة مخصصة للصحيفة الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، يصبح من السهل على كل مستخدم الإنترنت استقبال آخر الأخبار والمستجدات على صفحاتهم الخاصة، وبهذا فقد تحصلت صحيفتا الدراسة على نقطة لكلا منهما بنسبة 100%.

دليل الفهرس: يكتسب الفهرس أهميته من الدور الذي يلعبه فيما يخص تسهيل الحصول على المعلومات وعدم تضيق وقت القارئ بفضل بنائه الذي يقوم على أساس مختلف أقسام الصحيفة الإلكترونية ومحتوياتها، وقد تحصلت كل من صحيفتي الدراسة على نقطة لكل واحدة بنسبة 100%.

فئة تصنيف الأخبار إلى الأكثر قراءة، أو الأكثر تعليقا، أو أهم الأخبار تعبر هي الأخرى عن مدى تسهيل عملية الحصول على الأخبار حيث يمكن أن يبدأ انتقاء القارئ للمادة الإعلامية انطلاقا من هذه التصنيفات على موقع الصحيفة الإلكترونية، وقد تم اقتراح نقطة لكل اقتراح، حيث تحصلت الشروق أون لاين على ثلاث نقاط بنسبة 100%، في حين لم تحقق صحيفة EL Watan إلا نسبة 33,33% لاحتوائها فقط على فئة أهم الأخبار.

<sup>1</sup> ALAIN Joannès: Le Journalisme à l'ère électronique Op cit, P 71.

وبهذا فإن المجموع العام لهذا البعد بالنسبة للشروق أون لاين فهو العلامة الكاملة أي 11 بنسبة 100%، في حين تحصلت صحيفة EL Watan على 8 من أصل 11 بنسبة 72,73%، فبالنسبة لبعد سهولة الحصول على معلومات نجد أن الشروق أون لاين قد وفقت في درجة اهتمامها بهذا البعد وذلك حرصا منها على تسهيل الخدمة الإعلامية لجمهور القراء.

#### 6-2-5 البعد السادس مراقبة نظام الاستخدام

جدول (64) يبين فئة بعد مراقبة نظام الاستخدام في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

El Watan		الشروق أون لاين		فئات البعد
%	القيمة	%	القيمة	
50	-	50	-	الكعك
	1		1	تسجيل الدخول
	1		1	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن الصحيفتين عينة الدراسة لا تستخدمان تقنية الكعك لإحصاء عدد زوار الموقع، وبالتالي لم يتم تسجيل أي قيمة بالنسبة لهذه الفئة، أما بالنسبة لفئة تسجيل الدخول فإن الصحيفة الإلكترونية El Watan تشترط تسجيل القارئ في الموقع خاصة إذا ما تعلق الأمر بطلب خدمات معينة كإضافة إعلان، التزويد بالأخبار، البحث عن المعلومات أو الأرشيف، وبذلك تكون قد سجلت نقطة في هذه الفئة بنسبة 50%، في حين أن الشروق أون لاين كانت بدورها تستخدم هذه الطريقة للتعرف أكثر على جمهورها وإحصائهم وبالتالي فقد حققت التفاعلية بالنسبة لهذا البعد بنسبة 50%.

## الفصل السادس

اتجاه الجمهور الجزائري

نحو الصحافة الإلكترونية

الجزائرية

## 1-6 خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية

يتميز جمهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة بمجموعة من الخصائص يتم عرضها فيما يلي:

الجدول (65) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	297	78,8
أنثى	80	21,2
المجموع	377	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن 78,8% من أفراد العينة ذكور وهي نسبة كبيرة ومعتبرة إذا ما تمت مقارنتها بنسبة الإناث التي بلغت 21,2% والتي يمكن إرجاعها إلى متطلبات استخدام شبكة الإنترنت والاتصال بمواقعها عموماً، والصحافة الإلكترونية بشكل خاص، حيث أن الصحافة الإلكترونية لها من الخصوصية ما يجعل استخدامها والاطلاع على محتواها يختلف عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى، بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم تسجيل معظم الإجابات خلال أوقات العمل بالدرجة الأولى حيث أن معظم المجيبين من الذكور موظفين في الإدارات العمومية، وهي الوظيفة التي تسمح لصاحبها بتصفح مواقع الصحف الإلكترونية خلال أوقات العمل، بالنسبة للإناث فقد كانت الباحثة تتلقى منهن الردود والإجابات خاصة في عطل نهاية الأسبوع، وهو الشيء الذي يفسر هذا الفارق في النسب بين الذكور والإناث.

الجدول (66) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
24,93%	94	[29-19]
35,28%	133	[39-29]
23,61%	89	[49-39]
13,79%	52	[59-49]
2,39%	9	[69-59]
100%	377	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة بلغت 35,28%، كانت لفئة 39-29، تليها فئة 29-19 بـ 24,93%، في حين كانت أصغر نسبة 2,39% لفئة 69-59، وهذا ما يعكس الطبيعة الفتية لجمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث غلبت فئة الشباب على باقي الفئات العمرية لعينة الدراسة، ذلك أن هذه الفئة هي أكثر فئات المجتمع استعمالاً للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وتبنيها لها، وأكثرها قدرة على التأقلم مع التغير الحاصل في البيئة الإعلامية.

الجدول (67) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
0,26	1	ابتدائي
14,59	55	متوسط
34,22	129	ثانوي
50,93	192	جامعي
100	377	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول، أن نسبة أفراد العينة ذوو المستوى الجامعي قد بلغت 50,93% وهي أعلى نسبة، في حين كانت أصغر نسبة 0,26% لفئة الابتدائي، وهذا ما يؤكد المستوى العلمي والثقافي المرتفع لجمهور الصحافة الإلكترونية، ويعد الجمهور ذو المستوى الجامعي أكثر إقبالا على استخدام وتصفح مواقع الصحافة الإلكترونية لأنه الأقدر على التحكم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال واستعمالها بشكل صحيح من جهة، ومن جهة أخرى فإن مواقع الصحف الإلكترونية لا تعتبر مواقع للتسلية والترفيه بقدر ما تكون مواقع لطلب المعلومات والاستزادة في الأخبار خاصة في ظل الطبيعة الاتصالية لشبكة الإنترنت وهو ما يجعلها مقصودة من طرف فئة لها من المستوى التعليمي ما يؤهلها لأن تكون الأجدر والأمثل مقارنة بالفئات الأخرى.



## 2-6 اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية

جدول (68) يبين الاتجاه نحو العبارة: تنفرد الصحف الإلكترونية الجزائرية بتقديم الأحداث فور وقوعها مقارنة بالصحف الورقية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	112	29,71	560
موافق	166	44,03	664
محايد	55	14,59	165
معارض	29	7,69	58
معارض بشدة	15	3,98	15
المجموع	377	100	1462
متوسط شدة الاتجاه	3,88		

يتبين لنا من خلال الجدول أن أكبر نسبة من جمهور الصحافة الإلكترونية قد أجابوا بالموافقة على العبارة إذ يرون أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تتميز مقارنة بالصحف الورقية بسمة الفورية التي تسمح لها بتقديم الأحداث بالجمهور حال وقوعها، وذلك بـ 44,03%، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الجمهور الذي كان موافقا بشدة على هذه العبارة 29,71%، نسبة الحياد بالنسبة لهذه العبارة بلغت 14,59%، وقد أجابت أصغر نسبة من الجمهور الجزائري وهي 3,98% بالمعارضة بشدة، ما يعني الاتجاه الإيجابي العام للجمهور الجزائري نحو سمة الفورية للصحافة الإلكترونية، حيث أن أكثر النسب كانت لصالح الموافقة أو الموافقة بشدة، ما يعني أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية قد وُفقت إلى حد معين في توفير هذه السمة، وهو ما تعكسه شدة الاتجاه التي بلغت 3,88 ما يعني أن اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة هو اتجاه إيجابي قوي.

جدول(69) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحف الإلكترونية الجزائرية بوتيرة بطيئة في تحديث الأخبار

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	65	17,24	65
موافق	121	32,10	242
محايد	103	27,32	309
معارض	68	18,04	272
معارض بشدة	20	5,30	100
المجموع	377	100	988
متوسط شدة الاتجاه		2,62	

يوضح الجدول أن نسبة الجمهور الموافق على هذه العبارة قد بلغت 32,10% وهي أعلى نسبة في الجدول، تليها مباشرة نسبة الأفراد الذين أجابوا بالحياد بنسبة 27,32%، في الوقت الذي احتلت فيه نسبة الأفراد المعارضين لهذه العبارة التي تعد سلبية فيما يخص سمة تحديث الأخبار التي يتعين على الصحافة الإلكترونية الجزائرية الإلزام بها 18,04%، أما أصغر نسبة فقد مثلتها فئة المعارضين بشدة لفكرة العبارة أي بطء تحديث الأخبار والمعلومات وقدرت بـ 5,30%.

من خلال الاتجاه نحو العبارة وهو 2,62% وهو اتجاه سلبي متردد نحو الحياد بالنسبة لسمة التحديث في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، رغم أن عملية تحليل المضمون كشفت أنها حريصة على تحديث أخبارها بين الحين والآخر، لكن ما تكشفه النتائج المبينة بالجدول أن عملية التحديث لا تتم بالوتيرة التي ينتظرها الجمهور من الصحف الإلكترونية الجزائرية، خاصة وأنه في فترة الدراسة لم تكن صحف العينة تستخدم الشريط الخاص بالأخبار العاجلة، والذي تطلق عليه الشروق أون لاين أبرز التطورات، لذا غلب على اتجاه الجمهور نحو العبارة صفة الحياد السلبي.

جدول (70) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمصادقية محتوياتها

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	62	16,44	310
موافق	121	32,09	484
محايد	108	28,65	324
معارض	53	14,06	106
معارض بشدة	33	8,75	33
المجموع	377	100	1257
متوسط شدة الاتجاه		3,33	

يبين الجدول رقم 70 أن أعلى نسبة من جمهور الصحف الإلكترونية الجزائرية كانت موافقة بنسبة 32,09% على هذه العبارة التي تحاول الكشف عن مدى مصداقية الصحف الإلكترونية الجزائرية، في حين بلغت نسبة الحياد 28,65%، أما عن الجمهور الجزائري الموافق بشدة على هذه العبارة فقد قدرت نسبته 16,44%، أما أصغر نسبة فقد كانت لصالح فئة المعارضين بشدة وبلغت 8,75%.

شدة الاتجاه حسب ما يوضحه الجدول قدرت بـ 3,33 وتعتبر عن اتجاه قوي متردد نحو الحياد، ما يؤكد أن الجمهور الجزائري قد وافق إلى حد ما على مضمون العبارة أي مصداقية الصحف الإلكترونية لكن ذلك يبقى في حدود الحياد حيال هذه الوسيلة الإلكترونية التي ورغم الممارسة والخبرة الإعلامية للمؤسسات الصحفية التي تصدرها إلا أنها في نظر الجمهور تبقى مرتبطة بالإنترنت والإعلام الإلكتروني الذي يعتبر جديدا على المجتمع الجزائري الذي لا يزال محافظا تجاه مضمونه.

جدول (71) يبين الاتجاه نحو العبارة: تستعين الصحف الإلكترونية الجزائرية بمصادر إخبارية متنوعة

شدة الاتجاه	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق بشدة	86	22,81	430
موافق	178	47,21	712
محايد	61	16,18	183
معارض	32	8,49	64
معارض بشدة	20	5,30	20
المجموع	377	100	1409
متوسط شدة الاتجاه		3,74	

يبين الجدول رقم 70 أن أعلى نسبة من الجمهور الجزائري كانت موافقة على مضمون العبارة التي تطرقت إلى تنوع مصادر المادة الإخبارية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث قدرت بـ 47,21%، في حين كانت نسبة الأفراد الذين كانوا موافقين بشدة 22,81%، نسبة الحياد نحو هذه العبارة بلغت 16,18%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح فئة المعارضين بشدة بنسبة 5,30%.

وقد قدر متوسط الاتجاه نحو هذه العبارة 3,74 وهو اتجاه إيجابي قوي يعبر عن رضا الجمهور اقتناعه بشبكة المصادر المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث اكتشفت الباحثة من خلال عملية تحليل مضمون الصحف الإلكترونية، أن هذه الأخيرة تحوز على كم من المصادر المتنوعة بين التقليدية كالمراسل، الصحفي، وكالات الأنباء والبعثة الخاصة. والمصادر الحديثة التي أفرزها واقع الإعلام الجديد كالمواقع الإعلامية والإنترنت التي تعد مصدرا مهما يمكن أن تعتمد عليه الصحف الإلكترونية للحصول على أحدث الأخبار والمواضيع.

جدول (72) يبين الاتجاه نحو العبارة: تحتوي الصحف الإلكترونية الجزائرية على عدد أكبر من الأخبار والمواضيع مقارنة بالصحف الورقية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	76	20,16	380
موافق	163	43,24	652
محايد	66	17,51	198
معارض	47	12,46	94
معارض بشدة	25	6,63	25
المجموع	377	100	1376
متوسط شدة الاتجاه		3,65	

يتضح لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة من الجمهور الجزائري كانت موافقة على هذه العبارة التي تتناول خاصية كم الأخبار والمواضيع التي تتضمنها الصحف الإلكترونية مقارنة بالورقية، وذلك بنسبة 43,24%، في حين قدرت نسبة الذين وافقوا بشدة 20,16%. نسبة الحياد بالنسبة لهذه العبارة بلغت 17,51%، في الوقت الذي كانت فيه نسبة 6,63%، من الجمهور الجزائري معارضة بشدة وهي أصغر نسبة في الجدول.

وقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 3,65 وهي تعبر عن اتجاه إيجابي قوي نحو العبارة، إذ وافق الجمهور على تميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية وقدرتها على نشر كم هائل ومتنوع من الأخبار مقارنة بالصحف الورقية التي تكون فيها مساحة النشر محدودة بعدد الصفحات، وهو الأمر الذي يجعل معظم الصحف الإلكترونية خاصة تلك التي تعتمد على أسلوب البوابات في إخراجها مثل الشروق أون لاين التي توفر على موقعها كم هائل ومتنوع من الأخبار والمواضيع منها ما ينشر في النسخة الورقية للشروق اليومي، ومنها ما هو تابع لبعض المواقع المتصلة بها كموقع الشروق العربي، الشروق الرياضي، إضافة إلى الفيديوهات التي تبث على قنوات الشروق التلفزيونية، ما يجعل الموقع يبدو للجمهور ثريا ومتنوعا ومشعبا بالأخبار والمواضيع.

جدول (73) يبين الاتجاه نحو العبارة: تنشر المواضيع في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنفس الأسلوب المعتمد في الصحافة الورقية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	63	16,71	63
موافق	152	40,32	304
محايد	80	21,22	240
معارض	59	15,65	236
معارض بشدة	23	6,10	115
المجموع	377	100	958
متوسط شدة الاتجاه	2,54		

من خلال الجدول يتبين لنا أن الجمهور الجزائري قد أجاب بالموافقة بنسبة 40,32% على هذه العبارة السلبية التي ترى أنه لا يوجد اختلاف في أسلوب نشر الأخبار بين الصحف الإلكترونية الجزائرية ونسخها الورقية، في الوقت الذي قدرت فيه نسبة الذين أجابوا بالحياد نسبة 21,22% وهي ثاني أعلى نسبة حسب الجدول. نسبة الجمهور الموافق بشدة على مضمون العبارة بلغت 16,71%، في الوقت الذي احتلت فيه نسبة الجمهور المعارض على هذه الفكرة 6,10%، وهي أصغر نسبة في الجدول.

وقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,54 وهي تعبر عن اتجاه سلبي متردد نحو الحياد، وهذا يرجع إلى ارتفاع نسبة الموافقين على هذه العبارة السلبية، حيث وفعلا وقد أثبت تحليل المضمون ذلك أن كل ما ينشر من أخبار ومقالات ومواد سمعية بصرية في الوسائل التقليدية، يقدم بنفس الطريقة على موقع الصحيفة الإلكترونية حيث أن الأخبار تنشر بنفس العنوان، نفس التقديم، ونفس التفاصيل وكأننا نقلب فقط صفحات الصحيفة الورقية التي تتحول إلى إلكترونية، ما عدا نسبة قليلة جدا من بعض المواد الإعلامية التي طبقت عليها قواعد التحرير الإلكتروني.

جدول (74) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز بعض الصحف الإلكترونية بأيقونات أرشيفية غير فعالة تؤدي إلى مضمون فارغ

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	58	15,38	58
موافق	126	33,42	252
محايد	125	33,16	375
معارض	47	12,47	188
معارض بشدة	21	5,57	105
المجموع	377	100	978
متوسط شدة الاتجاه		2,59	

يبين الجدول أن نسبة الجمهور الجزائري الموافق على مضمون العبارة قد جاءت متقاربة مع فئة الجمهور المحايد، حيث بلغت النسبتان على التوالي 33,42%، و33,16%، في حين بلغت نسبة الجمهور الموافق بشدة 15,38%، أما أصغر نسبة فقد مثلتها فئة الجمهور المعارض بشدة لمضمون العبارة الذي يسלט الضوء على خدمة الأرشيف المقدمة على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وقد قدرت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,59 حيث تعبر عن وجود اتجاه متردد نحو الحياد مرده تقارب نسبي كل من الجمهور الموافق والجمهور المحايد لمضمون العبارة، وقد ارتفعت نسبة الحياد في هذه العبارة كون نسبة كبيرة تستعمل الصحافة الإلكترونية من أجل الاطلاع على أبرز الأحداث والتطورات، وناذرا ما يطلبون خدمة الأرشيف، في حين ارتفعت نسبة الموافقين كذلك، وهذا راجع إلى حقيقة مضمون العبارة خاصة بالنسبة لبعض الصحف، حيث أنه وطيلة فترة الدراسة ومن خلال عملية تحليل المضمون كانت أيقونة الأرشيف الخاصة بصحيفة الشروق أون لاين معطلة وفارغة، حيث كانت الباحثة تلجأ إلى مواقع خاصة بحفظ صفحات الويب من أجل الاطلاع على أرشيف الصحيفة، وهذا الأمر لا ينطبق على كل الصحف الإلكترونية إذ يوجد منها

ما وفق إلى حد كبير في توفير أرشيف ثري ومنظم للنسختين الإلكترونية والمصورة، هذا ما يفسر شدة الاتجاه المحصل عليها فالأمر يختلف باختلاف الصحف الإلكترونية.

جدول (75) يبين الاتجاه نحو العبارة: يمكن في الصحافة الإلكترونية الجزائرية الاطلاع على كل المواضيع الحديثة والقديمة منها عن طريق خدمة الأرشيف

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	76	20,16	380
موافق	151	40,05	604
محايد	91	24,14	273
معارض	37	9,81	74
معارض بشدة	22	5,84	22
المجموع	377	100	1353
متوسط شدة الاتجاه		3,59	

يوضح الجدول رقم 74 أن نسبة الجمهور الموافق على هذه العبارة الإيجابية التي تتطرق إلى نوعية خدمة الأرشيف المقدمة من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية قد بلغت 40.05%، في حين جاءت نسبة الحياد في المرتبة الثانية بنسبة 24,14%، وقد كانت نسبة المعارضين للعبارة 9,81، في الوقت الذي كانت في آخر مرتبة لفئة المعارضين بشدة بنسبة 5,84%،

وقد بلغت شدة اتجاه الجمهور نحو العبارة 3,59 وهي تعبر عن اتجاه إيجابي قوي يعكس رضا الجمهور الجزائري عن خدمة الأرشيف المقدمة من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية، فقبل ظهور هذه الأخيرة كانت فكرة الحصول أو البحث عن عدد سابق أو قديم للصحيفة تكاد تكون مستحيلة، لكن الآن وبفضل ما تتيحه الإنترنت من إمكانيات اتصالية أصبح بإمكان الجمهور الاطلاع على أي موضوع لم يستطع قراءته وقت نشره، والبحث عن أي عدد سابق، لذا فإنه يتعين على الصحف الإلكترونية التي تعد خدمة الأرشيف ناقصة بها تحسينها فوراً قصد إرضاء حاجات الجمهور الإعلامية.



جدول (76) يبين الاتجاه نحو العبارة: توفر الصحافة الإلكترونية الجزائرية للقارئ هامشا للتعبير عن رأيه بكل حرية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	84	22,28	420
موافق	169	44,83	676
محايد	63	16,71	189
معارض	37	9,81	74
معارض بشدة	24	6,37	24
المجموع	377	100	1383
متوسط شدة الاتجاه		3,67	

يبين الجدول رقم 76 أن نسبة 44,83% من جمهور الصحافة الإلكترونية أجابت بالموافقة على مضمون العبارة الخاصة بمدى توفر هامش للقراء في مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية للتعبير عن رأيهم بكل حرية، وهي أعلى نسبة بالجدول تليها نسبة الموافقين بشدة التي بلغت 22,29%، نسبة الحياد بالنسبة لهذه العبارة قُدرت بنسبة 16,71%، وهي فئة الجمهور غير المهتم باستخدام هذا الفضاء المتاح من طرف الصحف الإلكترونية التي يطالعها فقط لطلب الأخبار والمعلومات، أصغر نسبة كانت حسب الجدول لصالح فئة الجمهور الجزائري المعارض بشدة لمضمون العبارة، ومن خلال إلقاء نظرة سريعة يمكن أن نقول أن طابع الموافقة قد طغى على الجدول مقارنة بالنسب الخاصة بالمعارضة.

لنقدّر شدة الاتجاه بـ 3,67 وهي تعبر عن اتجاه إيجابي قوي نحو العبارة المقدمة لجمهور الصحافة الإلكترونية، بمعنى أن هذا الأخير على وعي بتوفر وسائل التفاعل والإدلاء بالرأي المتنوعة المتاحة عبر المواقع الإعلامية الجزائرية من فضاءات للتعليق، استفتاءات، منتديات، مدونات.. إلخ، والدور الذي تلعبه من خلال إعطاء الفرصة للقارئ حتى يعبر عن رأيه وهي تعد أهم خاصية يمكن أن تميز الصحف الإلكترونية صفة عامة التي يجب أن تحرص على توفير هذه الفضاءات والوسائل لتوطيد العلاقة بينها وبين جمهور القراء.

جدول (77) يبين الاتجاه نحو العبارة: ينشر أي رأي أو تعليق من قبل القراء مباشرة على موقع الصحيفة دون حذف أو إضافة

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	59	15,65	295
موافق	117	31,03	468
محايد	100	26,53	300
معارض	63	16,71	126
معارض بشدة	38	10,08	38
المجموع	377	100	1227
متوسط شدة الاتجاه	3.25		

من خلال الجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة كانت لصالح الجمهور الجزائري الموافق على مضمون العبارة المتعلقة بمدى نشر الصحيفة الإلكترونية للآراء والأفكار على موقعها بدون حذف، الذي بلغت نسبته 31,03%، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الموافقين بشدة 15,65%، وتعبّر هاتين الفئتين عن الجمهور الذي سبق له وأن بعث بآرائه وتعليقه إلى موقع الصحيفة الإلكترونية ونشرت مباشرة دون أي تعديل، في حين قدرت نسبة الجمهور المحايد 26,53%، وهي تعبّر عن الجمهور الذي يعلم بوجود فضاءات للتعبير عن رأيه لكنه لم يسبق وأن تعامل معها، لتبلغ نسبة المعارضين بشدة نسبة 10,08%، وهي أصغر نسبة في الجدول.

لتقدر شدة الاتجاه نحو العبارة الخاصة بمدى نشر الآراء والتعليق بدون حذف أو إضافة 3,25 وهي تعبّر عن وجود اتجاه إيجابي متردد نحو الحياد الذي يعكسه مباشرة ارتفاع فئة المحايدين للعبارة المقترحة عليهم، وهي الفئة التي تعلم بتوفر وسائل وفضاءات للتعليق لكن لم يسبق لهم وأن استغلوها أو تعاملوا معها.

جدول (78) يبين الاتجاه نحو العبارة. تعد مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر أفضل من الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث التفاعل وإضافة الآراء والتعليق

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	129	34,22	129
موافق	112	29,71	224
محايد	69	18,30	207
معارض	43	11,40	172
معارض بشدة	24	6,37	120
المجموع	377	100	852
متوسط شدة الاتجاه		2,26	

يتضح من خلال الجدول رقم 78 أن أعلى نسبة كانت لفئة الموافقين بشدة على العبارة التي تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي أقدر على توفير وسائل التفاعل للجمهور الجزائري مقارنة بالصحافة الإلكترونية وهي بذلك تكون عبارة سلبية، في حين قدرت نسبة الجمهور الموافق 29,71%، نسبة الحياد في الجدول بلغت 18,30%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة في الجدول لصالح فئة المعارضين بشدة.

شدة الاتجاه العام بالنسبة للعبارة قدرت بـ 2,26 وهي تعبر عن اتجاه سلبي ضعيف نحو مضمون العبارة الذي يقارن بين كل من التفاعلية المتاحة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية وتلك المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي، ما يعني أن الجمهور الجزائري يقر كذلك بأهمية وسائل التفاعل المتاحة على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، في الوقت الذي نجد فيه أن كلا النوعين من المواقع متكاملين، حيث وفي وقتنا الحالي يمكن أن تتفاعل الصحف الإلكترونية مع جمهورها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث تحرص كل مؤسسة إعلامية حتى إن لم نقل كل برنامج إعلامي على إنشاء صفحة خاصة به في المواقع الاجتماعية ما يسهل له التواصل مع جمهوره، وهو تحد آخر للمؤسسات الإعلامية عرفت استغلاله جيدا لصالحها، حيث شهدنا ثورة الإنترنت وما صاحبها من مخاوف حول إمكانية زوال وسائل الإعلام التقليدية، لكن هذه

الأخيرة أوجدت لنفسها مكانا هاما على الشبكة الإلكترونية وأكبر دليل على ذلك هو ظهور الصحف الإلكترونية، وفي وقتنا الحالي عندما ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي القائمة أساسا على فكرة التفاعل استغلت ذلك مرة أخرى كل المؤسسات الإعلامية التي تحرص على الحفاظ وتوطيد العلاقة مع جمهورها إذ أوجدت لنفسها فضاء خاصا للتفاعل مع الجمهور.

جدول (79) يبين الاتجاه نحو العبارة: لا تلقى أسئلة القراء وطلبهم المعلومات الاهتمام

الكافي من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	68	18,04	68
موافق	129	34,22	258
محايد	110	29,18	330
معارض	42	11,14	168
معارض بشدة	28	7,42	140
المجموع	377	100	964
متوسط شدة الاتجاه		2,56	

من خلال الجدول يتضح لنا أن نسبة الجمهور الموافق على مضمون العبارة الخاص بعدم اهتمام الصحف الإلكترونية الجزائرية بالرد على أسئلة القراء نسبة 34,22% وهي أعلى نسبة في الجدول، ثاني نسبة هي نسبة الجمهور المحايد التي قدرت بـ 29,18%، في الوقت الذي جاءت فيه نسبة الجمهور الموافق بشدة على مضمون العبارة 18,04%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح فئة الجمهور المعارض بشدة والمقدرة بـ 7,42%.

وبهذا فقد قدرت شدة الاتجاه نحو العبارة بـ 2,56 وهي تعبر عن اتجاه سلبي يميل نحو الحياد، وهذا راجع أولا إلى ارتفاع نسبة الجمهور المحايد لفكرة العبارة وهو الجمهور الذي لم يسبق له وأن بعث بانشغالاته إلى الصحف الإلكترونية، في حين كانت فئة معتبرة قد عبرت بالإيجاب على مضمون العبارة ما يعني فعلا أن الصحف الإلكترونية مقصرة في هذا المجال حيث أنها لا تولي الأسئلة الواردة إليها الاهتمام الكافي، ولا تزال أولويتها الأولى هي تقديم

الأخبار والمواضيع وهي المهمة التقليدية للصحافة والإعلام بصفة عامة بيد أنه يتعين على الصحف الإلكترونية أن تعي الدور المنوط بها في ظل المستحدثات الاتصالية الحديثة وبيئة الإعلام الجديد الذي يعتبر التفاعل مع القراء من أولوياته، وقد كشفت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية وتطبيقها لمقياس التفاعلية أن البعد الخاص بالاستجابة للمتلقي والرد على انشغالاته لا يزال مهما من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية.

جدول (80) يوضح الاتجاه نحو العبارة: بعض الصحف لا يهتم بالرد على أسئلة أو طلبات

القراء عبر البريد الإلكتروني

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	85	22,54	85
موافق	120	31,83	240
محايد	108	28,65	324
معارض	38	10,08	152
معارض بشدة	26	6,90	130
المجموع	377	100	931
متوسط شدة الاتجاه		2,47	

يبين الجدول رقم 80 والخاص بدرجة اهتمام الصحافة الإلكترونية الجزائرية بالرد على أسئلة وانشغالات الجمهور الجزائري المطروحة عبر البريد الإلكتروني، وقد وافقت نسبة 31,83% من الجمهور الجزائري على مضمون العبارة السلبية والتي تفر بعدم اهتمام الصحافة الإلكترونية برسائل القراء، في الوقت الذي كانت فيه نسبة 28,65% محايدة وهي الفئة التي لم تستغل هذه البريد الإلكتروني كوسيلة تفاعلية لإرسال الأسئلة وطرح الانشغالات وبالتالي التزمت بالحياد، نسبة الجمهور الجزائري الموافق بشدة على مضمون العبارة بلغت 22,54%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح فئة المعارضين بشدة وقد بلغت 6,90%.

وقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,47 وهي تعبر عن وجود اتجاه سلبي ضعيف، مرده القبول والموافقة النسبية على مضمون العبارة، وهو ما تم تأكيده في الدراسة التحليلية والتي أثبتت تقصير الصحافة الإلكترونية الجزائرية في بعد التفاعلية خاصة عندما يتعلق الأمر بالاستجابة للمستخدم والرد على أسئلة القراء واستفساراتهم، وقد انعكس هذا مباشرة على انطباعات الجمهور المستخدمة لأدوات التفاعل حيث كشفت له التجربة أن الصحف الإلكترونية لا تهتم بالقدر الكافي بالإجابة على أسئلتهم خاصة إذا تعلق الأمر بالبريد الإلكتروني.

جدول (81) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعبر المواضيع التي تطرحها الصحيفة للاستفتاءات عن انشغالات المواطن الجزائري

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	63	16,71	315
موافق	155	41,11	620
محايد	80	21,22	240
معارض	45	11,94	90
معارض بشدة	34	9,02	34
المجموع	377	100	1299
متوسط شدة الاتجاه		3,45	

يبين الجدول رقم 81 الخاص بعرض النتائج المحصل عليها بخصوص عبارة قياس الاتجاه التي تنطرق إلى جانب مهم من التفاعلية والمتمثل في الاستفتاءات التي تعرضها الصحافة الإلكترونية لتصويت الجمهور، حيث أجابت نسبة 41,11% من الجمهور المستجوب بالموافقة على أهمية المواضيع المقترحة للتصويت، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الجمهور المحايد 21,22%، فئة الجمهور الموافق بشدة قدرت بـ 16,71%، وقد أصغر نسبة في الجدول لصالح فئة المعارضين بشدة لمضمون العبارة والتي قدرت بـ 9,02%.

شدة الاتجاه نحو العبارة قدرت بـ 3,45 وهي تعبر عن اتجاه إيجابي يميل نحو الحياد للجمهور الجزائري نحو العبارة، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة الجمهور الجزائري الذي أقر

بأهمية المواضيع المقترحة من طرف الصحافة الإلكترونية الجزائرية في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي العام التي تتطرق إلى أهم المواضيع والأحداث الوطنية والدولية خاصة تلك التي تثير جدلا إعلاميا كالربيع العربي، بداية الأزمة الاقتصادية وانخفاض أسعار البترول، مونديال 2014، إصلاحات الدستور، وغيرها من المواضيع والقضايا التي تهم الرأي العام الجزائري بصفة خاصة.

جدول(82) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز نتائج الاستفتاءات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بالصدق

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	55	14,59	275
موافق	115	30,50	460
محايد	128	33,95	384
معارض	42	11,14	84
معارض بشدة	37	9,81	37
المجموع	377	100	1240
متوسط شدة الاتجاه		3,29	

يتبين من خلال الجدول (82) الذي يوضح اتجاهات الجمهور الجزائري نحو العبارة الخاصة بمدى صدق نتائج الاستفتاءات المقدمة على مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، أن فئة الجمهور الجزائري المحايد قد احتلت المرتبة الأولى في الجدول بنسبة 33,95%، في حين كانت نسبة الموافقين على العبارة في المرتبة الثانية بـ 30,50%، نسبة الجمهور الموافق بشدة قدرت بـ 14,59%، وقد مثلت أصغر نسبة فئة المعارضين بشدة بـ 9,81%.

قدرت شدة الاتجاه نحو العبارة 3,29 وهي تعبر عن وجود اتجاه إيجابي متردد نحو الحياد، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة كل من الموافقين والمحايدين لمضمون العبارة التي تتطرق إلى مدى صدق نتائج استفتاءات مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وتعبر النتيجة المحصل عليها عن مصداقية نتائج الاستفتاءات لدى الجمهور الجزائري خاصة وأن مؤشر النتائج يظهر على موقع

الصحيفة بصفة مباشرة حيث يوضح عدد المشاركين، الموافقين، المعارضين والمحايدين، وتصنف مباشرة إجابة المصوت في الفئة المناسبة حيث يمكن أن يتأكد من مصير إجابته بنفسه.

جدول (83) يبين الاتجاه نحو العبارة يتم نشر إعلانات شخصية من طرف القراء كالميلاد،

التعازي بسهولة على موقع الصحيفة:

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	55	14,59	275
موافق	118	31,30	472
محايد	120	31,83	360
معارض	53	14,06	106
معارض بشدة	31	8,22	31
المجموع	377	100	1244
متوسط شدة الاتجاه		3,30	

من خلال الجدول يتبين التقارب الواضح بين نسبي كل من الجمهور الموافق والجمهور المحايد بـ 31,30%، و 31,83%، على التوالي كما يوجد تقارب آخر بين الجمهور الموافق بشدة والجمهور المعارض بـ 14,59%، و 14,06%، في الوقت الذي تقدر فيه نسبة المعارضين بشدة 8,22%. ويأتي مضمون العبارة ليتطرق إلى أحد أبعاد التفاعلية الذي تطرقت إليه الباحثة في الدراسة التحليلية، وهو سهولة إضافة معلومات من طرف المستخدم عن طريق الاستفتاءات، التعليقات، والإعلانات الاجتماعية هته الأخيرة التي كشف تحليل المضمون عدم توفيرها لزوار الموقع حيث لا يوجد في الصحافة الإلكترونية ركن خاص بالإعلانات الاجتماعية كالتفاني و إعلانات الميلاد.. إلخ، وقد يدرجها المستخدم فقط في تعليقاته على الأخبار في شبكات التواصل الاجتماعي هذا إذا لم يتم حذفها لاحقا من طرف إدارة الصفحة، وعليه ترى الباحثة أن الفئة التي لها دراية وتجربة مع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، والإعلانات الاجتماعية هي الفئة المعارضة أو التي عارضت بشدة مضمون العبارة، في حين التزمت الفئة التي قد تستعمل الصحافة الإلكترونية لكن لم يسبق لها محاولة نشر إعلان اجتماعي على الموقع الحياد.



وعليه فقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 3,30 وهي تعبر عن وجود اتجاه إيجابي يميل نحو الحياد تجاه مضمون هذه العبارة، ويرجع ذلك إلى عدم التمييز بين الإعلانات الاقتصادية والإعلانات الاجتماعية من طرف الفئة الموافقة أو الموافقة بشدة، حيث أن كل ما تسمح الصحف الإلكترونية الجزائرية بإضافته من طرف الأفراد، هو الإعلانات الاقتصادية أو الخدمية، ولا تفتح المجال لنشر الإعلانات الشخصية أو الاجتماعية خاصة وأن المجال المفتوح لذلك في نسخها الورقية.

### 6-3 اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية

جدول (84) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بعدم انسجام المحتوى الإلكتروني الناتج عن تغليب النص على مقاطع الفيديو والصوت

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	56	14,85	56
موافق	134	35,54	268
محايد	106	28,12	318
معارض	55	14,59	220
معارض بشدة	26	6,90	130
المجموع	377	100	992
متوسط شدة الاتجاه		2,63	

يبين الجدول رقم 84 نتائج إجابة الجمهور الجزائري على مضمون العبارة الخاصة بمدى غلبة النص على مقاطع الفيديو والصوت في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث أجاب الجمهور بنسبة 35,54% بالموافقة وهي أكبر نسبة في الجدول تليها نسبة الجمهور المحايد بـ 28,12%، في الوقت الذي بلغ فيه كل من الجمهور الموافق والمعارض بـ 14,85% و 14,59%، وقد كانت أصغر نسبة في الجدول لصالح فئة المعارضين بشدة بنسبة 6,90%.

وقد بلغت شدة اتجاه الجمهور الجزائري نحو العبارة 2,63 وهي تعبر عن وجود اتجاه سلبي متردد نحو الحياد بخصوص مضمون العبارة الذي يقر بعدم انسجام العناصر البنائية للصحافة

الإلكترونية الجزائرية من نص، مقاطع صوتية، ومقاطع فيديو وهو ما كشفته أيضا الدراسة التحليلية التي أثبتت غياب مقاطع الصوت في الصحف الإلكترونية الجزائرية، في بعض الصحف الإلكترونية يوجد تغليب للصور التي طغت على بقية العناصر حتى أنها أثرت سلبا على البعد الجمالي للصفحة، في حيث في مواقع أخرى تم تغليب النص على الصور ومقاطع الفيديو ما يجعل الصفحة الإلكترونية أشبه بالصحيفة الورقية، حيث توجد قواعد تصميم خاصة بالصحف الإلكترونية تتحكم في عدد وحجم الصور التي يجب أن تنشر في الصفحة الإلكترونية للصحف ن نفس الشيء ببقية العناصر من نص، مقاطع صوت و فيديو، التي إن زادت أو نقصت أثر ذلك سلبا على شكل الصحيفة.

جدول (85) يبين الاتجاه نحو العبارة: لا يختلف محتوى الصحافة الإلكترونية عنه في

الصحف الورقية إلا في كثرة نشر الصور

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	58	15,38	58
موافق	140	37,14	240
محايد	99	26,26	297
معارض	52	13,79	208
معارض بشدة	28	7,43	140
المجموع	377	100	943
متوسط شدة الاتجاه		2,50	

يبين الجدول رقم 85 أن نسبة من 37,14% من أفراد العينة موافق على مضمون العبارة التي تنطرق إلى أهم عنصر من عناصر الصحافة الإلكترونية وهو الصور التي تلعب دورا كبيرا من الناحية الجمالية للموقع، إلا أن الإفراط في استخدامها قد ينعكس سلبا على شكل الصحيفة العام، وقد بلغت نسبة الأفراد المحايدين 26,26% وهي نسبة معتبرة مقارنة بإجمالي عدد مفردات العينة، هاته الأخيرة التي كانت موافقة بشدة بنسبة 15,38%، لتأتي في آخر مركز نسبة الأفراد المعارضين بشدة بـ 7,43%.

وقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,50 وهي تشير إلى وجود اتجاه سلبي يميل نحو الحياد، حيث تبقى مسألة الصور نسبية من فرد لآخر فهناك من يرى أن الصور يجب أن تتوفر في مواقع الصحف الإلكترونية بكثرة خاصة إذا تعلق الأمر بالصور المعلوماتية، في الوقت الذي توجد فيه نسبة من الجمهور تتضايق من الحشو المبالغ فيه للصور من طرف بعض الصحف الإلكترونية، وقد لاحظت الباحثة اختلاف الصحف الإلكترونية في درجة اهتمامهم بالصور، فموقع الشروق أون لاين مثلا يرفق الموضوع الواحد بثلاث صور على الأقل: صورة في الواجهة، صورة في الصفحة الداخلية، وصورة للصحفي المحرر للموضوع كذلك، في حين أن الصحيفة الإلكترونية El Watan قد تنشر بعض المواضيع بدون أي نوع من أنواع الصور.

جدول (86) يبين الاتجاه نحو العبارة: تتحكم الصحافة الإلكترونية الجزائرية بلغة صدورها الأصلية أكثر مقارنة باللغات الإضافية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	51	13,53	51
موافق	162	42,97	324
محايد	103	27,32	309
معارض	34	9,02	136
معارض بشدة	27	7,16	135
المجموع	377	100	955
متوسط شدة الاتجاه	2,53		

يبين الجدول رقم 86 اتجاهات الجمهور نحو محتوى العبارة التي تهتم بجانب شكلي له من الأهمية ما يجعله ينعكس سلبا أو إيجابا على خدمات الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ألا وهو اللغة إذ تسمح المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية بتقديم محتواها بلغة غير لغة إصدارها الأصلية ما يجعل خدماتها أكثر ثراء وتنوعا، وقد وافقت نسبة 42,97% من جمهور الصحافة الإلكترونية على العبارة التي تقر بتحكم الصحافة الإلكترونية في لغتها الأصلية مقارنة باللغات

إضافية الأخرى، في حين بلغت نسبة الفئة المحايدة 27,32%، أما نسبة الموافقين بشدة فقدرت بـ13,53%، وقد كانت أصغر نسبة في الجدول لفئة المعارضين بشدة بـ7,16%.

وقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,53 وهي تعبر عن اتجاه سلبي يميل نحو الحياد نحو العبارة ما يعني أن محتوى الصحف الإلكترونية الجزائرية تغطي عليه اللغة الأصلية للصحيفة، ما انعكس سلبيًا على اتجاهات القراء، إلا أنه ومن خلال الدراسة التحليلية اكتشفت الباحثة أن الشروق أون لاين لا تجد إشكالا في تقديم محتواها بكل من اللغات العربية، الفرنسية، والإنجليزية وتتحكم في ذلك، في الوقت الذي لا توفر فيه صحيفة El Watan هذا الاختيار حيث تقدم الأخبار والمواضيع فقط باللغة الفرنسية، فعدم توفير خيار اللغات في معظم الصحف الإلكترونية جعل الجمهور يعتقد بعدم تحكم هذه الأخيرة بلغاتها الإضافية.

جدول (87) يبين الاتجاه نحو العبارة: تهتم الصحافة الإلكترونية الجزائرية أكثر بالمحتوى المقدم بلغتها الأصلية عربية كانت أم فرنسية مقارنة بالمحتوى المقدم باللغات الإضافية

شدة الاتجاه	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المؤوية
موافق بشدة	61	16,18	61
موافق	155	41,11	310
محايد	102	27,06	306
معارض	33	8,75	132
معارض بشدة	26	6,90	130
المجموع	377	100	939
متوسط شدة الاتجاه		2,49	

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 87 الذي يكشف عن اتجاهات الجمهور نحو العبارة التي تنطرق إلى مدى اهتمام الصحافة الإلكترونية الجزائرية باللغات الإضافية إلى جانب لغتها الأصلية، وقد كانت نسبة 41,11% من الجمهور الجزائري موافقة على مضمون العبارة وهي أكبر نسبة في الجدول، لتأتي في المرتبة الثانية فئة المحايد بـ27,06% من مجموع أفراد العينة

من جمهور الصحافة الإلكترونية الجزائرية، فئة الموافقين بشدة جاءت احتلت نسبة 16,18%، لتأتي في المرتبة الأخيرة فئة المعارضين بشدة بنسبة 6,90%.

وقد قدرت شدة الاتجاه نحو العبارة بـ 2,49 وهي تعبر عن اتجاه سلبي ضعيف للجمهور الجزائري نحو العبارة، ما يفسر موافقته على مضمونها القاضي باهتمام الصحافة الإلكترونية القاصر على لغة صدورها الأصلية دون اللغات الأخرى، فمن الصحف الإلكترونية الجزائرية كما سبق وأشرنا إلى ذلك من يقدم محتواه بلغة واحدة فقط، ولا يهتم ببعد تنوع المحتوى والشكل، في حين بالنسبة للصحف الإلكترونية التي تقدم مواضيعها بأكثر من لغة فإنه يطغى عليها لغة صدورها الأصلية، وذلك يرجع حسب وجهة نظر الباحثة إلى محاولة هذه الصحف الإلكترونية المحافظة على خطها الافتتاحي الأصلي والركائز التي بفضلها تمكنت من تكوين قاعدة جماهيرية واسعة خاصة إذا تعلق الأمر بصحف إلكترونية ذات أصل ورقي، لكن هذا لا يمنعها من إضافة لغات أخرى بغية توسيع دائرة قراءها من الجمهور غير المتحكم في لغة صدورها.

جدول (88) يبين الاتجاه نحو العبارة: النصوص الفائقة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بسيطة لا تحيل القارئ إلى محتوى غني بالمعلومات

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	57	15,12	57
موافق	150	39,79	300
محايد	107	28,38	321
معارض	37	9,81	148
معارض بشدة	26	6,90	130
المجموع	377	100	956
متوسط شدة الاتجاه		2,54	

يتبين من خلال الجدول رقم 88 اتجاهات الجمهور الجزائري نحو العبارة الخاصة بنوعية النصوص الفائقة في الصحف الإلكترونية الجزائرية، وقد وافقت نسبة 39,79% على كون النصوص الفائقة بسيطة ولا تحيل القارئ إلى محتوى ثري، في حين بلغت نسبة الحياد 39,79%، وهي ثاني نسبة في الجدول، لتقدر نسبة الموافقين بشدة بـ 15,12% في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الجمهور المعارض بشدة لمضمون العبارة 6,90% وهي أصغر نسبة في الجدول.

وقد قُدرت شدة اتجاه الجمهور الجزائري نحو العبارة 2,54، حيث تعبر عن اتجاه سلبي متردد نحو الحياد، ما يؤكد موافقة الجمهور الجزائري النسبية على العبارة التي اعتبرت النص الفائق في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بسيط ولا يقدم للقارئ معلومات ثرية، حيث أن النصوص الفائقة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية تُستخدم للانتقال بالقارئ من العنوان أو المقدمة إلى تفاصيل الخبر، أو من الشكل الجرافيكي إلى الصورة أو الفيديو المتصل به دون إضافة أو محاولة إثراء المضمون.

جدول (89) يبين الاتجاه نحو العبارة: النصوص الفائقة المتوفرة في مواقع الصحف الإلكترونية داخلية ولا تحيل القارئ إلى مواقع إعلامية أخرى

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	53	14,06	53
موافق	129	34,22	258
محايد	120	31,83	360
معارض	46	12,20	184
معارض بشدة	29	7,69	145
المجموع	377	100	1008
متوسط شدة الاتجاه		2,67	

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 89 توزيع اتجاهات مفردات العينة على أساس مدى الموافقة أو المعارضة لمضمون العبارة الخاص بنوع الإحالة المعتمدة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية من خلال النص الفائق، حيث تفر العبارة السلبية بكون النصوص الفائقة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية داخلية لا تنتقل بالقارئ إلى مواقع خارجية ذلت صلة بموقع الصحيفة، وقد بلغت نسبة الموافقين 34,22%، في الوقت الذي احتلت فيه الفئة المحايدة 31,83%، نسبة المعارضين حسب الجدول بلغت 12,20%، أما أصغر نسبة فقد كانت لصالح فئة المعارضين بشدة بـ7,69%.

وبهذا فقد قُدرت شدة اتجاه الجمهور نحو العبارة بـ2,67 وهي تعبر عن اتجاه سلبي متردد نحو الحياد، مرده الموافقة النسبية على مضمون العبارة، وقد كشفت الدراسة التحليلية غياب المواقع الخارجية عن مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، عدا المواقع المكونة للبوابة الإعلامية في حد ذاتها والتي قد تعتبر خارجية، فعلى سبيل المثال بوابة الشروق تحتوي على المواقع التالية: الشروق أون لاين، الشروق الرياضي، الشروق السياسي، الشروق العربي.. إلخ، في حين لا يوجد أي موقع خارجي بالنسبة لصحيفة El Watan، وهنا نخلص إلى غياب أو نقص

الصلات بين الصحف الإلكترونية الجزائرية والمواقع الخارجية التي بإمكانها إثراء الموضوع، أو تزويد الموقع بالأخبار والمعلومات.

جدول (90) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعتبر وتيرة تحميل الصفحات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بطيئة مقارنة بمواقع إعلامية أخرى

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	80	21,22	80
موافق	120	31,83	240
محايد	99	26,26	297
معارض	49	13	196
معارض بشدة	29	7,69	145
المجموع	377	100	958
متوسط شدة الاتجاه	2,54		

من خلال الجدول رقم 90 يتضح لنا أن نسبة الموافقين على العبارة المتعلقة بصعوبة تحميل الصفحات الخاصة بالصحف الإلكترونية الجزائرية قد بلغت 31,83%، في الوقت الذي جاءت فيه نسبة الحياد بـ 26,26%، أما مفردات العينة من الجمهور الجزائري الموافق بشدة على مضمون العبارة فقد بلغت نسبتها 21,22%، أما فئة المعارضين بشدة قدرت نسبتهم 7,69% من مجموع مفردات العينة ككل.

وقد بلغت شدة اتجاه الجمهور الجزائري نحو العبارة بـ 2,54 وهي تعبر عن اتجاه سلبي يميل نحو الحياد راجع إلى ارتفاع نسبة كل من الموافقين والمحايدين لمضمون العبارة الخاصة بصعوبة تحميل مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، وهذا قد يرجع إلى سببين أولهما مشاكل تقنية خاصة بنوع الاتصال بشبكة الإنترنت المستخدم، أما السبب المرتبط مباشرة بالصحيفة الإلكترونية في حد ذاتها فهو متعلق بمدى احتوائه على ملفات كبيرة الحجم كالصور ومقاطع الفيديو مما يؤثر سلبا على سرعة التحميل خاصة إذا كان يميز الصفحات الحشو العشوائي للصور بغية لفت انتباه القارئ.



جدول (91) يبين الاتجاه نحو العبارة ببطء تحميل الصفحة الإلكترونية مرده الحشو وكثرة نشر الصور ومقاطع الفيديو

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	66	17,51	66
موافق	120	31,83	240
محايد	105	27,85	315
معارض	59	15,65	236
معارض بشدة	27	7,16	135
المجموع	377	100	992
متوسط شدة الاتجاه		2,63	

يبين الجدول اتجاهات مفردات العينة نحو العبارة الخاصة ببطء تحميل الصفحات الإلكترونية حيث ترجع السبب إلى الحشر العشوائي للموقع بالصور ومقاطع الفيديو، وقد بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة السلبية 31,83% وهي أكبر نسبة في الجدول تليها مباشرة نسبة الحياد التي قدرت بـ 27,85% ، أما مفردات العينة من الجمهور الجزائري التي أبدت رفضها لمضمون العبارة فقد بلغت نسبته 15,65% ، لتحل في المركز الأخير نسبة المعارضين بشدة بـ 7,16% .

وقد بلغت شدة الاتجاه 2,63 وهي تعبر عن اتجاه سلبي يميل نحو الحياد، نتيجة ارتفاع عدد كل من الموافقين والمحايدين لفكرة العبارة، وقد كشفت الدراسة التحليلية عن اختلاف استخدام الصور والوسائط المتعددة بين الصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث لاحظت الباحثة أن بعض المواقع تنشر الصور ومقاطع الفيديو بشكل مبالغ فيه يؤدي إلى تشويش ذهن القارئ وعدم تمييزه بين العناصر البنائية للموقع، إضافة إلى استعمال عدد كبير من الصور أدناه ثلاث صور في الموضوع الواحد، ولا تخلو العناوين والمقدمات في الواجهة من الصور المخصصة لكل موضوع هذا ما يؤثر على تحميل الصفحات الذي تتميز بالبطء والثقل.

جدول (92) يبين الاتجاه نحو العبارة: تؤثر تصنيفات الصحيفة الإلكترونية لبعض المواضيع ("الأكثر قراءة"، "الأكثر تعليقا"، "أهم الأخبار") على خيارات القارئ.

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	63	16,71	63
موافق	138	36,60	276
محايد	95	25,20	285
معارض	50	13,26	200
معارض بشدة	31	8,22	155
المجموع	377	100	979
متوسط شدة الاتجاه		3	

يوضح الجدول رقم 92 اتجاهات الجمهور الجزائري نحو مضمون العبارة المتعلق بمدى تأثير تصنيف الأخبار ونشرها حسب معايير معينة كالأكثر قراءة، الأكثر تعليقا على خيارات القارئ، وقد كانت نسبة 36,60% من مفردات العينة موافقة على العبارة، في حين قدرت نسبة الحياد بـ25,20%، تليها مباشرة نسبة الجمهور الجزائري الموافق بشدة على مضمون العبارة بـ16,71%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح المعارضين بشدة بنسبة 8,22%.

وقد بلغت شدة اتجاه الجمهور الجزائري نحو هذه العبارة 3 وهي تعبر عن اتجاه محايد تماما، وهي النتيجة التي تسمح لنا بملاحظة انقسام اتجاهات القراء بين الموافق والمعارض لخدمة تصنيف الأخبار والمواضيع إلى "الأكثر أهمية"، "الأكثر تعليقا"، و"الأكثر قراءة"، حيث أنها قد تسهل تصفح موقع الصحيفة من جهة، كما أنها تخدم خاصة القارئ الذي لا يملك الكثير من الوقت لمطالعة كل الأخبار وبالتالي تعمل على تقديم تصنيف للأخبار الأكثر أهمية واهتماما من طرف الجمهور.

جدول(93) يبين الاتجاه نحو العبارة: تعتبر الكلمات الدلالية التي يوفرها موقع الصحيفة عند نشر الأخبار مفيدة في تسهيل البحث عن الأخبار والمواضيع

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	66	17,51	330
موافق	163	43,23	652
محايد	87	23,08	261
معارض	34	9,02	68
معارض بشدة	27	7,16	27
المجموع	377	100	1338
متوسط شدة الاتجاه		3,55	

يوضح الجدول اتجاهات مفردات العينة نحو العبارة المتضمنة لدور الكلمات الدلالية في تسهيل البحث عن الأخبار والمواضيع، وقد كانت نسبة الموافقة على العبارة أكبر نسبة في الجدول حيث قدرت بـ43,23%، في حين بلغت نسبة الحياد 23,08%، أما ثالث أكبر نسبة في الجدول فقد قدرت بـ17,51%، في الوقت الذي قدرت فيه نسبة المعارضين بشدة 7,16% وهي أصغر نسبة في الجدول.

وقد بلغت شدة الاتجاه العام نحو العبارة بـ3,55، وهي نتيجة تكشف عن وجود اتجاه إيجابي قوي نحو استخدام الكلمات الدلالية التي تعد من أهم أبعاد وسائل تسهيل استخدام الموقع التي يمكن أن تستغله الصحيفة الإلكترونية لصالحها. وقد وافق الجمهور الجزائري على مضمون هذه العبارة، وهذا يدل على اعتماده على هذه الكلمات كمفتاح لانتقاء الأخبار والمواضيع.

جدول (94) يبين الاتجاه نحو العبارة: يتميز تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية بالحشو وتكرار عرض الأخبار والمواضيع مما يؤدي إلى تشويش ذهن القارئ وضياعه.

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	78	20,69	78
موافق	128	33,95	256
محايد	96	25,46	288
معارض	49	13	196
معارض بشدة	26	6,90	130
المجموع	377	100	948
متوسط شدة الاتجاه		2,51	

يوضح الجدول أن 33,95% من مفردات العينة موافقون على العبارة السلبية التي تقر أن الحشو وتكرار عرض الأخبار هما الميزة الأساسية التي يتميز لها تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية، فيما قدرت نسبة الفئة المحايدة لمضمون العبارة بـ 25,46%، وقد جاءت نسبة الموافقين بشدة في المركز الثالث بـ 20,69%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح فئة المعارضين بشدة بنسبة 6,90%.

وبهذا فقد بلغت شدة الاتجاه نحو العبارة 2,51 وهي تعبر عن اتجاه سلبي يميل نحو الحياد ويرجع ذلك إلى الموافقة النسبية لمفردات الجمهور الجزائري على مضمون العبارة حيث أن بعض الصحف الإلكترونية الجزائرية يميزها تكرار عرض الأخبار خاصة إذا ما تم استعمال عدة معايير فيمكن أن نجد الخبر الواحد مصنف ضمن الفهرس، ثم ضمن الأخبار الأكثر قراءة، ثم مع الأخبار الأكثر تفاعلا وهذا يعمل على تشويش ذهن القارئ خاصة إذا ما أراد اختيار عدد كبير من المواضيع لمطالعتها، وهذا ما يصعب عملية استخدام الموقع، فالقارئ يفضل الصحف الإلكترونية ذات التصميم الواضح المريح، الذي يمكن بسهولة التمييز بين مختلف عناصره ومحتوياته، وهذا ما يجب أن تأخذه الصحيفة الإلكترونية في عين الاعتبار عند عملية التصميم.

جدول (95) يبين الاتجاه نحو العبارة: يعد تصميم الصحف الصادرة باللغة الفرنسية بسيطاً  
مقارنة بالصحف الناطقة بالعربية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	54	14,32	270
موافق	118	31,30	472
محايد	129	34,22	387
معارض	48	12,73	96
معارض بشدة	28	7,43	28
المجموع	377	100	1253
متوسط شدة الاتجاه		3,32	

يوضح الجدول اتجاهات الجمهور الجزائري نحو العبارة التي تقارن بين تصميم كل من الصحف الإلكترونية الناطقة بالعربية، وتصميم نظيرتها الصادرة باللغة الفرنسية، حيث ترى أن هذا الأخير أبسط من حيث الوضوح والعناصر البنائية، وقد كان الجمهور الجزائري محايداً بنسبة 34,22%، وهي أكبر نسبة في الجدول تليها نسبة الموافقين بـ 31,30%، وقد قدرت نسبة الجمهور الموافق بشدة على هذه العبارة بـ 14,32%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة لصالح المعارضين بشدة بنسبة 7,43%.

وقد قدرت شدة الاتجاه نحو العبارة 3,32 وهي تعبر عن وجود اتجاه إيجابي قوي حيث وافق الجمهور نسبياً العبارة التي تعتبر التصميم المعتمد من طرف الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة العربية أكثر تعقيداً، وأن أكثر ما يميزه هو كثرة الملفات الرقمية كبيرة الحجم المستخدمة للفت انتباه القارئ وإضفاء بعد جمالي للموقع كالصور بأنواعها الثابتة والمتغيرة، والفيديوهات حيث يتم اقتراح مادة إعلامية سمعية بصرية في مختل المجالات الرياضية، السياسية، والثقافية... إلخ يتابعها القارئ إن أراد، في حين لا تكثر الصحف الصادرة باللغة الفرنسية من استعمال هذه العناصر التي قد يكون لها أثر عكسي على القارئ، حيث تقدم فهرساً يشمل أغلب

المواضيع الصحفية يختار القارئ منها حيث لا يوجد حشو أو تكرار وهو ما يشعره بالراحة البصرية.

جدول (96) يبين الاتجاه نحو العبارة لا يرقى تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى مستوى تصميم الصحف العالمية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	84	22,28	84
موافق	122	32,36	244
محايد	94	24,93	282
معارض	50	13,26	200
معارض بشدة	27	7,16	135
المجموع	377	199	945
متوسط شدة الاتجاه		2,51	

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 32,36% موافقة على مضمون العبارة السلبية التي تقارن بين تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية ونظيرتها العالمية، في حين كانت نسبة الحياد 24,93%، نسبة المعارضين للفكرة بلغت 13,26، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة في الجدول لصالح المعارضين بشدة بـ 7,16%.

وقد بلغت شدة الاتجاه 2,51 وهي تعبر عن وجود اتجاه سلبي متردد نحو الحياد نتيجة ارتفاع نسبة الموافقة والحياد مقارنة بنسبة الحياد، حيث لا تزال الصحف الإلكترونية الجزائرية بعيدة عن معايير تصميم الصحف الإلكترونية العالمية، فمنها المقصر ومنها المفرط وكلاهما بعيد عما يجب أن يكون، حيث أن الصحف المقصرة هي التي لا توظف العناصر البنائية كما هو مطلوب، حيث لا تهتم بنشر الصور المرفقة للمواضيع، المادة السمعية البصرية ناقصة في الموقع، عدم احترام التوازن المطلوب بين عناصر الصفحة... إلخ في حيث وعلى الطرف الثاني نجد الصحف الإلكترونية الصادرة باللغة العربية لها من العناصر البصرية ما يكفي لكن أحيانا قد تزيد عما هو مطلوب، إلى درجة الإفراط في استخدام الصور والمادة السمعية البصرية، وتكرار المواضيع، مما يؤثر على مبادئ التصميم من وحدة وتوازن.

جدول (97) يبين الاتجاه نحو العبارة: على عكس الصحف العالمية تولي الصحافة الإلكترونية الجزائرية أهمية بالغة لتصميم واجهة الموقع مقارنة بالصفحات الداخلية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	61	16,18	61
موافق	139	36,87	278
محايد	108	28,65	324
معارض	37	9,81	148
معارض بشدة	32	8,49	160
المجموع	377	100	971
متوسط شدة الاتجاه		2,58	

يوضح الجدول اتجاهات الجمهور الجزائري نحو العبارة السلبية التي تقارن بين تصميم الصفحات الداخلية لدى كل من الصحف الإلكترونية الجزائرية، ونظيرتها من الصحف العالمية، حيث يظهر لنا أن نسبة 36,87% من الجمهور موافق على العبارة، في حين قدرت نسبة الحياد 28,65% وهي ثاني أكبر نسبة في الجدول، أما بالنسبة للجمهور الموافق بشدة على مضمون العبارة فقدرت بـ16,18%، في الوقت الذي كانت فيه أصغر نسبة في الجدول لصالح فئة المعارضين بشدة لمضمون العبارة.

وقد بلغت شدة الاتجاه 2,58 وهي تعبر عن وجود اتجاه سلبي متردد نحو الحياد، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة كل من المحايدين والموافقين على مضمون العبارة، الذي يقر بأن الصحف الإلكترونية الجزائرية تولي اهتماما بالغا لتصميم واجهة الموقع، في حين لا تبذل نفس الجهد في تصميم الصفحات الداخلية، على عكس الصحف الإلكترونية العالمية التي تهتم بتصميم كل مكونات المواقع، حيث أن ما يميز الصفحات الداخلية هو تفاصيل الموضوع الذي تم انتقاؤه بعض العناوين ذات صلة به على شكل نص فائق وبعض المواضيع التي سبق نشرها على الواجهة، إضافة إلى فضاء مخصص لتعليقات القراء، وآخر للإعلانات الإدارية.

جدول (98) يبين الاتجاه نحو العبارة: يعتبر استخدام الصحف الإلكترونية أكثر تعقيدا مقارنة بالصحف الورقية

شدة الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية	التكرار المرجح
موافق بشدة	53	14,06	53
موافق	122	32,36	244
محايد	92	24,40	276
معارض	75	19,89	300
معارض بشدة	35	9,28	175
المجموع	377	100	1048
متوسط شدة الاتجاه		2,80	

يبين الجدول اتجاهات مفردات العينة نحو العبارة التي تعتبر أن استخدام الصحف الورقية أسهل بكثير من استخدام الصحف الإلكترونية، وقد وافق الجمهور الجزائري بنسبة 32,36% على هذه العبارة، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الحياد 24,40%، أما الجمهور المعارض لفكرة العبارة فقد قضى نسبة 19,89%، أما أصغر نسبة في الجدول فقد كانت لصالح الجمهور المعارض بشدة بـ 9,28%. وقد قُدرت شدة الاتجاه نحو العبارة ككل بـ 2,80 وهي تعبر عن وجود اتجاه سلبي متردد نحو الحياد، ويرجع ذلك إلى ارتفاع عدد كل من الموافقين، الموافقين بشدة والمحايدون لمضمون العبارة، التي تعتبر أن استخدام الصحف الورقية أسهل بكثير من استخدامها الإلكترونية، إذ لا يتطلب استخدام الصحف الورقية أولا مهارات تقنية خاصة باستخدام الحاسب الآلي وجهاز الإنترنت، كما أنه في الصحف الورقية يتم فقط قلب الصفحات للوصول إلى تفاصيل المواضيع، في حين أن استخدام الصحف الإلكترونية يتطلب النقر على الموضوع للوصول إليه في الصفحات الداخلية، كما أن تحميل الصفحات يكون مقرونا بسرعة الإنترنت وبالتالي سرعة تحميل الصفحات على العكس بالنسبة للصحف الورقية التي يتم قلب صفحاتها بطريقة أسهل.



## النتائج النهائية للدراسة

### 1- نتائج الدراسة التحليلية

#### 1-1 التساؤل الأول ما هي مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

##### 1-1-1 أنواع المواضيع الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

- أثبتت الدراسة التحليلية أن المواضيع الاجتماعية قد احتلت المرتبة الأولى في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة مقارنة بباقي المواضيع، حيث ظهرت المواضيع الخاصة بالظروف والآفات الاجتماعية بنسبة 25,79%، كما حققت كل من المواجهات والاحتجاجات، وفئة الخدمات الصحية نسبتين متقاربتين قدرتا بـ 13,64% و 13,48% على التوالي، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الحوادث 10,82% أما آخر فئة فكانت 10,32% لفئة السكن والتهيئة العمرانية وهي مختلف المواضيع الاجتماعية التي تطرقت لها الصحف الإلكترونية عينة الدراسة.

وتجدر الإشارة إلى اختلاف مجالات الاهتمام بين صحيفتي الدراسة الإلكترونيتين فيما يتعلق ببعض فئات المواضيع الاجتماعية حيث بينت النتائج أن الشروق أون لاین أكثر اهتماما بالظروف والآفات الاجتماعية التي بلغت نسبتها 35,57%، مقابل 16,17% حققتها الفئة في موقع El Watan، هذه الأخيرة التي فضلت الاهتمام بكل من فئة "سكن وتهيئة عمرانية" بنسبة 15,84% مقابل 4,70% في الشروق أون لاین، إضافة إلى فئة "خدمات صحية التي قدرت في صحيفة El Watan بـ 19,14% مقابل 7,72% في موقع الشروق أون لاین.

- احتل الإعلان الإلكتروني في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة المركز الثاني بعد المواضيع الاجتماعية، بأنواعه المختلفة حيث كانت أعلى نسبة لصالح الإعلان التجاري الذي يهدف إلى تحقيق الربح ويعتبر الممول الأساسي للصحافة الإلكترونية بـ 41,04%، يليه الإعلان الخدمي الذي يعرض لخدمات مجانية أو بأسعار رمزية لزوار الموقع بنسبة 39,30%، في الوقت الذي كان الإعلان الإداري في المركز الأخير مقارنة ببقية الأنواع بنسبة 19,51%، وتمثل هذه الفئة تلك الإعلانات الصادرة عن إدارة المواقع أو باقي الإدارات والتي تكون في إطار تنظيمي أو إعلامي محض.

وتجدر الإشارة إلى وجود اختلاف في اهتمام الصحف الإلكترونية عينة الدراسة بمختلف فئات الإعلان الإلكتروني، ففي الوقت الذي حقق فيه الإعلان التجاري المرتبة الأولى في صحيفة El Watan بنسبة 55,26%، احتل المركز الأخير في الشروق أون لاین بنسبة 25,09%،

والعكس صحيح بالنسبة إلى فئة الإعلانات الإدارية التي قُدرت نسبتها بـ38,75% وهي أعلى نسبة مقارنة بباقي الفئات في الموقع نجدها قد احتلت المركز الأخير في موقع صحيفة El Watan بنسبة 2,63%.

- لتأتي في المرتبة الثالثة المواضيع ذات الطابع السياسي، حيث احتلت المواضيع الخاصة بالعالم العربي الصدارة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 27,69%، تليها فئة الإرهاب والنشاطات الحكومية والوزارية بنسبتين متقاربتين قدرتا بـ 15,82% و 15,16%، في الوقت الذي قدرت فيه قضايا وأحداث العالم الغربي كفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 13,85%، أما نشاطات المعارضة سواء تعلق الأمر بالأحزاب أو الشخصيات فقد نشرت في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 11,43%، العلاقات الدبلوماسية سواء إقليمية كانت أو دولية ظهرت في الصحافة الإلكترونية بنسبة 7,25%، في الوقت الذي لم تظهر في الفئة الخاصة بالانتخابات سوى بنسبة 0,66% وهي أصغر نتيجة محصل عليها في الجدول، ويرجع ذلك إلى عدم مواكبة فترة الدراسة للحملات الانتخابية المختلفة، وهي مختلف المواضيع السياسية التي تطرقت لها صحف الدراسة.

وتشير الباحثة إلى تقارب نسب معظم فئات المواضيع السياسية بين صحيفتي الدراسة، ولم يسجل الفارق إلا فيما يخص فئة الإرهاب التي قدرت نسبتها بـ 18,98% في الشروق أون لاين مقابل 10% في موقع El Watan، فئة العالم العربي هي الأخرى سجلت اختلافا بين صحف الدراسة في درجة الاهتمام بها حيث قدرت في صحيفة الشروق أون لاين بـ 30,17% مقابل 23,12% في صحيفة El Watan، في الوقت الذي كانت فيه هذه الأخيرة أكثر اهتماما بقضايا العالم الغربي بنسبة 26,25% مقابل 7,12% في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين.

- المواضيع الثقافية قُدرت نسبتها في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بـ 12,48% من مجموع المواضيع المنشورة، حيث جاءت المضامين الفنية التي تنطرق إلى الأحداث والتظاهرات الفنية المختلفة المقامة خلال فترة الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة 49,01%، تليها مباشرة فئة منوعات وتتضمن أساسا مختلف الأخبار عن النشاطات الإعلامية التي تبث خاصة على موقع الشروق أون لاين والذي يروج لما تقوم به بقية المواقع المتصل بالموقع كالشروق العربي مثلا من إصدارات، تكريمات للشخصيات سواء كانت سياسية أو إعلامية أو دينية، في الوقت الذي

احتلت فيه فئة تراث وتاريخ المركز الأخير في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بصفة عامة وذلك بنسبة 21,05%.

وتشير الباحثة إلى اختلاف مجالات الاهتمام بين الصحيفتين الإلكترونيتين فيما يخص المواضيع الثقافية حيث أولت الشروق أون لاين الأهمية للمنوعات التي جاءت في المركز الأول تليها مباشرة فئة المواضيع الفنية هته الأخيرة التي احتلت المركز الأول في موقع جريدة El Watan متبوعة مباشرة بفئة تراث، تاريخ وحضارة في الوقت الذي كانت فيه المنوعات في آخر مرتبة.

- فئة المواضيع الاقتصادية جاءت في المركز الخامس بنسبة 10,30% من مجموع المواضيع المنشورة في الصحف الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، حيث جاءت في الصدارة فئة الإنجازات والمشاريع بنسبة 33,86% من مجموع المواضيع الاقتصادية المنشورة خلال فترة الدراسة تليها مباشرة فئة طاقة وبتترول بنسبة 16,33%، ثم فئة الفلاحة بنسبة 13,15% متبوعة بفئة النشاطات التجارية بنسبة 11,95%، فئة الفساد الاقتصادي حققت نسبة 7,57%، من مجموع المواضيع المنشورة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، تليها كل من فئة الشراكة الدولية، وتنظيم قطاع العمل بنسبتين متقاربتين قدرتا على التوالي 6,77%، و 6,37%، لتأتي في المركز الأخير النشاطات السياحية التي تعكس فعلا حالة القطاع السياحي في الجزائر بنسبة 3,98%. وأثبتت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق واضحة في فئات المواضيع الاقتصادية بين الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة.

- المضامين الرياضية احتلت المركز الأخير في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 10,26%، حيث احتلت المركز الأول الرياضة المحلية بنسبة 28,8%، تلتها مباشرة مستجدات المنتخب الوطني وكل ما يتعلق به من منافسات قارية أو دولية بنسبة 19,2%، متبوعة بفئة "مونديال 2014" حيث لم تواكب فترة الدراسة إلا فترة قصيرة جدا من فعاليات المونديال لذا فقد قدرت نسبة الفئة 18,4%. فئة "أخبار المحترفين" سواء كانوا على المستوى الوطني أو الدولي قدرت بـ 13,2%، لتحقق كل من فئة رياضة عالمية، ومنافسات قارية نسبتين متقاربتين قدرتا على التوالي 6,8%، و 5,6%.

وتثبت نتائج الدراسة أن الشروق أون لاين كانت أكثر اهتماما بمواضيع المنتخب الوطني ومونديال 2014، في الوقت الذي اهتمت فيه صحيفة El Watan بالرياضة المحلية والمنافسات

القارية بصفة أكثر، وهو ما يثبت اختلاف مجالات اهتمام الصحيفتين الإلكترونيتين بالمواضيع الرياضية.

### 1-1-2 مصادر المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

تعتمد الصحافة الإلكترونية الجزائرية على مجموعة من المصادر من أجل تزويد مواقعها بمختلف المواضيع السياسية، الاقتصادية الاجتماعية والرياضية والثقافية، وقد أثبتت نتائج الدراسة أن أكثر المصادر استخدمت من طرف الصحف الإلكترونية عينة الدراسة كان التحرير المركزي بنسبة 62,60%، تليه مباشرة شبكة المراسلين المستخدمة في استقاء الأنباء ذات الطابع المحلي بنسبة 20,47%، في الوقت الذي جاءت فيه وكالات الأنباء في المركز الثالث بـ 13,38% وقد تم الاعتماد على المبعوث الخاص ووسائل الإعلام الأخرى كمصدر للمادة الإعلامية في صحف الدراسة بنسبتين متقاربتين قدرتا بـ: 1,67% و 1,18% على التوالي، وقد كانت أصغر نسبة لصالح فئة المواقع الإلكترونية التي لم تستخدم بقدر كبير حيث بلغت نسبتها 0,70%.

وتسجل النتائج اختلاف صحيفتي الدراسة في درجة اعتمادهما على كل من فئة التحرير المركزي، وشبكة المراسلين، حيث تعتبر الشروق أون لاين أكثر استخداما للتحرير المركزي لمعالجة المواضيع المختلفة مقارنة بصحيفة El Watan التي أظهرت نتائج الدراسة أنها أكثر اعتمادا على المراسلين المحليين وذلك لاستقاء الأخبار ذات الطابع المحلي.

### 1-1-3 المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

فيما يخص المجال الجغرافي للمادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية فقد أثبتت نتائج الدراسة أن المواضيع ذات الطابع الوطني قد احتلت المركز الأول بنسبة 46,59%، تليها مباشرة المواضيع الدولية بـ 27,24%، وقد جاءت المواضيع المحلية في المركز الأخير في الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة بنسبة 26,17%.

وقد بينت نتائج الدراسة اختلاف اهتمام الصحيفتين الإلكترونيتين عينة الدراسة بالمجال الجغرافي للمادة الإعلامية، حيث أظهرت النتائج اهتمام الشروق أون لاين بالمواضيع الوطنية أولاً، ثم المواضيع الدولية في المركز الثاني، ثم تأتي في الأخير المواضيع المحلية، ويختلف هذا الترتيب في موقع صحيفة El Watan الذي يهتم أولاً بالمواضيع المحلية، متبوعة بالمواضيع الوطنية، لتأتي في الأخير المادة الإعلامية الدولية.

#### 4-1-1 قيم المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

بينت نتائج الدراسة أهم القيم التي تضمنتها المادة الإعلامية في صحف الدراسة حيث جاءت قيمة المنافسة في المركز الأول بنسبة 17,98%، تليها قيمة العمل بـ 12,52%، كما ظهرت قيمة التضامن في المركز الثالث بـ 11,74%، قيمة التنظيم بـ 10,96%، التقدير بـ 8,62%، وقد حققت كل من قيمة التنديد والوعي نسبتيين متقاربتين في مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية قدرتا بـ 7,55%، و 7,14% على التوالي وقد كانت آخر قيمة هي السلام بـ 1,76% من مجموع القيم. هذا ولم تسجل النتائج فروقا واضحة بين قيم كل من صحيفتي الدراسة، عدا قيمة التنديد التي بلغت نسبتها في الشروق أون لاين 10,30% في الوقت التي قدرت فيه بـ 4,60% في جريدة El Watan، إضافة إلى قيمة التقدير التي بلغت في الشروق أون لاين 11,25%، و 5,76% في El Watan.

#### 2-1 التساؤل الثاني: ما هي الخصائص الشكلية للصحف الإلكترونية الجزائرية؟

##### 1-2-1 الفنون الصحفية المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

أثبتت نتائج الدراسة أن الصحافة الإلكترونية عينة الدراسة اعتمدت على الخبر الصحفي في تحرير المادة الإعلامية بنسبة كبيرة قدرت بـ 48,52% حيث احتل المركز الأول مقارنة بباقي الأشكال الصحفية، تلاه التقرير الصحفي بنسبة 22,03%، فيما قدرت نسبة المقالات الصحفية بـ 10,80%، وهي أهم الأشكال التي ركزت الصحف على استخدامها فيما حققت الفنون الصحفية الأخرى نسبا صغيرة حيث حقق كل من التقرير السمعي البصري و الريبورتاج الصحفي نسبتيين مقاربتين قدرتا بـ 4,78% و 4,46% على التوالي، أما الحديث الصحفي فلم تتجاوز نسبة الـ 3,55%، وحققت باقي الفنون الصحفية نسبا ضئيلة جدا خاصة منها الأشكال السمعية البصرية. - وتجدر الإشارة إلى أنه في الصحافة الإلكترونية ينبغي أن يجد القارئ مادة إعلامية متنوعة نصية، أو مكتوبة، سمعية، وسمعية بصرية، إلا أنه ومن خلال نتائج الدراسة نستنتج أنه لم يتم استغلال الإمكانيات التي توفرها الإنترنت ومواقع الويب بالشكل المطلوب خاصة من طرف الصحيفة الإلكترونية El Watan التي نجد في مضمونها نقصا كبيرا في استخدام الأشكال الصحفية السمعية البصرية، مما يجعل القارئ يحس وكأنه يطالع نسخة مصورة عن الصحيفة الورقية، في حين نجد أن الشروق أون لاين أكثر حرصا على التنوع في أشكال المادة الإعلامية المقدمة للصحف موظفة في ذلك خاصة التقارير السمعية البصرية التي قدرت نسبتها في الصحيفة بـ 8,47% من مجموع الأنواع الصحفية المستخدمة في الموقع.

## 2-2-1 القوالب الفنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

-تكشف نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية عينة الدراسة اعتمدت على القوالب التقليدية للتحريير الصحفي بنسبة 99%، حيث لم تستخدم القوالب الحديثة إلا بنسبة 1% والتي اقتصرت فقط على قالب واحد هو قالب لوحة التصميم الحديث الذي يعتمد على الدمج بين المادة المكتوبة وإثرائها بالمضامين السمعية البصرية، وقد كان ذلك من طرف جريدة الشروق أون لاين التي بلغت فيها نسبة استخدام القوالب الحديثة 1,76 % من مجموع القوالب المستخدمة في تحرير مادتها الإعلامية، فيما احتل قالب الهرم المقلوب المركز الأول من حيث اعتماد الصحافة الإلكترونية الجزائرية عليه وذلك بنسبة 70,16%- يليه في المركز الثاني قالب الهرم المقلوب المتدرج بنسبة 20,32%، فيما لم تتعد نسبة الهرم المعتدل في الصحافة الإلكترونية الجزائرية نسبة 3,51%.

-ويكمن الاختلاف بين صحيفتي الدراسة أصلا في مدى استخدام القوالب الحديثة في تحرير المادة الإعلامية، حيث كشفت نتائج الدراسة الغياب الكلي للقوالب الحديثة في صحيفة El Watan، في حين ظهر قالب لوحة التصميم كما وضعنا سابقا في الشروق أون لاين بنسبة 1,76% وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بما يجب أن يكون وبما تفرضه أجديات التحرير الإلكتروني، حيث أنه لا يوجد اختلاف كبير بين المواضيع المنشورة في النسخ الورقية وتلك التي تعرض على مواقع الصحف هذا إذا خصصنا الحديث على المادة المكتوبة، ونفس الملاحظة تسجل على المادة السمعية بصرية التي يتم عرضها كما بثت على شاشات التلفزيون.

من هنا واستنادا للنتائج المحصل عليها فإنه يمكننا أن نقول أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية لم تدخل بعد عالم التحرير الإلكتروني، حيث لم تستطع إنشاء شخصية تحريرية منفردة ومستقلة عن الخط الافتتاحي لنسخها الورقية التي تعد أصل وجود هذه المواقع الإلكترونية، وبالتالي فإن المؤسسات الصحفية تجد صعوبة في انتهاج خطتين تحريريتين في الوقت ذاته واحدة خاصة بالنسخة الورقية والأخرى توضح معالم الصحيفة الإلكترونية، بالتالي فإنها تفضل نشر المادة الإعلامية كما تنشر في الصحف بطريقة إلكترونية.

### 1-2-3 موقع نشر المادة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

بيّنت نتائج الدراسة أن أغلب المواضيع قد تم نشرها في كل من الواجهة والصفحات الداخلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنسبة 55,13%، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة المواضيع التي نشرت فقط في الصفحات الداخلية 26,65%، أما نسبة المادة الإعلامية التي نشرت ابتداء من الواجهة وعرضت تفاصيلها في الصفحات الخارجية فقد بلغت 15,05%، في حين بلغت نسبة المواضيع الصحفية التي نشرت مقدمتها في الصفحات الداخلية وتفصيلها في الصفحات الخارجية 2,42% وقدرت نسبة استخدام موقع الواجهة فقط لعرض المواضيع الصحفية خاصة منها الكاريكاتورية بـ 0,75% وهي أصغر نسبة.

- وتجدر الإشارة إلى وجود اختلاف بين صحيفتي الدراسة في اعتماد مواقع نشر المادة الإعلامية، خاصة في فئة "الواجهة والصفحات الداخلية" حيث يستخدم هذا الموقع في الشروق أون لاين بنسبة 39,96%، في الوقت الذي يحتل فيه المركز الأول في موقع El Watan بـ 72,41%، حيث يعد أكثر المواقع استخداما من طرف الصحيفة، التي لا تستخدم الصفحات الخارجية لنشر مواضيعها الصحفية، لكنها تنفرد في استغلال الواجهة كموقع رئيسي لعرض 1,61% من المواد الإعلامية والتي تتمثل أساسا في الرسوم الكاريكاتورية.

### 1-2-4 أنواع العناوين المستخدمة

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن المواضيع الإعلامية التي تكتفي باستخدام العناوين الرئيسية فقط قد بلغت نسبتها 89,36%، في الوقت الذي قدرت فيه المادة الإعلامية التي استعانت بالعناوين الفرعية لتمييز الوقائع عن بعضها 10,64%، وبالتالي نستنتج أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية بصفة عامة تكتفي في الغالب باستخدام العناوين الرئيسية فقط في عرض مادتها الإعلامية رغم وجود فرق واضح بين صحيفتي الدراسة في درجة استخدامهما للعناوين الفرعية إلى جانب العناوين الرئيسية، إذ تظهر النتائج أن صحيفة El Watan أكثر توظيفا لهذا النوع من العناوين أكثر من الشروق أون لاين وذلك يعود إلى كثرة المقالات و المواضيع الصحفية الطويلة نسبيا.

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة العناوين المجمعّة قد بلغت نسبتها 95,33% من مجموع العناوين المنشورة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية عينة الدراسة، في الوقت الذي قدرت فيه نسبة العناوين غير المجمعّة بـ 4,67%، مما يثبت أن أغلب المادة الإعلامية التي نشرت في الصحف الإلكترونية الجزائرية قد تم تجميع عناوينها والإعلان عنها مسبقا قبل عرضها للجمهور.

## 1-2-5 أنواع الصور الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

- توصلت الدراسة إلى أن 43,35% من الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت ذات طابع معلوماتي، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة الصور الشخصية 32,98%، أما الصور التوضيحية والرسوم فقد بلغ عددها 23.67%، وتجدر الإشارة إلى أن الشروق أون لاين أكثر اهتماما بتوظيف الصور حيث أن عدد المواضيع الإعلامية بالموقع قد وصل خلال فترة الدراسة إلى 991 في الوقت الذي وصل فيه عدد الصور إلى 2106 مما قد ينعكس على سهولة استخدام الموقع بالنسبة للقارئ، وعلى العكس بالنسبة للـ El Watan التي قد تترك بعض المواضيع دون إرفاقه بأي نوع من الصور إلى حد التقصير، حيث أن عدد المواضيع قد بلغ 870، في حين قدر عدد الصور بـ 653 صورة.

- توصلت الدراسة إلى أن ملفات الصور المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية كانت بنسبة 94,42% ذات النوع JPEG، في الوقت الذي بلغت فيه الصور PNG 5,58% في حين لم يتم استعمال الصور GIF على مواقع الصحف وهي النتيجة التي تعني أن أكثر الصور المستخدمة في الصحف الإلكترونية هي الصور الفوتوغرافية وتكون إما معلوماتية، أو شخصية، أو إيضاحية.

- أما فيما يخص مدى حركية الصور وهي الخاصية التي توفرها الإنترنت عموما فقد أثبتت الدراسة أن 82,64% من الصور المستخدمة في الصحف الإلكترونية الجزائرية ثابتة، في الوقت الذي تم فيه استخدام شريط الصور المتحركة الذي يسمح للقارئ أولا باختيار الصورة التي قد تلفت انتباهه ثم ينقر عليها ليتوجه إلى متابعة الموضوع المتعلق بها وقد يكون إما عبارة عن نص مكتوب، أم فيديو سمعي بصري وقد بلغت نسبتها 17,36%.

- نفس النتيجة بالنسبة إلى مدى حركية الإعلانات، حيث أن النتائج أثبتت أن الصحافة الإلكترونية قد استخدمت الإعلانات الثابتة بنسبة 71,83%، في الوقت الذي قدرت فيه نسبة الإعلانات المتحركة 28,17%، مما يعني أن الصحف الإلكترونية شرعت في استغلال إمكانيات الإنترنت الاتصالية.

- أثبتت نتائج الدراسة أن أكثر المواقع المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية لنشر الصور هي بين "العنوان والنص" في الصفحات الداخلية بنسبة 32,26%، يليه بنسبتين متقاربتين "يمين النص" و"فوق النص" في الواجهة بنسبة 16,67% و16,53%، أما أصغر نسبة فكانت "يسار النص" في الصفحات الخارجية حيث بلغت 0,14%.



## 6-2-1 النصوص الفائقة

- كشفت الدراسة أن 85,14% من النصوص الفائقة المستخدمة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة ذات طابع داخلي، في الوقت الذي ظهرت فيه النصوص الفائقة الخارجية بنسبة 14,86%، هذا فيما لم يتم استخدام النصوص المحلية بصفة مطلقة في كلتا الصحيفتين.

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة استخدام ما يعرف باسم الوسائل الفائقة قد أصبح من أجديات العمل الصحفي، حيث ظهرت فئة النص والغرافيكي بنسبة 53,68% وهي الفئة التي تدل على استخدام الصور إلى جانب النصوص الفائقة، في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، تليها نسبة النصوص الفائقة المكتوبة بنسبة 39,77%، أما آخر نسبة فقد كانت لصالح فئة الصور التي تستخدم كإحالات إلى التفاصيل أو إلى مواقع أخرى.

- كما تكشف نتائج الدراسة وفي ضوء المقارنة بين صحيفتي الدراسة اختلاف نوع الإحالات المستخدمة بينهما، ففي الوقت الذي تركّز فيه صحيفة El Watan على استخدام النصوص كمدخل للإحالات وذلك بنسبة 74,63%، فإن صحيفة الشروق أون لاين تستخدم كلا من النص والصورة كمدخل للإحالات الداخلية والخارجية.

## 7-2-1 الوسائط المتعددة

أثبتت نتائج الدراسة أنه لم يتم بث مقاطع الفيديو السمعية البصرية بطريقة مباشرة بل تم اعتماد مقاطع مسجلة، بنسبة 100%.

### 3-1 التساؤل الثالث: ما هو مستوى التفاعلية المحقق في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

اعتمدت الباحثة في قياسها للتفاعلية المحققة في الصحف عينة الدراسة على مقياس هيبتر معدا من طرف الباحث محمد حلمي محسب.

ويخلص الجدول التالي النتائج المحصل عليها:

**جدول (99) يبين إجمالي مقياس تفاعلية الصحف الإلكترونية عينة الدراسة**

أبعاد التفاعلية	الشروق أون لاين	El Watan
تعدد الخيارات	% 57.89	% 57,89
سهولة الاتصال الشخصي	%50	%37,5
الاستجابة للمستخدم	%25	%25
سهولة إضافة معلومات	%55,56	% 77,78
سرعة وسهولة الحصول على المعلومات	%100	%72,73
مراقبة نظام المستخدم	%50	%50
متوسط التفاعلية	%56,41	%53,48

للحصول على التفاعلية الكلية قامت الباحثة بقسمة مجموع النسب المؤوية المحصل عليها في كل بعد على عدد أبعاد التفاعلية، ويبين الجدول أن نسبة التفاعلية المحققة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين هي %56,41، في حين قدرت نسبة التفاعلية المحققة في El Watan بـ %53,48، ونلاحظ أولا أن النسبتين متقاربتين ما يعني أنه لكل من الصحيفتين الإلكترونية نفس الدرجة من التفاعلية تقريبا، وبحساب متوسط النسبتين نتحصّل على %54,9، مما يعني أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية قد حققت نتيجة متوسطة من التفاعلية ونتيجة مقبولة نظرا لحدثة التجربة الإعلامية والمستحدث الإعلامي الجديد، حيث والمتتبع للخدمة الإعلامية على المواقع الإلكترونية الجزائرية يلاحظ أن هذه الأخيرة تحاول التطوير من مظهرها، والخدمات المقدمة لزوارها ما يعني أن مستوى التفاعلية قد يتطور تدريجيا.

## 2- نتائج الدراسة الميدانية

توصلت الدراسة الميدانية إلى جملة من النتائج يمكن من خلالها الحكم على الفرضيات سيتم عرضها وفق المؤشرات الخاصة بكل فرضية:

1-2 الفرضية الأولى: للقارئ الجزائري اتجاه إيجابي نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

### جدول (100) يوضح الاستجابة لمؤشر تنوع الأخبار والمواضيع:

العبرة	شدة الاتجاه	الاتجاه العام نحو المؤشر
1	3,88	3,24
2	2,62	
3	3,33	
4	3,74	
5	3,65	
6	2,54	
7	2,59	
8	3,59	

بحساب متوسط شدة الاتجاه المحصل عليها في كل العبارات نجد أن شدة الاتجاه العام نحو المؤشر تبلغ 3,24 وهي تعبر عن وجود اتجاه إيجابي متردد نحو الحياد، حيث أنه ورغم الإمكانيات الهائلة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية بصفة عامة من تنوع للمحتوي الإعلامي كما وكيفا، وإمكانيات التحديث وتقديم الأخبار بطريقة فورية، إلا أن هذه الإمكانيات يختلف استعمالها من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ويتحكم في ذلك القدرة على تسخير المحتوى وإثرائه هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد تتدخل الإمكانيات الخاصة بالمستخدم أو الجمهور سواء كانت تقنية لها علاقة بإمكانيات التحميل وسرعة الربط بالإنترنت، أو معرفية تتعلق أساسا بالمستوى الثقافي والتعليمي، وإمكانية استخدام هذه المواقع الإلكترونية على أحسن وجه.

جدول (101) يوضح الاستجابة لمؤشر سهولة التفاعل وإضافة الآراء والتعليق

العبرة	شدة الاتجاه	الاتجاه العام نحو المؤشر
9	3,67	3,03
10	3,25	
11	2,26	
12	2,56	
13	2,47	
14	3,45	
15	3,29	
16	3,30	

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام نحو مؤشر سهولة التفاعل وإضافة الآراء والتعليق، وهو المؤشر الذي يعكس إمكانية الجمهور للتعبير عن رأيه مباشرة سواء كان ذلك على موقع الصحيفة ذاته، أم على الصفحات الخاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي الفرصة والخاصية الأساسية التي غيرت من أبجديات الإعلام ووسائله وتعاريفه، حيث ألغت الحدود بين طرفي العملية الاتصالية التي أضحت بدورها دائرية يميزها التفاعل المفترض بين كل من المرسل والمستقبل، من خلال البريد الإلكتروني مواقع التواصل الاجتماعية، الفضاءات الخاصة بإضافة التعليقات والاستفتاءات، وقد بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذا المؤشر 3,03، أي أن اتجاه مفردات العينة نحو نوعية التفاعل وإضافة الآراء والتعليق إلى محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية هو اتجاه محايد يميل نحو الإيجابية.

وبهذا فإن الاتجاه العام نحو الفرضية الأولى "للجمهور الجزائري اتجاهات إيجابية نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية"، يكون:  $3,13 = 3,03 + 3,24$  وهو اتجاه محايد يميل نحو السلبية مما يجعل الباحثة تقدر أن الفرضية الأولى قد تحققت بصفة نسبية، باعتبار أن الاتجاه المحصل عليه هو اتجاه متوسط لم يصل إلى معدلات القوة.

2-2 الفرضية الثانية: للقارئ الجزائري اتجاه سلبي نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية.

جدول (102) يوضح الاستجابة لمؤشر كيفية تقديم المحتوى

الاتجاه العام نحو المؤشر	شدة الاتجاه	العبارة
2,56	2,63	17
	2,50	18
	2,53	19
	2,49	20
	2,54	21
	2,67	22

شدة اتجاه أفراد العينة نحو المؤشر قدرت بـ2,56، وهو اتجاه سلبي يميل نحو الحياد، خاصة وأن كل عبارات هذا المحور كانت سلبية اقترحتها الباحثة بعد ملاحظة محتوى الصحافة الإلكترونية والقيام بتحليله كون موضوع البحث الأساسي هو تحليل شكل ومضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية، فكشف المقياس عن الاتجاه السلبي للجمهور الجزائري واستجابته بالموافقة نحو العبارات المقترحة عليه.

جدول (103) يوضح الاستجابة لمؤشر صعوبة استخدام الموقع

شدة الاتجاه نحو المؤشر	شدة الاتجاه	العبرة
2,83	2,55	23
	2,63	24
	3	25
	3,55	26
	2,51	27
	3,32	28
	2,51	29
	2,58	30
	2,80	31

من خلال الجدول نلاحظ أن الاتجاه نحو مؤشر كيفية استخدام الموقع وهو المؤشر الذي يتضمن أهم العناصر الخاصة بكيفية استخدام الموقع انطلاقاً من عملية تحميله هذه الأخيرة التي تتأثر بما يحويه الموقع من خدمات قد تكون أساسية ومفيدة وقد صبح مرادفة لمصطلح الحشو وغياب التنظيم حيث يشعر القارئ بالفوضى التكرار العشوائي للمواضيع والصور وهذا ما يؤثر على عملية التعرض للموقع، وعموماً فقد كان معدل شدة الاتجاه نحو هذا المؤشر: 2,83 وهو يشير إلى وجود اتجاه محايد يميل نحو السلبية.

من خلال هذه النتائج يمكن حساب معدل الاتجاه العام نحو الفرضية "للجمهور الجزائري اتجاهات سلبية نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية" ككل:

$$2,70 = 2,83 + 2,56$$

الثانية تحققت باعتبار أن شدة الاتجاه العام نحو الفرضية ضعيفة مما يعني استجابة مفردات العينة بقوة لعبارات المقياس الخاص بها.

يمكن من خلال نتائج المقياس تسجيل الملاحظات الآتية:

بالنسبة لمضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية ونوعية الأخبار والمواضيع الإعلامية،

أثبتت الدراسة من خلال إجابات المبحوثين وجود نقائص على مستوى خاصية التحديث ذاتها

حيث لاحظت الباحثة وخلال فترة الدراسة أن الصحف الجزائرية تفتقد إلى صفة الفورية التي تسمح بنقل الأحداث فور وقوعها، بل غالبا ما يتم تحديث المضمون خلال الفترة الليلية مع إرفاقه بوقت عرض الموضوع ووضعه على شبكة الويب، وهو عادة المضمون الذي يمكن للقارئ إيجاده في النسختين الإلكترونية والورقية لليوم الموالي ، ففي الواقع إن خاصية التحديث يمكن أن تخدم القارئ فقط من خلال تمكينه من مطالعة مضمون النسخة الورقية لليوم الموالي قبل طبعها وصدورها للجمهور.

أما بالنسبة لشبكة المصادر المعتمدة فقد وافق الجمهور على العبارات المقدمة له في هذا الصدد إذ سمحت شبكت الإنترنت للصحف الجزائرية بتوسيع شبكة مصادرها، إضافة إلى المصادر التقليدية التي تعتمد عليها أي وسيلة لاستقاء الأخبار كالمراسل، وكالات الأنباء، الصحفي.. إلخ أصبح اليوم بإمكان وسائل الإعلام استخدام المصادر الإلكترونية المتوفرة على شبكة الإنترنت من مواقع إعلامية، ووسائل إعلام متخصصة وقواعد البيانات.. إلخ.

كما كانت اتجاهات الجمهور الجزائري إيجابية نحو العبارات الخاصة بتنوع المضمون وثرائه، حيث لاحظت الباحثة أن أغلب الصحف الإلكترونية الجزائرية تعمل على استغلال الإمكانيات الاتصالية للإنترنت، فتقوم بتنويع مضمونها الذي لم يعد مقتصرًا على الأخبار المكتوبة فقط بل يمكن للقارئ الحصول على تقارير أو حوارات سمعية بصرية، وهو الشيء ترك انطبعا إيجابيا لديه.

حتى الخدمات الخاصة بالأرشيف وإمكانية الاطلاع على مضامين وأعداد قديمة يعد صعبا بالنسبة لبعض الصحف الإلكترونية الجزائرية، وتتفاوت هذه الخدمة من صحيفة إلكترونية إلى أخرى، فمن الصحف من لا توفر أرشيفا لطبعاتها الإلكترونية بل تكتفي بأرشيف النسخ المصورة، ومنها من يحرص على تقديم النوعين معا لذلك كانت إجابات الجمهور مترددة تبعا لنوع الصحيفة الإلكترونية التي يطالعها.

أما من حيث التفاعل بين الجمهور والصحافة الإلكترونية الجزائرية فقد توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات الجمهور الجزائري إيجابية نحو إمكانية التعبير عن الرأي وإضافة التعليقات على المواضيع الإعلامية، أو المشاركة في الاستفتاءات المقترحة عليهم، حيث أن ذلك يعد ممكنا وسهلا خاصة إذا ما تم على الصفحات الخاصة بالصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة إلى استخدام البريد الإلكتروني لطلب خدمة أو استفسار معيّن للقائمين على الصحف الإلكترونية الجزائرية، فقد تمكن الجمهور من تكوين اتجاهات سلبية نحو هذه الجانب من التفاعل وذلك يرجع أساسا إلى عدم اهتمام معظم الصحف الجزائرية بالرد أو الإجابة على أسئلة القراء، ويمكن اعتبار الصحف الإلكترونية مقصرة فيما يخص هذا الجانب من التفاعلية والمتعلق أساسا ببعد الاستجابة للقراء.

هذا ما يفسر الاتجاه المحايد المتردد نحو الإيجابية للجمهور الجزائري نحو مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية.

أما فيما يخص الشق الثاني من الدراسة والمتعلق بشكل الصحف الإلكترونية الجزائرية، فقد أثبتت الدراسة أن الجمهور الجزائري له اتجاهات سلبية نحو أغلب جوانب الشكل وعناصر تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية، حيث يمكن تقسيم الصحف الإلكترونية إلى قسمين أساسيين فمنها من لا يهتم بتطوير شكله ويكتفي فقط بما هو مقدم في النسخ الورقية ففي هذه الحالة يكون حجم النص المكتوب هو الغالب مقارنة بالصور والفيديوهات، ومن الصحف الإلكترونية من يستخدم الوسائط المتعددة إلى حد الحشو ويصبح الهدف منها فقط هو استغلال الإمكانيات الاتصالية لشبكة الإنترنت وقد ينعكس ذلك سلبا على الجانب الجمالي للموقع.

كما كوّن الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية نحو المؤشر المتعلق بسهولة استخدام مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، التي يرى أنها تتميز بالحشو وكثرة استخدام الصور ومقاطع الفيديو مما يؤثر سلبا على سرعة تحميل الصفحات من جهة، كما أنها تؤثر على عملية انتقاء الأخبار والمواضيع المناسبة التي توضع بصفة عشوائية ومكررة على موقع الصحيفة إضافة إلى غياب ما يسمى بخريطة الموقع التي تسهل استخدام هذا الأخير وهذا ما يفسر اتجاهه نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية الذي كان سلبي يميل نحو الحياد.



## آفاق الدراسة

لقد كشفت الدراسة من خلال تحليل موقعي الصحيفتين الإلكترونيتين "الشروق أون لاين" و"El watan" عن خصائص الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون بالإضافة إلى أساليب التفاعل ومستوى التفاعلية المحقق في كلا الموقعين وقد خلصت الباحثة إلى مجموع من النقاط تود توجزها فيما يلي:

- بالنسبة لمضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية: على الرغم من تنوع المضامين الإعلامية في الصحافة الإلكترونية بين السياسية، الاقتصادية، الثقافية والرياضية، فإن الدراسة التحليلية كشفت أن ما يعرض في المواقع الإلكترونية يتم نشره في اليوم الموالي على النسخ الورقية، يكمن الفرق بين النوعين من الصحيفتين في توقيت عرض المادة على الجمهور، ويمكن أن تكون الدراسات التي تتناول المقارنة بين الصحف الإلكترونية ونسخها الورقية موضوعا لدراسات لاحقة.

- الإعلان الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية يختلف عن إعلانات الصحف المكتوبة سواء كان ذلك من حيث الشكل الذي توظف فيه المواقع الإلكترونية سمات وخصائص لجذب زوار المواقع كالألوان والحركة..إلخ، أما من حيث المضمون فيغلب على الإعلانات بالصحافة الإلكترونية الجزائرية الطابع الخدمي، الإداري وكذلك الإعلان التجاري، في حين تغيب الإعلانات الاجتماعية كالتعازي والتهاني وأعياد الميلاد التي تظهر بكثرة على صفحات الجرائد، وهذا ما قد يفتح المجال لبحث هذا الموضوع بطريقة علمية لأجل إجراء دراسة مقارنة بين إعلان الصحافة المكتوبة وإعلان الصحف الإلكترونية، بالإضافة إلى الاهتمام بتحليل مضمون الإعلان الإلكتروني والكشف عن خصائص بطريقة أكثر تفصيلا.

- من الناحية الشكلية توصلت الدراسة إلى عدم اهتمام الصحف عينة الدراسة بتوظيف قوالب تحريرية حديثة واكتفت بعرض المادة التحريرية في ذات القوالب الفنية المستخدمة في الصحافة المكتوبة، وبالتالي على الصحف الإلكترونية الجزائرية الالتزام بقواعد التحرير الإلكتروني حتى تبلغ مصاف الصحف الإلكترونية المحترفة.

- بالنسبة للوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية فقد كشف البحث توظيف الوسائط المتعددة خاصة منها مقاطع الفيديو، والصور، حيث لم تستعمل الصحافة

الإلكترونية هذا النوع من الوسائط، هذا من جهة أما من جهة أخرى فقد توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف واضح بين صحيفتي الدراسة الشروق أون لاين و "El Watan" في درجة توظيفهما للوسائط المتعددة فبالقدر الذي تهتم فيه "الشروق أون لاين" بتنوع المواد الإعلامية بين نصوص مكتوبة، مادة إعلامية سمعية بصرية، يغلب على موقع El Watan المادة الإعلامية المكتوبة، وانطلاقاً من هذه النتيجة توصي الباحثة بضرورة استفادة الصحافة الإلكترونية الجزائرية من السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت لتقديم محتوى متنوع لجمهورها.

- أما فيما يخص الصور فتبين من خلال التحليل وجود اختلاف واضح بين صحيفتي الدراسة في درجة اهتمامهما بالصور ففي الوقت الذي يقل استعمال الصور بأنواعها المختلفة شخصية، إيضاحية ومعلوماتية، في موقع El Watan، التي تعد فيها نسبة المواضيع التي نشرت دون إرفاقها بصور معتبرة، كشفت الدراسة عن استعمال كبير للصور في الشروق أون لاين إلى درجة الحشو مما قد يشعر زائر الموقع بكثرة المواضيع الإعلامية والصور المرفقة له، لذا يفضل للصحف الإلكترونية الجزائرية الاهتمام المعتدل بعرض الصور في مواقعها دون تقصير أو مبالغة.

- من أهم خصائص التجول في مواقع الصحف الإلكترونية بصفة عامة هو الاعتماد على النصوص الفائقة لتسهيل انتقال القارئ بين تفاصيل المادة الإعلامية، وقد كشفت الدراسة أولاً وجود اختلاف بين أنواع النصوص الفائقة المستخدمة في كل من "الشروق أون لاين و "El Watan"، إذ تستخدم الشروق أون لاين النصوص الفائقة الجرافيكية، في الوقت الذي يغلب على النصوص الفائقة في موقع El Watan الشكل النصي، لذا يستحسن التوفيق بين النوعين لإضفاء طابع جمالي على مواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ومن ناحية أخرى تركز الصحافة الإلكترونية الجزائرية على استخدام النصوص الفائقة الداخلية، أما الخارجية فتتفرد الشروق أون لاين باستخدامها، في الوقت الذي يغيب فيه استخدام النص الفائق المحلي الذي يهل تجوال القارئ لصفحة البداية وهو عنصر أساسي لا بد من الاهتمام به.

- بالنسبة للتفاعلية وأدوات التفاعل، فيمكن أن تشكل الدراسات الخاصة بتحليل الصفحات الخاصة بالصحف الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي مجالا هاما في البحث الإعلامي، باعتبارها وسيلة جديدة لتفاعل الصحف الإلكترونية مع الجمهور، وبالنسبة لاستخدام هذه الوسائل التفاعلية توصي الدراسة الصحف الإلكترونية الجزائرية بالاهتمام بوسائل الرد على انشغالات المطروحة من طرف القراء والإجابة على تساؤلاتهم.

- أما فيما يخص الدراسة الميدانية الخاصة باتجاهات الجمهور فتفتح الدراسة الحالية المجال واسعا لقياس اتجاهات الجمهور الجزائري أو فئة منه نحو: الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية الجزائرية، قياس الاتجاه نحو صفحاتها الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، جانبها التصميمي بشكل موسع ومفصل، الخدمات الإضافية كالمدونات، المنتديات و الاستفتاءات.

## الكتب باللغة العربية

1. أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004.
2. آجقو علي: الصحافة الإلكترونية العربية - الواقع والتحديات - دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005.
3. إسماعيل معراف قالية: الإعلام حقائق وأبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
4. حسني نصر، سناء عبد الرحمن: التحرير الصحفي في عصر المعلومات - الخبر الصحفي - دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2009.
5. حسني نصر، سناء عبد الرحمن: الفن الصحفي في عصر المعلومات - تحرير وكتابة التحقيقات والأدبيات الصحفية - دار الكتاب الجامعي، العين، 2005.
6. رشيد بن يوب: دليل الجزائر السياسي 1962-2002، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، ط 3، الجزائر، 2001.
7. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
8. رضا عكاشة: الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة 2005.
9. رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات - جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
10. زهير إحدادن: الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.
11. زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.
12. زيد منير سليمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
13. سامية محمد جابر، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.
14. سمير محمد حسن: دراسات في مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام)، عالم الكتب ط2، القاهرة، 2006.

15. سيد بخيت: الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية و التعليمية والقانونية والأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2010
16. شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية، دراسة في التفاعلية والتصميم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
17. صلاح عبد الحميد: الإعلام الجديد، أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015
18. عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
19. عامر قنديلجي، إيمان السامراني: البحث العلمي الكمي النوعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
20. عباس ناجي حسن: الصحفي الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
21. عبد الأمير فيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006.
22. عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
23. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل، للنشر، عمان، 2011.
24. عبد العالي رزاق: الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، دار هومة للطباعة والنشر، 2011.
25. عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية للكتاب، ط 5، القاهرة، 2002.
26. عبد المالك الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2001.
27. جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
28. عزي عبد الرحمن وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

29. فاروق أبو زيد وليلى عبد المجيد: فن التحرير الصحفى، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000.
30. فضيل دليو: تاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية -1830-2013، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
31. فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام، مطبعة سيرتا كوبي، الجزائر، 2006.
32. فضيل دليو: عناصر منهجية فى العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة -جامعة قسنطينة - 2015.
33. فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
34. ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفى للوسائل المطبوعة والإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
35. ماجد سالم تريان: الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
36. محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
37. محمد عبد الحميد: البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 2، القاهرة، 2004.
38. محمد عبد الحميد: المدونات الإعلام البديل، عالم الكتب، القاهرة 2009.
39. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط 2، القاهرة، 2004.
40. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
41. محمود علم الدين: مدخل إلى الفن الصحفى، دار أخبار اليوم، القاهرة، 2004.
42. نصر الدين لعياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2007.

43. ALAIN Joannès: *Le Journalisme à l'ère électronique*; Librairie Vuibert, Paris, 2007.
44. Brahim Brahimi: *Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme*, édition MARINOOR, Algérie, 1997.
45. Brahim Brahimi: *Le pouvoir, la presse, et les intellectuels en Algérie histoire et prospective méditerranéenne*, édition l'ARMATTAN, Paris, 1990.
46. Bruno OLLIVIER: *Les sciences de la communication – théories et acquis-* édition Armand Colin, Paris, 2007.
47. Christian BAYLON et Xavier MIGNOT: *la communication*, édition ARMAND COLIN, 2ème édition, Paris, 2006.
48. E.THIVARD, M-L GINIES: *les métiers du journalisme*, Groupe VOCATIS, Paris, 2008.
49. Ghania Mouffok: *Etre journaliste en Algérie*, Librairie de Paris 1996.
50. Jean-Luc Martin-Lagardette: *le guide de l'écriture journalistique*, édition la découverte 7 ème édition, Paris, 2009.
51. JEAN- François Dortier et autres: *La Communication état des savoirs*, Edition Sciences Humaines, 3<sup>ème</sup> édition, Auxerre Paris, 2008.
52. Jean Marie Charon, Patrick Le Floche: *La presse en ligne*, collection Repères, édition La Découverte, Paris 2011.
53. Philippe Breton, Serge Proulx: l'explosion de la communication – *introduction aux théories et aux pratiques de la communication-* La Découverte, collection "Repères", Paris 1996.
54. YANNICK Estienne: *Le journalisme après Internet*, L'HARMATTAN, Paris, 2007.
55. Yves Agnès: *Manuel de journalisme -L'écrit et le numérique-* édition la Découverte, 3<sup>ème</sup> édition, Paris, 2015.

56. Yves Agnès: Manuel de journalisme, Edition Médias plus, 3 ème édition, Constantine, 2008.

### المعاجم والقواميس

57. زهير إحدادن وآخرون: الموسوعة الصحفية العربية، ج 4، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1995.

58. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي، عمان، 2006.

59. Henriette Bloch et autres: Grand dictionnaire de la psychologie, édition LAROUSSE, Paris, 1992.

### الرسائل العلمية

60. محمود حلمي محاسب: إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية - رسالة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام، 2004

61. سميرة بورقعة: "الصحافة الإلكترونية في الجزائر" دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية - الشروق أونلاين، الخبر أونلاين، النهار أونلاين نموذجاً - رسالة مقدمة للحصول على شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 3 الجزائر، 2014-2015.

62. حسن محمد حسن منصور: الإعلام العربي في شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية تقويمية لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية على شبكة الإنترنت - رسالة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام جامعة الأزهر مصر 2007.

63. يمينة بلعالي: الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

64. خالد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، رسالة دكتوراه في الصحافة، جامعة PHU الأمريكية، 2009.

65. تيميزار فاطمة: إسهامات الإنترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007-2008.



66. ثائر محمد تلاحمة: حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

### المجلات العلمية والملتقيات

67. جمال بوعجيمي و بلقاسم بن روان: الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق - مؤتمر صحافة الانترنت - جامعة الشارقة 2005.
68. سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، ع 2+1، دمشق، 2010.
69. شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى إستراتيجية، ع7، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، يوليو 2014.
70. الصادق الحمامي: تجديد الإعلام - مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية - دراسة منشورة بالمجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، العدد الخامس، نوفمبر 2009.
71. صالح بن بوزة: السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية والممارسات (1979-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 13، 1996.
72. عباس مصطفى صادق: التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت 22-23 نوفمبر 2005، جامعة الشارقة، كلية الاتصال.
73. عماد البشير: إسهام الصحافة المطبوعة في تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت، ورقة بحثية مقدمة في أشغال اجتماع الخبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي، المجلس الاقتصادي والاجتماعي، بيروت 3-5 ماي 2003.
74. فضيل دليو: الصحافة المكتوبة في الجزائر بين الأصالة والاعتراب، مجلة المستقبل العربي، ع 255، 2000.
75. ماجد سالم تريان: فن التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، المجلد 16، ع 2 فلسطين، جوان 2012.
76. نواف حازم خالد، خليل إبراهيم محمد: الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون، ع 46، أبريل 2011.

77. Christophe Deleu: les médias et l'Internet en France, les cahiers du journalisme, revue N°4, Janvier 1998.

78. Djamel Bouadjimi: Du pluralisme politique au pluralisme médiatique; l'expérience algérienne, séminaire nationale, La transition démocratique en Algérie, Faculté de droit et des sciences politiques, université Mohamed khider Biskra.

### الجرائد الرسمية والوطنية

79. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 05-12، ع 2، الجزائر، 15 جانفي 2012.

80. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 01-82، ع 8، الجزائر، 23 فيفري 1982.

81. EL Watan le 26- 04-2005.

82. EL Watan, parut le 04- 06- 2008.

### المواقع الإلكترونية:

83. بختي إبراهيم: البنية التحتية للإنترنت والتجارة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية تحديث المناخ الاقتصادي الجديد، 22-23 أبريل 2003 متوفر على الموقع:

[http://bbekhti.online.fr/trv\\_pdf/Infrastructure%20de%20l'internet%20&%20E-commerce.pdf](http://bbekhti.online.fr/trv_pdf/Infrastructure%20de%20l'internet%20&%20E-commerce.pdf). تاريخ الزيارة 11-03-2014.

84. لقاء مكي العزاوي: الصحافة الإلكترونية دراسة في الأسس وآفاق المستقبل، متوفر على الموقع: [www.alba7es.com/Page2698.htm/](http://www.alba7es.com/Page2698.htm/).

85. نسرین حسونة: أنواع الصحف الإلكترونية، متوفر على الموقع: [www.alukah.net](http://www.alukah.net)، تاريخ الاطلاع على الموقع: 20-12-2014، الساعة 20:00.

86. Annelis TOUBOUL: *le journal électronique –Discours et offre de la presse française d'information générale sur le réseau Internet-* mémoire du DEA en sciences de l'information et de la communication, université Lumière Lyon 2, 1996, vu le 11-10-2014, à 13:00 sur le site: <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1646-le-journal-electronique-discours-et-offre-de-la-presse-francaise-d-information-generale-sur-le-reseau-internet.pdf>.

87. Carrie Heeter: *Interactivity in the Contents of Designed Experiences, Journal of Interactive Advertising*, Vol N1; 2000; available online; [www.jiad.org/article2.html](http://www.jiad.org/article2.html).

88. HADJ MILIANI: *La presse écrite en Algérie positionnement médiatique et enjeux linguistiques*, revue de CRASC, vu le 13-05-2013 sur le site:

89. Jean-Marie Charon: *Un état des lieux de la presse numérique*, conférence sur les perspectives de la presse numérique, école polytechnique Telecom, le 13 décembre 2011, Paris, vu le 15-02-2013 sur le site: [www.innovation-regulation2.telecom-paristech.fr/wp-content/uploads/2011/12/presse-numérique-jm-charon.pdf](http://www.innovation-regulation2.telecom-paristech.fr/wp-content/uploads/2011/12/presse-numérique-jm-charon.pdf).

90. Nathalie Almar: *Du journal papier au journal en ligne: diversité et mutation des pratiques journalistiques –analyse comparative*, thèse de Doctorat en sciences de l'information et de communication, université de la Réunion, 2007, vu le 25-20-2014 à 17:00 sur le site: <https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/457711/filename/2007lare0001-almar.pdf>.

91. Nicolas Kayser-Bril: *Quelle place pour la presse en ligne à l'heure du web 2.0?* mémoire de fin d'études, Institut d'études politiques de Lille, section économie et finance, vu le 12-01-2013, à 14:00, sur le site: [www.manuscritdepot.com/edition/document-pdf/nicolas\\_kayser-bril.pdf](http://www.manuscritdepot.com/edition/document-pdf/nicolas_kayser-bril.pdf).

92. Vincent Chriqui: *La presse à l'ère numérique: comment ajouter de la valeur à l'info?* La note d'analyse N°253, Centre d'analyse stratégique, le 30-11-2011, p 9-10, vu le 13-06-2013 sur le site:

[http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-presse-numerique-edl-\\_vchriqui.pdf](http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-11-30-presse-numerique-edl-_vchriqui.pdf).

93. [www.alexa.com](http://www.alexa.com), site visité le 04-05-2015 à 5h00

94. [www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at\\_histoire\\_realisation](http://www.algeriatelecom.dz/siteweb.php?p=at_histoire_realisation), site visité le 16 Mars 2016 à 09:00.

95. [www.Book.makktaba.com/2012/12/boo-kdigital-format-for-audio-image-video](http://www.Book.makktaba.com/2012/12/boo-kdigital-format-for-audio-image-video.html), html, site visité le: 31-07-2015, à 04h00:

96. [www.echoroukonline.com](http://www.echoroukonline.com), site visité le 06-10-2016, à 10H30.

97. [www.etude-francaise.net/entretien/printfr05.html](http://www.etude-francaise.net/entretien/printfr05.html), site visité le 12-02-2014, à 13h00.

98. [www.najah2000.maktoob.com/780306/25//](http://www.najah2000.maktoob.com/780306/25//), site visité le 28-12-2010, à 20h00.

99. [www.nticweb.com/telecom/7656-internet-en-algerie-quelques-chiffres/html](http://www.nticweb.com/telecom/7656-internet-en-algerie-quelques-chiffres/html), site visité le 23 décembre 2013 à 14:00

[www.univ-](http://www.univ-bejaia.dz/documents/multilinguales/15%20MILIANI%20Hadj.PDF)

[bejaia.dz/documents/multilinguales/15%20MILIANI%20Hadj.PDF](http://www.univ-bejaia.dz/documents/multilinguales/15%20MILIANI%20Hadj.PDF).

الملاحق

## ملحق 01: استمارة تحليل المحتوى

اسم الصحيفة: .....

رقم الاستمارة: .....

الموقع الإلكتروني: .....

العدد: ..... التاريخ: .....

### فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

1 نوع المضمون: سياسي اقتصادي اجتماعي ثقافي رياضي

2 فئة المجال الجغرافي: محلي وطني دولي

3 فئة المصدر: تحرير مركزي مراسل مبعوث خاص وكالات الأنباء

مواقع إلكترونية وسائل إعلام

4 فئة القيم: تضامن عمل تقدير سلام

منافسة  إصلاح  وفاء  تنظيم

مشاركة  عدل  تمسك  تنديد

وعي  تنمية

### فئات الشكل (كيف قيل؟):

1 فئة الفنون الصحفية: خبر صحفي تقرير صحفي تحقيق صحفي

حديث صحفي  ريبورتاج صحفي  مقال صحفي

كاريكاتير  استطلاع  ملف صحفي  حديث

سمعي بصري  تقرير سمعي بصري

استطلاع سمعي بصري  ريبورتاج سمعي بصري

## 2 فئة نوع القوالب المستخدمة:

قوالب صحفية حديثة

قوالب صحفية تقليدية

### 1-2 فئة القوالب الصحفية التقليدية:

الهرم

الهرم المعتدل

الهرم المقلوب

المقلوب المتدرج

(تطبق على الخبر التحقيق والحديث)

### 2-2 فئة القوالب الصحفية الحديثة:

قالب النص الطويل

قالب السرد المتسلسل

قالب لوحة التصميم

قالب الكتل النصية

قالب الدائرة

قالب المقاطع

قالب وول ستريت

قالب فورك

قالب القائمة

قالب الساعة الرملية

### عناصر التصميم التقليدية:

### 3- فئة موقع نشر الموضوع:

الصفحات الداخلية فقط

الواجهة فقط

الواجهة وصفحات خارجية

الواجهة والصفحات الداخلية

صفحات داخلية وصفحات خارجية

4- فئة العناوين:

- العناوين غير المجمعة
- العناوين المجمعة
- عناوين رئيسة فقط
- عناوين رئيسة وفرعية يستحسن

5- فئة الصور:

- مضمون الصور: المعلوماتية
- الشخصية
- التوضيحية

1-5 فئة نوع الصور المستخدمة:

- JPEG
- GIF
- PNG
- 2-5 فئة نوع الصور حسب الديناميكية: - ثابتة
- متحركة

3-5 موقع الصور:

1-4-5 بالنسبة للنص:

- يسار النص
- يمين النص
- بين العنوان والنص
- فوق العنوان
- تحت النص
- دون عنوان

2-4-5 بالنسبة للصحيفة:

- الواجهة فقط
- صفحات داخلية
- صفحات خارجية



## عناصر التصميم الحديثة:

### 6- النص الفائق:

أ- نوع النص الفائق: الداخلي  الخارجي

المحلي

ج- أشكال النص الفائق: الشكل النصي  الشكل الجغرافي

الشكل النصي والجغرافي

### 7- الوسائط المتعددة:

أنواع وسائط متعددة:

1-7 الرسوم المتحركة  الصوت  الفيديو

### مقياس التفاعلية:

تعدد الخيارات المتاحة:

محركات البحث  الأرشيف  الوسائط المتعددة   
الوسائط الفائقة  تعدد اللغة  التحكم في الشكل

سهولة الاتصال الشخصي:

غرف الدردشة  المنتديات  البريد الإلكتروني   
مواقع التواصل الاجتماعي  هواتف مباشر

الاستجابة للمستخدم:

الإجابة البشرية  الإحالة على الوسيط الإلكتروني   
أدوات خدمة المساعدة  رسائل الإشعار بالخطأ

سهولة إضافة معلومات:

- |   |  |                                      |
|---|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> تزويد الصحيفة بالأخبار | <input type="checkbox"/> التعليقات     | <input type="checkbox"/> الاستفتاءات |
| <input type="checkbox"/> إضافة إعلانات          | <input type="checkbox"/> إضافة إعلانات | <input type="checkbox"/> مدونات      |
| <input type="checkbox"/> مشاركة الأخبار         | <input type="checkbox"/> دفتر الزوار   | <input type="checkbox"/> اجتماعية    |
|   |  | <input type="checkbox"/> الإعجاب     |

سرعة وسهولة الحصول على المعلومات:

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> التحديث | سرعة الحصول على المعلومات (نقرة واحدة، نقرتين، ثلاث |
| <input type="checkbox"/> (نقرات) | تقديم المعلومات حسب الطلب                           |
| <input type="checkbox"/> المحمول | تقديم المعلومات عبر الهاتف                          |

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> دليل الفهرس | <input type="checkbox"/> تقديم المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي |
|--------------------------------------|--|

- تصنيف الأخبار (الأكثر قراءة، الأكثر تعليق، آخر الأخبار)

مراقبة نظام الاستخدام:

- |                                |                                       |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> الكعك | <input type="checkbox"/> تسجيل الدخول |
|--------------------------------|---------------------------------------|

ملحق 02: استمارة قياس الاتجاه:

### المحور الأول البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى

- السن:.....

- المستوى التعليمي:.....

- المهنة:.....

### المحور الثاني: اتجاهات الجمهور الجزائري نحو محتوى الصحف الإلكترونية الجزائرية:

#### 1-2 نوعية الأخبار والمواضيع.

1- تتفرد الصحف الإلكترونية الجزائرية بتقديم الأحداث فور وقوعها مقارنة بالصحف الورقية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

2- تتميز الصحف الإلكترونية الجزائرية بوتيرة بطيئة في تحديث الأخبار.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

3- تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بمصداقية محتوياتها.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

4- تستعين الصحف الإلكترونية الجزائرية بمصادر إخبارية متنوعة.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

5- تحتوي الصحف الإلكترونية الجزائرية على عدد أكبر من الأخبار والمواضيع مقارنة بالصحف الورقية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

6- تنشر المواضيع في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بنفس الأسلوب المعتمد في الصحافة الورقية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

7- تتميز بعض الصحف الإلكترونية بأيقونات أرشيفية غير فعالة تؤدي إلى مضمون فارغ.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

8- يمكن في الصحافة الإلكترونية الجزائرية الاطلاع على كل المواضيع الحديثة والقديمة منها عن طريق خدمة الأرشيف.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

## 2-2 نوعية التفاعل وإضافة الآراء والتعليق:

9- توفر الصحافة الإلكترونية الجزائرية للقارئ هامشا للتعبير عن رأيه بكل حرية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

10- ينشر أي رأي أو تعليق من قبل القراء مباشرة على موقع الصحيفة دون حذف أو إضافة.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

11- تعد مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر أفضل من الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث التفاعل وإضافة الآراء والتعليق.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

12- لا تلقى أسئلة القراء وطلبهم المعلومات الاهتمام الكافي من طرف الصحف الإلكترونية الجزائرية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

13- بعض الصحف لا يهتم بالرد على أسئلة أو طلبات القراء عبر البريد الإلكتروني.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

14- تعد المواضيع التي تطرحها الصحيفة للاستفتاءات مهمة وتعبير عن انشغالات المواطن.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

15- تتميز نتائج الاستفتاءات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بالصدق.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

16- يتم نشر إعلانات شخصية من طرف القراء كالميلاد ، التعازي بسهولة على موقع الصحيفة.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

المحور الثالث: اتجاهات الجمهور الجزائري نحو شكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية:

### 1-3 كيفية تقديم المحتوى:

17- تتميز الصحافة الإلكترونية الجزائرية بعدم انسجام المحتوى الإلكتروني الناتج عن تغليب النص على مقاطع الفيديو والصوت.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

18- لا يختلف محتوى الصحافة الإلكترونية عنه في الصحف الورقية إلا في كثرة نشر الصور.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

19- تتحكم الصحافة الإلكترونية الجزائرية بلغة صدورها الأصلية أكثر مقارنة باللغات الإضافية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

20- تهتم الصحافة الإلكترونية الجزائرية أكثر بالمحتوى المقدم بلغتها الأصلية عربية كانت أم فرنسية مقارنة بالمحتوى المقدم باللغات الإضافية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

21- النصوص الفائقة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية بسيطة لا تحيل القارئ إلى محتوى غني بالمعلومات.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

22- النصوص الفائقة المتوفرة في مواقع الصحف الإلكترونية داخلية ولا تحيل القارئ إلى مواقع إعلامية أخرى.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

### 2-3 كيفية استخدام الموقع:

23- تعتبر وتيرة تحميل الصفحات الخاصة بالصحافة الإلكترونية الجزائرية بطيئة مقارنة بمواقع إعلامية أخرى.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

24- بطء تحميل الصفحة الإلكترونية مرده الحشو وكثرة نشر الصور ومقاطع الفيديو.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

25- تؤثر تصنيفات الصحيفة الإلكترونية لبعض المواضيع ("الأكثر قراءة"، "الأكثر تعليقا"، "تغطيات ذات صلة") على خيارات القارئ.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

26- تعتبر الكلمات الدلالية التي يوفرها موقع الصحيفة عند نشر الأخبار مفيدة في تسهيل البحث عن الأخبار والمواضيع.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

27- يتميز تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية بالحشو وتكرار عرض الأخبار والمواضيع مما يؤدي إلى تشويش ذهن القارئ وضياعه.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

28- يعد تصميم الصحف الصادرة باللغة الفرنسية بسيطا مقارنة بالصحف الناطقة بالعربية

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

29- لا يرقى تصميم الصحف الإلكترونية الجزائرية إلى مستوى تصميم الصحف العالمية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

30- على عكس الصحف العالمية تولى الصحافة الإلكترونية الجزائرية أهمية بالغة لتصميم واجهة الموقع مقارنة بالصفحات الداخلية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

31- يعد استخدام الصحف الإلكترونية الجزائرية أكثر تعقيدا مقارنة بالصحف الورقية.

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

Fichier Édition Affichage Historique Marque-pages Outils ?

الشروق أون لاين x الشروق أون لاين x الشروق أون لاين x Peugeot Algérie | Construc... x El Une papier - El Watan x El A la une - El Watan x +

file:///C:/Users/Chahrazed/Documents/elwatan échantillon/A la une - El Watan 1 JUN.htm

Rechercher

Archives Newsletter Infos en RSS

Connectez-vous ou inscrivez-vous Connectez-vous ou inscrivez-vous

Rechercher

Mercredi 15 juin 2016 Samedi 26 décembre 2015

TÉLÉCHARGEMENTS PDF

Journal du 31/05

El Watan

Les migrants abandonnés et stigmatisés

29/05 28/05 27/05

Personnaliser...

**L'INFO EN CONTINU**

**Taoufik Makhloufi termine 11e sur le mile**  
Réagissez  
Par Chafik Boukakes le 01/06/14 à 00h56

Encore une fois l'épreuve du mile n'a pas souri à l'athlète algérien Taoufik Makhloufi qui a terminé samedi soir 11e (3'52"16) au meeting d'Eugène aux Etats Unis. [la suite](#)

**L'Algérie interpellée devant l'OIT pour violation des droits des travailleurs** 3

Lors de la 103ème session internationale du travail qui se tient actuellement et depuis le 28 mai, l'Algérie a été classée parmi les 25 pays qui seront étudiés par la commission de l'application des normes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

**Coronavirus : deux cas d'infection confirmés en Algérie** 9

Il s'agit de deux hommes algériens, âgés de 66 et 59 ans, ayant séjourné en Arabie saoudite pour l'accomplissement de la Omra.

**Des milliers de subsahariens à Tamanrasset : Les migrants abandonnés et stigmatisés** 13

**La CLTD dévoile les mécanismes du projet de la transition démocratique** 3

**El Watan Magazine**

**El Watan étudiant**

**DÉPÊCHES**

08h53 Mer de Chine: Pékin dénonce les provocations des USA et du Japon

08h22 Musée juif de Bruxelles: un suspect arrêté à Marseille

08h09 Ukraine: Kiev accuse Moscou de propagande, risque de coupure du gaz

07h45 Nigeria: attaque de Boko Haram contre quatre villages

Liens FR 14:00 15/06/2016

Parmi les modules complémentaires installés, un ou plusieurs n'ont pas pu être vérifiés et ont été désactivés. En savoir plus

Archives Newsletter Infos en RSS

Connectez-vous ou inscrivez-vous Connectez-vous ou inscrivez-vous  
Mercredi 15 juin 2016 Samedi 26 décembre 2015

EDITIONS PAPIERS **UNE PAPIER** Flux RSS

### Ghardaïa : «Nous sommes des réfugiés chez nous» 13

Par K. Nazim le 18/07/14 à 10h00



Découvrez toutes les équipes de ce Mondial Brésilien 2014

Découvrez les stats du mondial

Équipe	Buts
USA	1
CHN	1
PRY	1
COL	1
CHI	1
ESP	1
URU	1
ARG	1
ITA	1
GER	1
ENG	1
ESP	1
URU	1
ARG	1
ITA	1
GER	1
ENG	1

**El Watan Magazine**

**El Watan**

#### LES BLOGS D'EL WATAN

**Algérie Montréal**  
Une voiture automatique... pas assez viril, mon fils !  
On laisse rarement derrière soi ses mythes et ses légendes ...

**Bandes originales**  
Décès du légendaire soulman, Bobby Womack  
It's All Over Now (fini, maintenant) est célèbre ...

Personnaliser...

Connexion à www.gstatic.com...





أهلاً بك | من فضلك سجل الآن \* | أهلاً بك | منتديات الشروق | أضيف



بحث  بحث

# الشروق أون لاين

English Français

الأحد 1 جوان 2014 ميلادي الموافق لـ 2 شعبان 1435 هجري

أحداث العالم العربي | الوطني | الاقتصاد | الرياضة | الرأي | أقسام خاصة | آخر الأخبار



الاشكالك تطلق اليوم. وموعد مع إيفان في بيت آلف المير...  
اتبع هذه الخطوات وانجح في الكالوريا



أهم الأخبار



دعا تلميذا خوزن إلى وقف الحديث باسم الرئيس  
سعداني: الأعلان مع سلال لكن من حقها رئاسة الحكومة

Personaliser... (Customization panel with various icons)



أخبار | منتديات الشروق | أرشيف

دخول | عضو جديد؟ سجل الآن



Google search bar with 'يبحث عن' and 'يبحث' buttons.

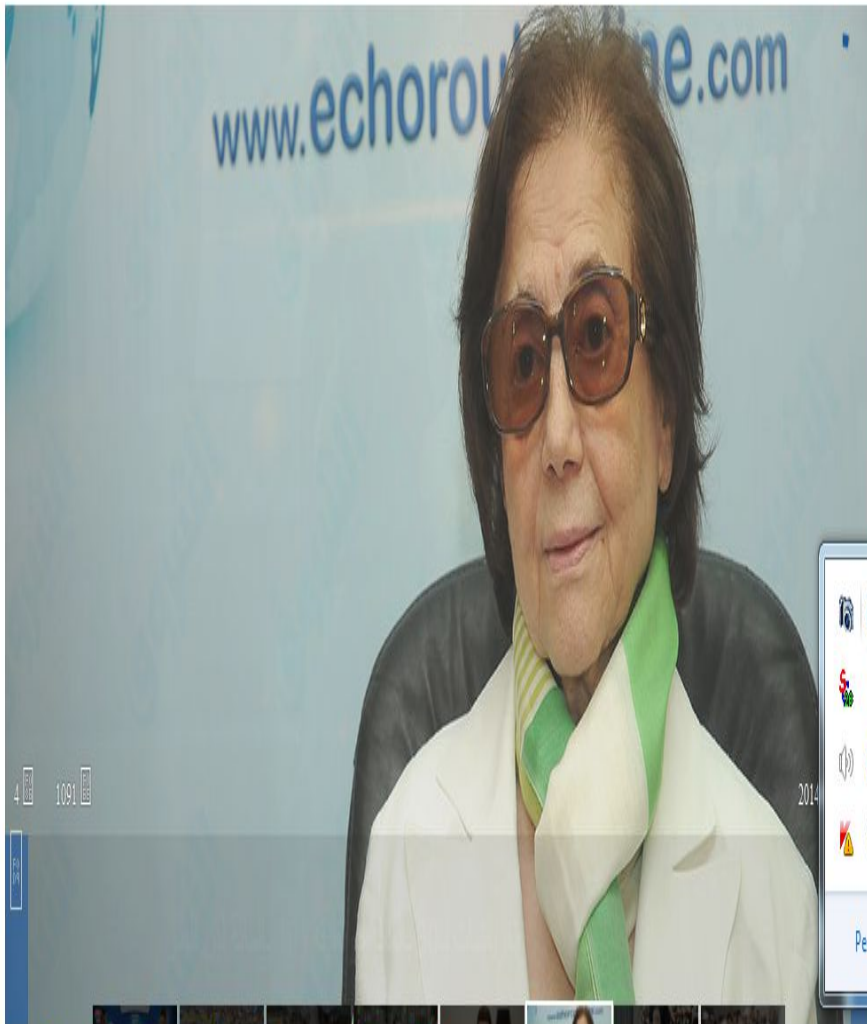


English Français

الأثنين 14 جويلية 2014 ميلادي الموافق لـ 16 شهر رمضان 1435 هجري

أحداث العالم العربي

- الوطني الاقتصاد الدواي الرياضة الرأي أقسام خاصة آخر الأخبار



Windows taskbar context menu with various application icons and a 'Personnaliser...' button.

Close Help

أحداث العالم العربي

AOÛT .JUL. JUIN

14

2015 2014 2013

Go

?http://www.echoroukonline.com/ara

التونسي الاقتصاد العربي

Internet Archive Wayback Machine

captures 842

mars 08 - 15 déc. 15 3



En savoir plus..

Retour

Avancé

PERSONALISER

Personnaliser..





Search bar with 'بحث' button



English Français

الجمعة 3 أوتيل 2015 ميلادي الموافق لـ 13 جمادى الآخرة 1436 هجري

أحداث العالم العربي

- الوطني
- الاقتصاد
- الدولي
- الرياضة
- الرأي
- أقسام خاصة
- آخر الأخبار
- مصورون





الهاتف | منتديات الشروق | أرشيف

دخول | عضو جديد؟ سجل الآن



Search bar with 'بحث' button



English Français

الثلاثاء 24 مارس 2015 ميلادي الموافق لـ 3 جمادى الآخرة 1436 هجري

أحداث العالم العربي

- الوطنى
- الاقتصاد
- الدولى
- الرياضة
- الرأى
- أقسام خاصة
- آخر الأخبار
- مصورون



أمطار طوفانية تخلف جرحى وخسائر مادية في عدة ولايات

Windows Start menu overlay with icons for applications and system settings.

Personnaliser...

الملكيات

## ملخص دراسة "الصحافة الإلكترونية الجزائرية - دراسة تحليلية ميدانية"

### 1- مشكلة الدراسة:

جاءت هذه الدراسة بعنوان "الصحافة الإلكترونية الجزائرية" - دراسة تحليلية ميدانية- لتلقي الضوء على خصائص الصحافة الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون من جهة، ولتكشف عن اتجاهات الجمهور الجزائري نحوه ما تقدمه من وظائف وخدمات و كل ما يميزها من حيث الشكل والمضمون.

وعليه فقد طرحت الباحثة تساؤل خاص بالدراسة التحليلية هو: ما هي خصائص الصحف الإلكترونية الجزائرية من حيث الشكل والمضمون؟ وآخر للدراسة الميدانية هو: ما هي اتجاهات الجمهور الجزائري نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟  
بالنسبة للجانب التحليلي للدراسة اكتفت الباحثة بطرح التساؤلات في انتظار الإجابة عليها بعد تحليل مضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية وهي كالآتي:

- ما هي مضامين الصحف الإلكترونية الجزائرية؟
  - ما هي الخصائص الشكلية للصحف الإلكترونية الجزائرية؟
  - ما هو مستوى التفاعلية المحقق في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟
- أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد حاولت الباحثة اختبار الفرضيتين الآتيتين:

### الفرضية الأولى

للقارئ الجزائري اتجاه إيجابي نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية.

### الفرضية الثانية

للقارئ الجزائري اتجاه سلبي نحو شكل الصحف الإلكترونية الجزائرية.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، الذي يوفر مجموعة من الأدوات تم توظيفها في الدراسة، كالملاحظة، استمارة تحليل المضمون، واستمارة قياس الاتجاه، وقد بلغت عينة الدراسة التحليلية 14 عددا لكل من صحيفتي "الشروق أون لاين" و "El Watan"، في الوقت الذي شملت فيه الدراسة الميدانية 377 مفردة من الجمهور الجزائري.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1- بالنسبة لمضمون الصحف الإلكترونية الجزائرية: فقد كشفت الدراسة أن الصحافة

الإلكترونية الجزائرية تحاول الاهتمام بمختلف المواضيع اجتماعية، سياسية، اقتصادية رياضية

وحتى ثقافية، سواء كانت وطنية، محلية وحتى دولية، مستغلة في ذلك مختلف المصادر خاصة منها التحرير المركزي الذي بلغ نسا كبيرة، مقارنة بالمصادر الإلكترونية الحديثة التي كادت أن تكون منعدمة.

**2- بالنسبة للخصائص الشكلية للصحافة الإلكترونية الجزائرية:** كشفت الدراسة أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية تعتمد بشكل كبير على القوالب التقليدية للتحرير الصحفي، حيث أن توظيف القوالب الحديثة كان بنسبة 1% والتي اقتصر فقط على قالب واحد هو قالب لوحة التصميم الحديث، كما أن أكثر المواقع المستخدمة لعرض المادة الإعلامية من طرف الصحافة الإلكترونية الجزائرية هي الواجهة التي تستخدم لعرض العناوين الصور ومقدمات الأخبار فيما تستخدم غالبا الصفحات الداخلية لعرض تفاصيل المادة الإعلامية، أما فيما يخص الصور فقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب الصور المعروضة على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية هي صور ذات طابع معلوماتي تغلب على عرضها تقنية JPEG بصفة تكاد تكون مطلقة، إضافة إلى غياب الحركية في عرض الصور، أما بالنسبة للنصوص الفائقة فقد كشفت الدراسة أن أغلب النصوص الفائقة المستخدمة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة هي نصوص داخلية تعتمد على النص والصورة.

**3- بالنسبة للتفاعلية:** نسبة التفاعلية المحققة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين هي 56,41%، في حين قدرت نسبة التفاعلية المحققة في El Watan بـ 53,48%، وبحساب متوسط النسبتين نتحصل على 54,95%، مما يعني أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية قد حققت نتيجة متوسطة من التفاعلية.

#### **4- اتجاه الجمهور الجزائري نحو مضمون الصحافة الإلكترونية الجزائرية**

بلغ اتجاه الجمهور الجزائري نحو محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية 3,13 وهو اتجاه محايد يميل نحو السلبية مما يجعل الباحثة تقدر أن الفرضية الأولى قد تحققت بصفة نسبية.

#### **5- اتجاه الجمهور الجزائري نحو شكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية**

أما اتجاه الجمهور نحو شكل الصحافة الإلكترونية الجزائرية ككل فقد قدر بـ 2,70، وهو اتجاه سلبي يميل نحو الحياد يجعل الباحثة تقدر أن الفرضية الثانية تحققت.



## **Résumé de l'étude**

### **«La presse électronique Algérienne - étude analytique et pratique -»**

#### **1. Problématique de l'étude:**

Cette étude intitulée «La presse électronique algérienne - étude analytique et pratique -» a permis d'une part, de mettre en évidence les caractéristiques de la forme et du contenu de la presse électronique algérienne et de mesurer les attitudes du public algérien envers les fonctions et les services des sites électroniques de la presse algérienne,

L'étude avait posé pour l'étude analytique une question principale qui est: Quelles sont les caractéristiques des journaux électroniques algériennes dans leurs formes et leurs contenus? Et une autre question pour l'étude pratique: Quelles sont les attitudes du public algérien envers le contenu de la presse électronique Algérienne?

En ce qui concerne le côté analytique de l'étude, on s'est contenté de poser des questions secondaires au lieu de proposer des hypothèses et elles sont comme suit:

- Quel sont les différents contenus de la presse électronique algérienne?
- Quelles sont ses différentes caractéristiques de forme?
- Quel est le niveau d'interaction réalisé par la presse électronique Algérienne?

Alors que pour l'étude pratique, on a essayé de tester les deux hypothèses suivantes:

#### **La première hypothèse**

Le lecteur algérien a des attitudes positives envers le contenu de

#### **La deuxième hypothèse**

Le lecteur algérien a des attitudes négatives à l'égard de la forme de la presse électronique Algérienne.

L'étude a utilisé la méthode descriptive par échantillon, qui a fourni une collection d'outils qui ont été recrutés dans l'étude: comme l'observation, l'analyse de contenu, et l'échelle de Likert pour la mesure des attitudes, pour l'échantillon de l'étude analytique il a atteint 14 Numéro pour chaque journal "Echorouk Online" et "El Watan", au moment où l'étude pratique a inclus 377 individus du public algérien.

L'étude est arrivée aux résultats suivants:

**1- Concernant le contenu des journaux électroniques Algériens:** L'étude a révélé que la presse électronique Algérienne tentait de traiter différents thèmes: social, politique, économique, sportif et même culturel soit au niveau national, local ou international en explorant diverses sources; surtout celle de la rédaction centrale qui a atteint un pourcentage important par rapport aux sources électroniques modernes qui n'existaient que rarement.

**2- En ce qui concerne les caractéristiques formelles de la presse électronique Algérienne:** L'étude a révélé que la presse électronique Algérienne n'emploie que rarement les modèles modernes avec un pourcentage de 1%, concernant les endroits et les surfaces les plus les sites utilisés pour afficher des informations par la presse électronique Algérien c'était l'interface qui est utilisé pour afficher des titres des photos et des introductions nouvelles, alors que les pages intérieures leur usage c'était dans le but de publier les détails des contenus journalistiques. pour les images, l'étude a constatée que la plupart des images affichées sur les sites des journaux électroniques Algériens sont des images affichés la technique JPEG presque absolue, outre l'absence de mouvement pour montrer les images, mais pour les hypertextes l'étude a révélée que la plupart des hypertextes utilisés dans le journal électronique de l'échantillon d'étude sont les textes internes et se fondent sur le texte et l'image.

**3- Pour l'interaction:** le pourcentage d'interaction réalisé dans le journal électronique Echorouk Online est de 56,41%, alors qu'il a atteint dans "El Watan" 53,48%, et en calculant la moyenne des deux pourcentages on a obtenu

54,95% , Ce qui signifie que la presse électronique Algérienne a pu réaliser un résultat moyen de l'interaction.

**6- L'attitude du public Algérien envers le contenu de la presse électronique Algérienne:** elle s'élève à environ 3,13, une attitude neutre penchant vers la négativité, ce qui signifie que la première hypothèse a été relativement confirmée.

**7- L'attitude du public algérien à la forme du presse électronique Algérienne:** elle a été estimé à 2,70, et c'est une attitude négative se penche vers la neutralité; c'est ce qui confirme la deuxième hypothèse.

## **Abstract of the Study:**

**« The Algerian electronic press -analytical and practical Study->**

### **1.Problematic of the study**

This study entitled "*the Algerian electronic press*" - Analytical and practical Study- on one hand came to spot light on the Algerian electronic characteristics in form and content and to reveal the Algerian public attitudes toward what it granted as functions and services, and all what it distinguishes it in form and content.

And so; the researcher had stated a specific question to the analytical study which is: what are the Algerian electronic newspapers characteristics in form and content? And another for the practical study: - What are the Algerian public tendencies towards the Algerian electronic journalism content?

Concerning to analytical side of the study the researcher has merely asked questions and waiting to be answered after analyzing the content of the Algerian journalism questions waiting for an answer after the analysis of the Algerian electronic journalism as follow:

- What are the contents of the Algerian electronic newspapers?
- What are the formal characteristics of the Algerian electronic newspapers?
- What is the level of the interaction reached in the Algerian electronic journalism?

Yet; for the practical study the researcher has tried to test the following two hypotheses:

#### **The first hypothesis**

The Algerian reader has got positive attitude towards the content of the Algerian electronic journalism

#### **The second hypothesis**

The Algerian reader has got negative attitude towards the form of the Algerian electronic newspapers.

The study used a methodology of survey by sample, which provided a collection of tools that were recruited in the study: like observation, the formula of the content analysis, the formula of the tendency measurement, and the analytical sample of the study has reached 14 number for each one newspaper "Echorouk Online", and "El Watan", in the time the analytical study has included 377 individual of the Algerian public.

The study has arrived to the following results:

**1-** Concerning the content of the Algerian electronic newspapers: The study has revealed that the Algerian electronic journalism tried to be interested in different topics: social, political, economic, sporting and even cultural either is national, local or international exploring in it various sources; especially, that reached a big percentage in comparison to the modern electronic sources that merely existed.

**2-** Regarding the formal characteristics of the Algerian electronic journalism: The study revealed that the Algerian electronic journalism as the employment of modern templates was 1%, which was confined only one template is a painting of modern design template, and the more sites used to display information material by Algerian electronic journalism is the interface that is used to display titles pictures and introductions news as often used inside pages to view details of media material, either in terms of images, the study has found that most of the images displayed on the Algerian online newspaper sites are pictures of my character overcome displayed JPEJ technique as an almost absolute, besides to the absence of movement to view the images, but for hypertexts, the study revealed that most of the hypertexts used in the electronic newspaper of the study sample are e internal texts rely on text and image.

**3-** For the interaction: Interactive percentage achieved in the electronic newspaper Al Chorouk Online is 56.41%, while the percentage achieved in the interactive Al Watan estimated at 53.48%, and by calculating the average both percentages we obtained at 54.95%, which means that electronic journalism Algeria has achieved a medium result of the interaction.

7- The attitude of the Algerian public about the content of the Algerian electronic press: the Algerian public's direction amounted to about 3.13 a neutral trend leans towards the negativity, making the researcher estimates that the first hypothesis has been relatively achieved.

8- The attitude of the Algerian public towards the shape of the Algerian electronic press: for the public tendency towards the shape of the Algerian electronic press as whole has been estimated by 2.70, and it is a negative neutral trend leans towards neutral; which leads to the researcher 's estimation that the second hypothesis achievement.